



El turismo rural ¿Una alternativa hacia la revalorización de productos típicos locales como un aporte para el Desarrollo local de una región?

Caso: Gorina y Colonia Urquiza. Partido de La Plata, Buenos Aires.

TEMA: TURISMO RURAL, PATRIMONIO, PRODUCTOS TÍPICOS LOCALES E IDENTIDAD TERRITORIAL

TESIS DE GRADO: LICENCIATURA EN TURISMO

ALUMNA: GIMENA GISELLE FIGONE ALIAGA

LEGAJO: 77774/1

MAIL:GIMENAFIGONE@GMAIL.COM

DIRECTOR: FABRICIO GIEMMO

AÑO: 2014



Departamento de Turismo

Facultad de Ciencias Económicas
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

A mi familia, mi novio y amigos que me apoyaron y ayudaron en el transcurso de la carrera y especialmente en esta instancia de tesis. A mi director de tesis Fabricio, con quien siempre me sentí cómoda y se entusiasmó desde el primer día con el tema de mi investigación, a Juan José Garat de Agronomía por guiarme e introducirme en el tema del tomate platense y a los productores quienes me recibieron con mucha amabilidad para contarme su historia.

Y especialmente a mis abuelos que fue por ellos que decidí abocarme al tema de la revalorización de productos típicos.

A todos aquellos que se ofrecieron los lectores y oyentes, con lo que pude compartir mis ideas y cuyos comentarios fueron de gran ayuda para el desarrollo final de esta tesis.

A todos y cada uno de ellos, gracias!

Resumen

En las últimas tres décadas se han dado nuevas preferencias y modalidades en la práctica del turismo, donde el turista es más activo y participativo centrado en la búsqueda de tener experiencias significativas de las expresiones que el medio rural ofrece y tener una interacción más estrecha y de conocimiento de la naturaleza, que lo perfilan como un turista más informado, comprometido y consciente de sus acciones y actitudes al viajar.

Actualmente existen diversas modalidades de turismo como el turismo cultural, el turismo rural, ecoturismo, turismo aventura, turismo deportivo, turismo de salud, entre otras.

En el Turismo Rural, el turista no es un visitante-observador en un día de paseo, es una persona que forma parte activa de la comunidad durante su estancia en ella, en donde aprende a preparar alimentos habituales, crea artesanía para su uso personal, aprende lenguas ancestrales, el uso de plantas medicinales, cultiva y cosecha lo que cotidianamente consume, es actor en los eventos tradicionales de la comunidad, percibe y aprecia creencias religiosas y paganas.

En esta tesis, se abordara el concepto de turismo rural desde un abordaje cultural, como un instrumento para el desarrollo local, a partir de la patrimonialización de productos típicos locales.

Colonia Urquiza y Gorina son dos localidades que pertenecen al periurbano platense, el cual se fue conformando paralelamente a la Fundación de la ciudad de La Plata, particularmente en Gorina se asentaron las primeras familias productoras quienes han transmitido sus saberes de generación en generación mientras que Colonia Urquiza se caracteriza por la diversidad cultural que posee por la cantidad de inmigrantes que hay de origen japonés, portugués, italiano y boliviano.

Ambas son conocidas por el tomate platense, por ser unas de las primeras en la producción a campo sin agrotóxicos. Este producto típico de La Plata se caracteriza no solo por ser un producto natural y sano sino también por la cultura del tomate y la historia que posee desde las primeras familias italianas, quienes fueron las que comenzaron con este proyecto.

En este sentido el turismo rural incorpora prácticas culturales que habían quedado en desuso, revaloriza las costumbres y hábitos campesinos, recupera antiguos procesos y actividades vinculadas a la producción agrícola-ganadera, contribuyendo a preservar la memoria colectiva y la identidad local.

En el presente trabajo se evaluará si el turismo rural puede ser una alternativa para la revalorización de productos típicos como aporte para el desarrollo local en las localidades de Gorina y Colonia Urquiza, para ello se determinará un marco teórico-conceptual y se realizarán entrevistas a los productores y informantes clave para conocer más sobre los casos exitosos del turismo rural y el significado que tiene el tomate platense como producto típico para quienes participan del proyecto.

Estructura de tesis

Esta tesis consta de cuatro partes: (I) Introducción, (II) Marco teórico, (III) Caso de Estudio Y (IV) Conclusiones.

En la Introducción se explicaran los antecedentes, la fundamentación, el propósito del trabajo y los objetivos.

El Marco Teórico está compuesto por cuatro capítulos, a partir de los cuales se expondrán las distintas miradas y perspectivas de los autores elegidos lo que permitirá c exponer y comprender los conceptos que se desarrollaran en el Estudio de Caso.

En el primer capítulo, de la primera parte se desarrolla la Triada Social una herramienta utilizada para posicionar teórica y metodológicamente a esta investigación; las nutrientes teóricas proceden de la Geografía, la Sociología así como de investigaciones que intentan articular perspectivas sociales, históricas y geográficas, mientras que las nutrientes preferentemente empíricas proceden de un buen número de investigaciones, proyectos y trabajos donde participaron profesionales de muchas disciplinas. El segundo capítulo "Turismo", se hace un análisis desde lo general a lo particular, es decir, primero se define al turismo, luego el turismo alternativo, el turismo cultural y patrimonio y finalmente el turismo rural .Este análisis permite contextualizar al turismo rural en relación al objeto de estudio. En el tercer y cuarto capítulo "Desarrollo local" e "Identidad territorial" se abordan diversos autores y conceptos para comprender el objeto de estudio a investigar.

En la tercera parte se encuentra el estudio de caso donde el Marco de Estudio, organizado según la Triada Social, explicada al inicio de esta tesis, se encuentra aplicado a las localidades de Colonia Urquiza y Gorina, parido de La Plata.

En la cuarta parte se encuentran las conclusiones, en esta última sección de la tesis se expondrá la proposición final, derivada del análisis y del estudio realizado en los capítulos anteriores, a través de la cual se podrá demostrar la viabilidad de la hipótesis presentada en esta tesis.

Al final de este trabajo se podrán encontrar la Bibliografía y el Anexo que contiene las entrevistas que se realizaron para poder llevar a cabo esta investigación y fotos.

Índice

Resumen	5
Estructura de tesis	6
PARTE I: Introducción	10
1. Presentación del tema	10
2. Antecedentes	12
2.1 Historia de la actividad hortícola en el Partido de La Plata	12
3. Fundamentación del tema a investigar	14
4. Objetivos:	15
5. Metodología	16
PARTE II MARCO TEORICO:	16
6. Triada Social	16
7. Turismo	19
7.1 Turismo alternativo	20
7.2 Turismo cultural y patrimonio.....	21
7.3 Turismo rural	23
7.4 Desarrollo local	26
8.1 Desarrollo rural.....	29
8.2 Desarrollo territorial.....	31
9. Identidad territorial.....	32
PARTE III: ESTUDIO DE CASO.....	33
10. TERRITORIO	33
10.1 El periurbano platense.....	35
10.2 La ruralidad en el Gran La Plata	38
10.3 Periurbanidad tradicional	38
10.4 Ocupación del territorio desde la fundación de la ciudad de La Plata.....	41
10.5 Colonia Urquiza	42
10.6 Gorina	43
10.7 Productos típicos locales con identidad: el Tomate Platense	45
11. ACTORES	47
12. PROCESOS	50
12.1 Valorización de productos típicos locales(tomate platense)	50

12.2 Identidad local y turismo	52
12.3Desarrollo local – rural y turismo.	54
PARTE IV: CONCLUSIONES.....	56
BIBLIOGRAFIA.....	60
ANEXOS: ENTREVISTAS.....	64

PARTE I: Introducción

1. Presentación del tema

El turismo como práctica social se ha desempeñado en el último medio siglo como uno de los campos más dinámicos, con mayor impulso, diversificación y crecimiento, tanto a nivel nacional como internacional; diversos estudios señalan al turismo como la práctica social que más se ha desarrollado, potenciado y transformado a partir de la globalización. (Hiernaux N, 2002).

El turismo es el proceso a través del cual interaccionan factores culturales, sociales, económicos, ambientales y territoriales que son generados por medio del viaje, traslado o desplazamiento temporal de personas por diversos motivos a un lugar de destino. Allí entran en contacto con otras tradiciones e identidades étnicas y sociales, realizan intercambios para el disfrute activo o pasivo de los atractivos y consumo de bienes y servicios para luego regresar a su lugar de origen. Como resultado de ese encuentro ambas comunidades (la de origen y al de destino) deberían verse beneficiadas. (Ángela Guzmán Villate, 2007).

En el marco de esta definición, se analizara al turismo rural desde un abordaje cultural, como alternativa de desarrollo local a partir de la patrimonialización de productos típicos locales en las localidades de Colonia Urquiza y Gorina, partido de la Plata.

Para entender al turismo rural desde lo cultural debemos definir al turismo cultural, que de acuerdo a la definición del ICOMOS¹ *es” aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios históricos artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios Socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada.*

La cultura se compone de procesos (ideas y modos de vida de personas) y de los productos de esos procesos (edificios, artefactos, arte, tradiciones, ambiente). El turismo cultural no solo abarca el consumo de los productos culturales del pasado sino también la cultura contemporánea o modo de vida de un pueblo o región.

Por otro lado es importante definir que se entiende por patrimonio para conceptualizar el proceso de patrimonialización de productos típicos locales.

El patrimonio suele ser entendido como el acervo de una sociedad, esto es, el conjunto de bienes (naturales o culturales, materiales o inmateriales) acumulados por tradición o herencia, común al conjunto de los individuos que constituyen esa sociedad. El vínculo con la identidad y la cultura es una característica distintiva, en la medida en que el patrimonio es parte de una cultura y expresaría, de modo sintético y paradigmático, los valores identitarios que la sociedad reconoce como propios (Ballart Hernández et al 2001)

¹ ICOMOS (1999). Carta Internacional sobre Turismo cultural

A partir de esta definición podemos decir que el patrimonio es el conjunto de bienes materiales e inmateriales que si bien provienen del pasado, en forma de herencia, son resignificados en la actualidad por la capacidad que tiene para representar simbólicamente la identidad de un grupo humano, lo que lleva a que sea transmitido de una generación a otra.

Por otro lado el patrimonio se ha convertido en un fenómeno de creciente interés en la sociedad, que pone en valor las costumbres y practicas colectivas, y es un recurso que contribuye al desarrollo de los grupos sociales, aparece como una combinación de elementos de historia ,simbolismo e identidad que lo convierten en factor de prosperidad económica y bienestar.

En efecto el patrimonio es un atractivo turístico, mas allá de su características específicas esta cargado de una serie de atributos que son aportados por la condición misma de patrimonio, un valor universal, el carácter compartido y consensuado, es estar mas allá de cuestionamientos, el ser la vía de acceso al conjunto de significados que van más allá del lugar u objeto que se trate, etcétera. Esto convierte al patrimonio en un recurso turístico de primer nivel (Almirón, Bertoncello, Troncoso 2005).

En consecuencia, según Prats (1997) podemos entender al patrimonio cultural como un recurso turístico, por cuanto el patrimonio puede:

-constituirse como producto per se, capaz de integrar, junto a los servicios que componen la oferta turística, un motivo de compra autónoma.

- presentarse asociado a un producto turístico integrado, donde el patrimonio se combina con otros atractivos en destinos que ya están consagrados como destinos turísticos.

A partir de las definiciones realizadas podemos decir que el turismo rural incorpora prácticas culturales que habían quedado en desuso, revaloriza las costumbres y hábitos campesinos, recupera antiguos procesos y actividades vinculadas a la producción agrícola-ganadera, contribuyendo a preservar la memoria colectiva y la identidad local (Toselli, 2003).

De acuerdo a la concepción del turismo rural a la que hace referencia el Programa Argentino de Turismo Rural *"el turismo en áreas rurales es un instrumento eficaz para revalorizar las diversas manifestaciones culturales como puede ser la gastronómica y los alimentos regionales. Como así también el desarrollo de otras rutas temáticas relacionadas a recursos arqueológicos, paleontológicos, geológicos, históricos, etc."*(RAICES 2000)²

Por otro lado en el marco del Proyecto Nacional de Turismo Rural, conocido como PRONATUR, se define al turismo rural como toda modalidad turístico-recreativa que se desarrolla en establecimientos del ámbito rural o en sus inmediaciones, y que permite al visitante conocer, compartir y aprender otras costumbres, tradiciones, a través de actividades cotidianas, productivas y culturales, sensibilizando sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos rurales. Incluye toda actividad que desarrolla el turista en el medio rural, siendo en primer lugar, actividades de turismo rural aquellas que realizan en los establecimientos agropecuarios que abren sus puertas (con o

² Programa Argentino de Turismo Rural "Raíces". Este comenzó a implementarse en el año 2000, impulsado por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación y la Secretaría de Turismo la Nación, fundamentado en la necesidad de impulsar el desarrollo regional.

sin alojamiento) a las personas para observar (y eventualmente participar) de diversas actividades tales como ganadería, granja y apicultura, agricultura, floricultura, cabalgatas, paseos y senderismo, avistaje de flora y fauna, gastronomía, entre otras (PRONATUR).³

En base a las definiciones realizadas podemos decir que el crecimiento de la actividad turística en general y, en particular, el interés por la naturaleza y la cultura del campo son tendencias en crecimiento. El turismo rural constituye para el sector agropecuario y para las comunidades locales una oportunidad para la generación de empleo directo e indirecto que contribuye a evitar el éxodo rural; una alternativa para diversificar y ampliar los ingresos, disminuyendo así las desigualdades socioeconómicas; y una forma de difundir y revalorizar las culturas, tradiciones, prácticas y saberes locales.

En este estudio los conceptos anteriormente mencionados, serán analizados y aplicados a las localidades de Gorina y Colonia Urquiza, partido de La Plata.

2. Antecedentes

La ciudad de La Plata, es la capital de la Provincia de Buenos Aires, su localización es estratégica no sólo por la cercanía que presenta con la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, sino también por constituir uno de los puertos más importantes del país.

El nacimiento de la ciudad de La Plata se debe al enfrentamiento permanente en que se encontraba la Provincia de Buenos Aires con la Nación por el control de la Ciudad de Buenos Aires que, en ese entonces era la capital tanto del Estado Provincial como del Estado Nacional. En consecuencia, el gobernador de la provincia, Dardo Rocha, vio la necesidad de instalar su gobierno y administración en otra ciudad y el 19 de Noviembre de 1882 fundó la ciudad de La Plata.

Esta ciudad se caracteriza por su arquitectura y trazado urbano, destacándose edificios emblemáticos como la Catedral, el Coliseo Podestá, el Palacio Municipal, la Legislatura, la Casa de Gobierno, el Pasaje Dardo Rocha, el Museo de La Plata, entre otros.

En la actualidad, cuenta con una población de 649.613 habitantes (censo 2010) y es reconocida por ser uno de los polos educativos por excelencia, ya que cuenta con la presencia de la Universidad Nacional de La Plata, la Universidad Católica de La Plata y la Universidad Tecnológica Nacional. A su vez, constituye uno de los centros administrativos, financieros y comerciales más importante de la provincia de Buenos Aires, donde se concentran los órganos públicos de los cuales depende esta provincia.

2.1 Historia de la actividad hortícola en el Partido de La Plata

Las pequeñas quintas alrededor de las ciudades fueron la primera manifestación de la horticultura en la Argentina. Con la profundización del capitalismo y el crecimiento del mercado interno a lo largo del siglo XX, tuvieron lugar una serie de relocalizaciones de

³ El PRONATUR es un Proyecto del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación (MAGyP) ejecutado en el marco del PROSAP (Programa de Servicios Agrícolas Provinciales) con la participación del Ministerio de Turismo de la Nación (MINTUR) y el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).

las explotaciones, conformando el Cinturón Verde Bonaerense (CVB) que rodea a la ciudad de Buenos Aires y su conglomerado,(García, Le Gall 2009) abasteciéndolo de verduras frescas. La ciudad de La Plata, capital de la provincia de Buenos Aires, posee una zona hortícola inserta en su periurbano que, creciendo para abastecer a su urbe, se convierte en la región más importante de dicho cinturón bonaerense y una de las más relevantes de la provincia. Esto lo demuestran los datos arrojados por el último Censo Hortiflorícola de Buenos Aires (CHB 2005) realizado, según el cual se concentran en La Plata el 49,2% de las explotaciones del Cinturón Verde y el 25% de la provincia, que arrojan una producción anual promedio de 75.000 toneladas (Matías García 2012).⁴

La Plata se diferenció de otras urbes porque su fundación previó una estricta planificación de las formas de ocupación del espacio, entre ellas al incipiente sector generador y abastecedor de alimentos frescos. Las explotaciones ubicadas en forma adyacente a la ciudad en quintas y chacras tenían como propósito principal abastecer a la ciudad. Sus excedentes se comercializaban en la ciudad de Buenos Aires, evidenciando este sub-sector un vigor mayor al demandado o planificado. Paralelamente, la llegada de inmigrantes de larga tradición en esas tareas como son los italianos le otorga una “cultura en torno del trabajo de la quinta”, carácter que le va a conferir una impronta particular y distintiva a la horticultura platense (García, 2010, pp. 80-81).

La zona rural del partido de La Plata ha sido modificada y transformada a lo largo de los años por un sistema de relaciones entre diferentes actores presentes en el sector. Es relevante mencionar que el partido concentra el 60% de la superficie implantada con flores de corte en la provincia de Buenos Aires. Para el año 1990, según la Encuesta Provincial realizada por el Ministerio de Asuntos Agrarios, en el partido sólo se cultivaban 86 ha bajo cubierta, en 1998 ya sumaban 123 ha, en el año 2002 según el CNA (Censo Nacional Agropecuario) la cifra ascendía a 221ha y al año 2005 según el Censo Hortiflorícola de la provincia de Buenos Aires la cantidad había descendido a 150ha. (Nieto, 2010)⁵

En Colonia Urquiza, al igual que en otras localidades vecinas los productores son mayoritariamente propietarios de sus explotaciones y la superficie de las mismas no supera las 10 hectáreas bajo cubierta en promedio. El sector posee un fuerte componente de inmigrantes y descendientes de inmigrantes de las comunidades japonesa y portuguesa, italiana, boliviana y del noroeste argentino (comunidades históricamente presentes en nuestra área de estudio y dedicadas a la actividad florícola y hortícola, particularmente como el caso de la familia Parrillo con el Tomate Platense desde ya hace casi 30 años.

La presencia de inmigrantes japoneses en la zona de estudio es mas reciente en el tiempo, hablamos de la década del '60.

La zona que actualmente ocupa la colonia Justo José Urquiza, conocida comúnmente como colonia Urquiza y corazón de la floricultura, estuvo primeramente ocupada por inmigrantes terratenientes europeos, italianos holandeses e ingleses entre los principales.

⁴ GARCIA, Matías (2012) Conformación del Cinturón Hortícola Platense hasta los '90. Análisis de las transformaciones de la estructura agraria hortícola platense en los últimos 20 años, Memoria para optar al título de Ingeniero agrónomo Departamento de Desarrollo Rural, Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, Universidad nacional de La Plata, La Plata, Argentina.

⁵ Componentes culturales y sociales en el sostenimiento y reproducción de la actividad florícola en el partido de La Plata, Nieto Daniela (año) . Universidad Nacional de La Plata.

Ante la inminencia de la Ley de Nacionalización de grandes latifundios (expropiación de territorios en 1948) en la época del gobierno de Juan Domingo Perón, estos terratenientes decidieron venderles sus tierras o gran parte de las mismas a sus puesteros o inquilinos; las tierras que no llegaron a vender, que quedaron como saldo, las entregaron al gobierno, quien pasó a administrarlas a través de Asuntos Agrarios de la Nación y luego estos lo derivaron a la repartición de Colonización; surge por lo tanto un proyecto de colonización con relación a la agricultura. (Cafiero, et al, 2001:2).

En esta localidad existe un establecimiento dedicado al turismo rural, el cual tiene apariencia de un jardín japonés, pertenece a una familia de japoneses que funciona desde hace ya algunos años, el mismo posee un restaurante, un vivero y en el cual pueden visitarse distintos tipos de animales, juegos para niños y espacio al aire libre para disfrutar el día.(MISUJO) Sin embargo muchos platenses no tienen conocimiento sobre este lugar , ya que desde el municipio de La Plata no hay difusión.

Gorina es una localidad argentina del partido de La Plata en la provincia de Buenos Aires, ubicada a unos 14ks al noroeste del centro de la ciudad.

Forma parte del conjunto de localidades que se desarrollaron sobre el trazado del entonces Ferrocarril Provincial (luego del ferrocarril General Belgrano) que vinculaba La Plata con Avellanada al igual que lo hicieron las localidades vecinas de Tolosa, Ringuelet, City Bell, Manuel B. Gonnet, que lo hicieron con el ferrocarril General Roca.

La historia de Gorina cuenta que a principio de este siglo. Percival Bell vendió parte de la Estancia Grande que había heredado de Jorge Bell, dando origen a las distintas poblaciones de la región. En 1914 se loteo lo que en la actualidad es City Bell y el 12 de diciembre de 1916 se vendió a Joaquín Gorina otra parte de las tierras.

Cuando en 1923 se decidió la construcción de un ferrocarril provincial que uniera La Plata con Avellanada, las tierras pertenecían a Joaquín Gorina, que las cedió a los responsables del nuevo emprendimiento, con la condición de que la obra llevara su nombre. La fecha fundacional de la localidad por ley provincial 11526 es el 2 de junio de 1923.

Los primeros horticultores italianos llegan a esta localidad a partir de que sufrieron la pérdida de sus tierras en una inundación en la localidad de Hudson. Desde entonces, la horticultura es una de las actividades tradicionales de las familias que han heredado estos saberes de generación en generación.

3. Fundamentación del tema a investigar

La importancia de la investigación radica por un lado en que en la región, son escasos los antecedentes en materia de turismo sobre las localidades periurbanas: Colonia Urquiza y Gorina.

Por otro lado, esta tesis intentará adquirir nuevos conocimientos en el campo de estudio del turismo rural en las localidades anteriormente mencionadas, no solo como una alternativa económica para las mismas sino también como una herramienta para la revalorización de productos típicos, practicas y costumbres que han quedado en desuso.

La elaboración de este trabajo servirá para ampliar saberes sobre el concepto de integración y su vinculación con la práctica turística. La inclusión del tema de estudio dentro de la currícula de las materias Geografía turística argentina y latinoamericana, Patrimonio Turístico Argentino, Historia y Agenda geopolítica Argentina y Crecimiento económico, turismo y Medio ambiente, cualquiera sea su forma de enseñanza, será de utilidad para los estudiantes y especialmente para aquellos que deseen continuar con el estudio de casos de integración. Además, se brindarán conceptos útiles que servirán como herramientas para la futura formulación, evaluación y aplicación de proyectos de integración y sus influencias en materia turística.

Asimismo esta investigación podrá ser consultada por el Municipio, por la asociación de productores hortícolas de la plata, los productores que participan del proyecto del tomate Platense y cualquier otra persona interesada en el tema a la hora de tomar decisiones y desarrollar políticas que tengan que ver con el turismo, incorporar nuevos atractivos a los circuitos turísticos tradicionales, llevar a cabo proyectos relacionados con el turismo rural, en búsqueda de una alternativa para el desarrollo local.

De esta forma resulta un tema interesante a investigar, ya que tanto Colonia Urquiza como Gorina, forman parte del periurbano platense, el cual se origina con los primeros inmigrantes italianos, japoneses, portugueses, del noroeste argentino y más tarde bolivianos. Por lo tanto estas localidades presentan ciertas prácticas, costumbres y valores que son transmitidas de generación en generación, y forman parte de su patrimonio cultural.

Finalmente podemos decir que es importante que se revalorice y se reconozca al tomate platense como un producto típico local, las prácticas y costumbres que intervienen en el proceso productivo, como así también las costumbres propias de aquellos primeros inmigrantes que habitan nuestra región.

4. Objetivos:

Objetivo General:

Analizar el turismo rural como alternativa para la revalorización del Tomate Platense como producto típico local y un aporte para el desarrollo local en las localidades de Gorina y Colonia Urquiza. (Partido de La Plata, Bs. As.)

Objetivos específicos:

- Determinar el marco teórico-conceptual que permita comprender las definiciones de turismo rural, productos típicos locales, patrimonio cultural y desarrollo local.
- Establecer la relación que existe entre la práctica turística y los productos típicos locales en los últimos años.
- Indagar sobre experiencias relacionadas al turismo rural y productos locales en la Argentina.
- Identificar los procesos sociales en relación al reconocimiento y valorización de los productos típicos locales: caso el Tomate Platense, y el rol de las instituciones y organizaciones relacionadas con el tema, en los últimos años.

- Realizar un análisis histórico sobre las familias productoras del tomate platense en las localidades de Gorina y Colonia Urquiza en los últimos años.
- Indagar acerca de la significación del tomate Platense como producto típico para la comunidad local: productores y consumidores del partido de La Plata.
- Analizar la potencialidad que puede generar la incorporación de dicho producto en el contexto del turismo rural en las localidades de Gorina y Colonia Urquiza.

5. Metodología

El objeto de estudio se localiza en el Gran La Plata, particularmente las localidades de Gorina y Colonia Urquiza.

Para el desarrollo del marco teórico-conceptual se realizara un análisis y revisión de fuentes secundarias en relación al turismo rural, el patrimonio cultural, el desarrollo local y el contexto histórico del periurbano platense.

Para el logro de los objetivos se realizará una investigación cualitativa, utilizando como instrumento de recopilación de datos las entrevistas semi- estructurados a familias productoras de hortalizas de la región antes mencionada, particularmente las productoras del tomate platense. Dichas familias serán elegidas a través del muestro intencional estableciendo algunos criterios de selección tales como: la edad (mayores de 18 años), la ocupación (productores de hortalizas típicas de la región) y lugar de residencia (Gorina y Colonia Urquiza). Las entrevistas se efectuarán en los hogares de las familias de productores a las que me dirigirá personalmente.

Por otro lado también se realizarán entrevistas a informantes clave y actores sociales relevantes tales como : profesionales del sector publico y privado relacionados al turismo rural, comerciantes de productos locales y regionales, extensionistas de la UNLP, organizaciones de técnicos : como el Ingeniero Agrónomo Juan José Garat , Irene Velarde, Regina Schluter, referentes del EMATUR (Ente municipal para la activación turística), Asociación de horticultores de la Plata , productores y participantes del Proyecto del Tomate Platense. En primera instancia se efectuarán consultas telefónicas y por mail para concretar las entrevistas.

PARTE II MARCO TEORICO:

6. Triada Social

En esta tesis se va a trabajar aplicando los conceptos de la tríada social desarrollada por Horacio Bozzano, la cual sirve para desarrollar investigaciones concretas, como lo es esta tesis.

Para entender el por qué se denomina tríada social a esta teoría se definirá, en primera instancia el concepto de tríada o tríade, al cual se lo entiende como un "...conjunto de tres cosas o seres estrecha o especialmente vinculados entre sí."

Asimismo, es llamada social dado que Bozzano reconoce a la sociedad como la esencia y la razón de ser de procesos, sujetos y lugares.

Este autor, propone un método para el tratamiento de los temas que componen una investigación a través del análisis de tres criterios de mayor grado de abstracción teórica como el sistema, la acción y el territorio, o bien tres componentes de menor grado de abstracción tales como procesos, actores y lugares.

“Los ejes de la tríada - procesos, lugares y actores- hacen referencia a tres puntos de vista: el sistema, el territorio y la acción; se nutren de la dialéctica de Edward Soja y de tradiciones nomotéticas e idiográficas seculares en la Geografía, y se operacionalizan mediante el estudio de lógicas y tendencias, del reconocimiento de procesos y actores propios de lugares, y de once ejes de análisis o de otros ejes.” (Bozzano, 2009)⁶

Aplicando esta teoría se puede llegar a comprender la manera en que el objeto de investigación se aproxima a procesos, actores y lugares, al tiempo que indicará el posicionamiento que tiene dentro de la tríada social.

TRIADA SOCIAL Y NUTRIENTES

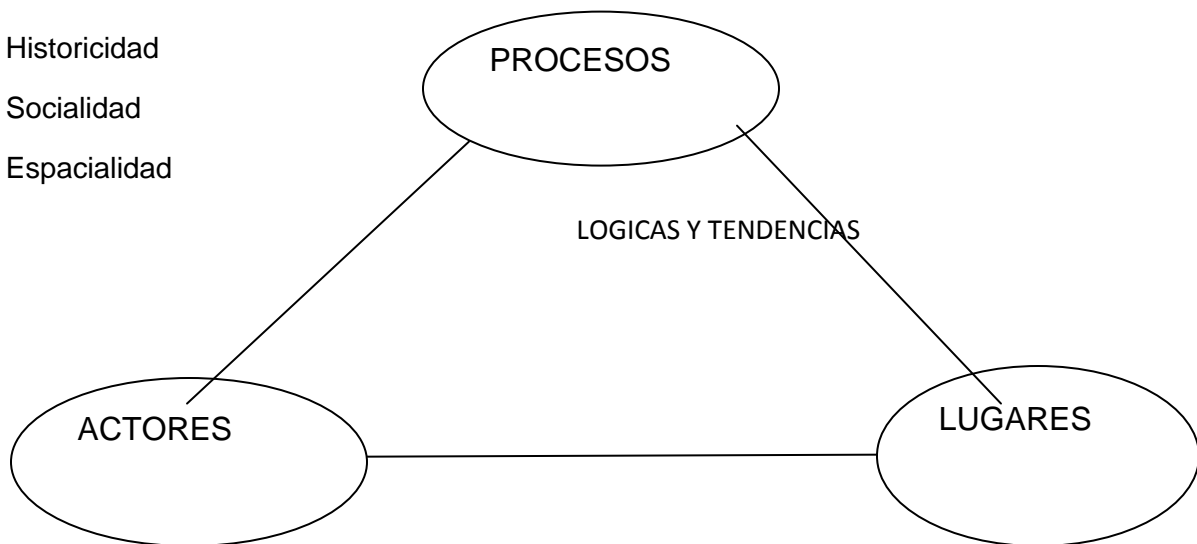
Tradiciones nomotéticas

Punto de vista del sistema

Historicidad

Socialidad

Espacialidad



Punto de vista del territorio

Tradiciones idiográficas

Punto de vista de la acción

Perspectivas Fenomenológicas

Fuente: Horacio Bozzano. Territorios posibles. Procesos, lugares y actores: una tríada social.

Capítulo 8

Se tienen en cuenta a las personas (actores, sujetos, agentes) porque son las que hacen y resignifican continuamente los lugares en diferentes procesos, a su vez, estos últimos

⁶ BOZZANO Horacio (2009) Territorios Posibles. Procesos, lugares y actores: una tríada social. Editorial Lumiere, Buenos Aires.

no pueden ser analizados si no se consideran a los sujetos y a los lugares y suelen constituir el explanans (factor explicativo) de variados explanandum (lo que se desea explicar) donde intervienen actores y lugares. Asimismo, los lugares de algo y de alguien se explican y fundamentan mediante procesos, que al mismo tiempo son concretados en conciencias, en acciones y/o en objetos, por personas.

En definitiva, los lugares sin procesos ni actores, los procesos sin personas ni lugares y las personas sin procesos ni lugares pierden sentido.

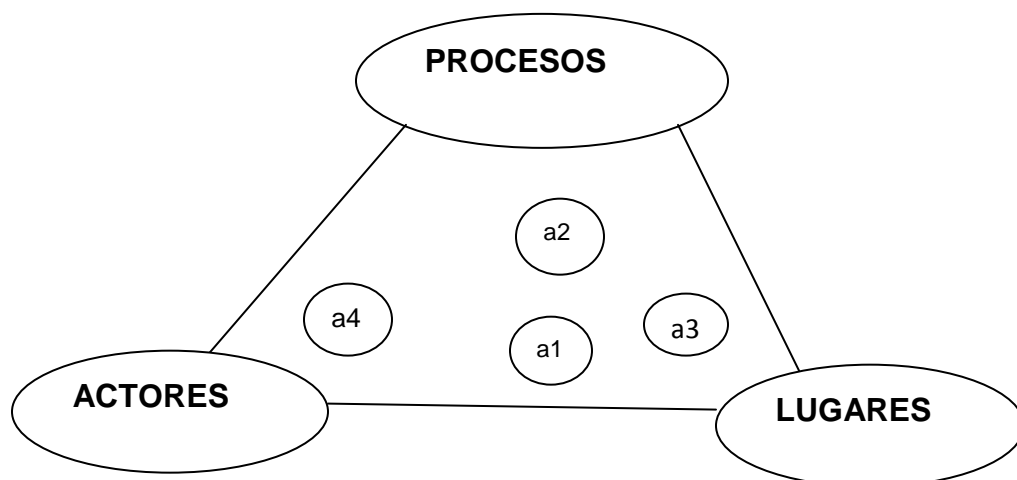
Siguiendo la explicación de Bozzano (2009) se considera que no puede pensarse al lugar sin el territorio, entendiendo que “el territorio es un lugar (de variada escala micro, meso, macro), donde personas (a la vez sujetos y actores) ponen en marcha procesos complejos de interacción entre sistemas de acciones y sistemas de objetos, constituidos éstos por un sin número de técnicas (híbridos naturales y artificiales) e identificables según instancias de un proceso de organización territorial en particulares acontecimientos en tiempo-espacio, en dialécticas verticales-horizontales específicas y con diversos grados de inserción en la relación local-meso-global. El territorio se redefine siempre.”

Los procesos sociales en cualquier territorio y lugar son protagonizados en muy diverso grado e intensidad por actores públicos, empresarios y ciudadanos, sujetos del Estado, de sectores empresarios y de la ciudadanía, respectivamente, los cuales entablan relaciones conflictivas, contradictorias, complementarias y cooperativas.

Luego de estudiar otros trabajos de investigación, Bozzano considera al sujeto como “al ser humano representativo de un colectivo, agrupación u organización política, económica o ciudadana de tamaño diverso” y se transforma en actor si es capaz de desarrollar intereses, acumular recursos tanto cognitivos como materiales, satisfacer necesidades y traccionar hechos.

Aplicando esta teoría se puede llegar a comprender la manera en que el objeto de investigación se aproxima a procesos, actores y lugares, a su vez se indicará el posicionamiento que tiene dentro de la tríada social.

POSICIONES DE OBJETOS DE LA TRIADA SOCIAL





POSICION DEL OBJETO DE ESTUDIO Y/O DE INTERVENCION

- a1: el objeto incorpora y articula conceptos referidos a procesos, sujetos y lugares.
- a2: el objeto se refiere en mayor medida a algún proceso que a sujetos o lugares.
- a3: el objeto se refiere en mayor medida a actores y sujetos que a procesos o lugares.
- a4: el objeto se refiere en mayor medida a lugares que a procesos o sujetos.

Fuente: Horacio Bozzano. Territorios posibles. Procesos, lugares y actores: una tríada social. Capítulo 8 (2009).

El objeto de estudio se encuentra en el punto a1 . En los siguientes capítulos se procederá a conformar el marco teórico que luego dará sustento estudio del caso a través del análisis del territorio, los actores y los procesos que conducen a la conclusión de esta tesis.

7. Turismo

Desde la óptica de diferentes autores podemos entender a la practica turística como “la ciencia, el arte y las actividades de atraer y transportar visitantes, alejarlos y satisfacer sus necesidades y deseos” (McIntosh y Gupta, 1993). No obstante, para Valls (1996) “toda actividad económica que posibilita un conjunto de experiencias personales o grupales que se desarrollan fuera del lugar habitual de residencia o de trabajo-tanto durante la fase de desplazamiento como del uso del tiempo libre de ocio o de negocio en un destino”

Por su parte, para De la Torre (1982:19) el “turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica cultural”

La OMT define al turismo como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.”

Por otro lado el turismo ha sido conceptualizado como un desplazamiento territorial con fines de ocio, motivado por la existencia en el lugar de destino de condiciones aptas y deseadas para la realización de estas actividades de esparcimiento. Tales condiciones suelen definirse “atractivos turísticos”, también vistos como recursos. Se trata de rasgos inherentes a los lugares, que son puestos en valor o activados para y por el turismo.

Distintos agentes intervienen en estos procesos de valorización, destacándose entre ellos los agentes económicos y el estado (Bertoncello; 2002)

Desde estas perspectivas la practica turística se organiza en torno a los atractivos que no son atributos per se de los lugares ,sino que la condición de atractividad seria socialmente construida, recurriendo en parte a los atributos inherentes específicos de los actores sociales involucrados, los hábitos y costumbres, las modas, etc. (Bertoncello, Castro y Zusman, 2003).

7.1 Turismo alternativo

El realizar turismo es una práctica socioeconómica plenamente incorporada en las sociedades de consumo actuales. En efecto el turismo de masas constituye una practica por excelencia de las sociedades modernas que implica un viaje temporal con fines de ocio y recreación y que fue extendiéndose aceleradamente durante la segunda mitad del siglo XX, en el marco de una sociedad salarial (Castel, 1997) y durante una fase de expansión capitalista. Pese a la expansión hegemónica del turismo, que implico difusión y estandarización de especificas formas de concretar actividades de ocio y recreación en espacios específicos (destinos de sol y playa), en las ultimas dos décadas aproximadamente, se ha asistido a un cambio en la dinámica turística, la cual se relaciona también con los cambios que suceden en el entramado sociocultural y económico en general.

Diversos trabajos (Schlüter, 2001 y Ospital, 2005) han indagado sobre el turismo en argentina, señalando que el mismo comienza a desarrollarse en las últimas décadas del siglo XIX, en correlación con el proceso de organización nacional y la consolidación del modelo económico agro exportador. Se trata de un turismo que puede adscribirse al denominado turismo de elite, en tanto practicado sólo por los sectores sociales más acomodados de la población, quienes emulando comportamientos sociales de grupos europeos con los que se identifican, comienzan a viajar con fines turísticos hacia algunos lugares del país. El turismo tiene para estos grupos una clara función social, en la medida en que se trata de una práctica compartida que define y refuerza el grupo de pertenencia y establece claras distinciones respecto de los otros; en gran medida, es una práctica social complementaria a otras que, con roles similares, conforman los hábitos de recreación de estos grupos en la ciudad de Buenos aires.

El panorama turístico descrito anteriormente fue transformándose lenta y paulatinamente ya desde las primeras décadas del siglo XX, en consonancia con los cambios sociales generales del país. Ellos conducirán a la consolidación, hacia mediados de siglo, de prácticas turísticas que pueden ser adscriptas al denominado turismo masivo, no sólo por el aumento del volumen de turistas sino, y fundamentalmente, por la vinculación del turismo con el mundo del trabajo y su reconocimiento como un derecho asociado al mismo.

En efecto, en Argentina el mundo del trabajo presentó una paulatina consolidación de derechos laborales tales como la limitación del tiempo de trabajo diario y semanal, los días de descanso y, finalmente, el descanso anual pago: las vacaciones (Cabrera, 2003).

El derecho al descanso se va asociando cada vez más con el turismo, en la medida en que éste es visto como una instancia de recuperación física y psíquica necesarias para el

mundo laboral. Paulatinamente, el turismo se instala como una necesidad y, también, como un derecho (Bertoncello, 2002).

En otras palabras, el turismo se fue convirtiendo en un componente cada vez más importante de una sociedad que estaba consolidándose como una sociedad de consumo; al igual que sucede con otros bienes y servicios, su demanda es incentivada por los agentes económicos involucrados en la actividad, a través del establecimiento de las habituales relaciones entre consumo, estatus y distinción social. (Bertoncello,2003)

En los últimos veinte años se han dado nuevas preferencias y modalidades en la práctica del turismo, donde el turista es más activo y participativo centrado en la búsqueda de tener experiencias significativas de las expresiones que el medio rural ofrece y tener una interacción más estrecha y de conocimiento de la naturaleza, que lo perfilan como un turista más informado, comprometido y consciente de sus acciones y actitudes al viajar.

Esta búsqueda por acercarse a la naturaleza de una forma más directa y activa, pero a la vez más responsable, valorando y respetando las particularidades naturales y socioculturales autóctonas de los lugares visitados, dio pauta en Europa y Estados Unidos al surgimiento del Turismo Alternativo.

Sobre el Turismo Alternativo existen diversas definiciones y conceptualizaciones, sin embargo, existe un aspecto que se presenta constante en todas ellas, que es considerada una modalidad turística que plantea una interrelación más estrecha con la naturaleza, preocupada en la conservación de los recursos naturales y sociales del área en que se efectúa la actividad turística.

“Esta nueva forma de hacer turismo, la cual es consecuente con los valores naturales, sociales y comunitarios, que permiten disfrutar positivamente tanto a anfitriones como a los invitados y hace que merezca la pena compartir experiencias.”(Smith y Eadington 1994:3). Estas nuevas formas de hacer turismo: “ecoturismo”, “agroturismo”, “turismo rural”, “turismo cultural” proliferan a velocidad vértigo y bajo sus premisas se diseñan destinos que intentan satisfacer estas nuevas demandas.

Es una corriente de turismo que tiene como objetivo la realización de viajes donde el turista participa en actividades recreativas de contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas, respetando los patrimonios natural, cultural e histórico del lugar que visitan. Presupone que los organizadores están conscientes de los valores naturales, sociales y comunitarios, y que los turistas desean interactuar con la población local. Esta modalidad de turismo está conformada por actividades que en su nombre indican su característica principal: turismo cultural, turismo rural, agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura, turismo cinegético, entre otros (Reyna Ibáñez e Ismael R. Villalobo)

Las motivaciones de los viajeros contemporáneos se han diversificado, conocimiento, identidad y diversión constituyen los ejes centrales (Smith, 2001:109). Los nuevos turistas han aparecido en escena con valores orientados hacia el medioambiente y hacia un consumo más ético. Sus motivaciones han pasado a ser más activas a construir una vía de escape y una búsqueda de autenticidad.

7.2Turismo cultural y patrimonio

El turismo cultural, según ICOMOS⁷ es *“aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios históricos artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios Socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada”*

La cultura se compone de procesos (ideas y modos de vida de personas) y de los productos de esos procesos (edificios, artefactos, arte, tradiciones, ambiente). El turismo cultural no solo abarca el consumo de los productos culturales del pasado sino también la cultura contemporánea o modo de vida de un pueblo o región.

Delgado Ruiz (2000) opina que *“la cultura receptora se esfuerza en ofrecer aquello que les es requerido, de acuerdo con su articulación en un sistema intercultural plenamente sometido a las leyes de la oferta y la demanda. Es lo diferente lo que la sociedad anfitriona sabe que debe exhibir, consciente de lo que se espera de ella por parte de quienes acuden turísticamente a visitarla.”*

De esta manera podemos decir que el turismo cultural puede ser un instrumento para revalorizar, afirmar y recuperar los elementos culturales e identifican a cada comunidad ante un mundo globalizado.

Por otro lado el turismo cultural puede contribuir a generar una toma de conciencia sobre la preservación del patrimonio, tanto tangible como intangible, comprendiendo que este es la herencia que lo distingue y le otorga individualidad.

Autores como de Mahieu, Bozzano, Toselli y ten Hoeve (2003), entienden que *“El patrimonio cultural es parte fundamental de las manifestaciones que el hombre en comunidad fue generando en la continua interacción vital con su circunstancia. La conservación de este patrimonio tiene sentido en función de la calidad de vida del hombre actual y de las generaciones venideras. Asimismo, ante el fenómeno de la globalización, se genera la urgencia de fortalecer la conciencia cultural de los habitantes locales, así el patrimonio aparece resignificado como factor de unidad en una comunidad. El rescate del patrimonio a través de actividades del ocio, posibilita el reencuentro de la persona con su historia personal o colectiva, el acercamiento a sus raíces, la posibilidad de recordar y recrear, y también conmovirse con lo que le resulta familiar o cercano. Este capital que proviene del pasado contribuye a mejorar la calidad de vida comunitaria, por lo que la dimensión social de la persona se desarrollará cuantitativamente y cualitativamente.”*

El patrimonio esta constituido por recursos que se heredan y de los que se viven. La herencia nos conecta con la historia, con lo se transmite de generación en generación. Es la utilización de la historia, un rescate de elementos del pasado desde el presente, de las circunstancias y necesidades del presente.

El patrimonio tiene que ser entendido como todos los elementos naturales y culturales, tangibles e intangibles que son heredados o creados recientemente. De esta forma podemos decir que *“los tesoros artísticos o monumentos conservados del pasado ya no son únicos. En la actualidad podemos considerar otros elementos que integran al*

⁷ ICOMOS (1999). Carta Internacional sobre Turismo cultural

patrimonio como la cultura inmaterial, haciendo hincapié en la cultura tradicional” (Ibarra, 2001:17)

El turismo cultural puede ser un positivo instrumento de desarrollo local y regional, entendido esto último desde una visión socio-económica que permita una equitativa distribución de los beneficios ya sean de carácter económico, social y cultural en las comunidades anfitrionas, reflejado en una mejora en la educación, la formación, la creación de empleo y la generación de ingresos, colaborando en la erradicación de la pobreza, por ejemplo el caso de los países en desarrollo (Toselli, 2003).

Si tomamos, el caso de Argentina, a partir de los diversos vaivenes económicos por los que ha atravesado este país hicieron necesario repensar e idear nuevos modelos para el desarrollo local.

Es así como las comunidades tomaron conciencia de la necesidad de adaptarse a estas nuevas situaciones y así, fueron surgiendo nuevas formas de gestión y participación comunitaria para la recuperación y puesta en valor del patrimonio a través del turismo cultural, como actividad dinamizadora de las economías locales.

En este contexto, la implementación y el desarrollo de diversos programas , ya sea a nivel nacional como regional o local, no solo han estimulado el desarrollo turístico propiamente dicho, sino también han promovido la recuperación y conservación del patrimonio local y el establecimiento de nuevas ” industrias culturales locales”.

Por ejemplo, el programa de Turismo Rural implementado por la Secretaria de turismo de la nación conjuntamente con la Secretaria de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (Programa Raíces), creado con el objetivo de estimular el desarrollo económico, social y cultural de las comunidades rurales argentinas.

7.3 Turismo rural

Según la Organización Mundial de Turismo, el término “*turismo rural se utiliza cuando la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido. El rasgo distintivo de los productos del turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local. El montañismo, la equitación, el turismo de aventura, los viajes educativos, el turismo orientado al deporte y la salud, y el turismo cultural son tan sólo algunos ejemplos de actividades que se consideran parte del concepto de turismo rural*”(OMT 1998).⁸

Toselli opina que *el turismo rural incorpora prácticas culturales que habían quedado en desuso, revaloriza las costumbres y hábitos campesinos, recupera antiguos procesos y actividades vinculadas a la producción agrícola-ganadera, contribuyendo a preservar la memoria colectiva y la identidad local.* (Toselli, 2003)

Según Cabrini (2002), *el producto ofrecido a través de este tipo de turismo, se caracteriza por el contacto personalizado que reciben los visitantes y por la oportunidad de*

⁸ [Http://www.unwto.org](http://www.unwto.org)

disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local.

Como lo sostiene la Organización Mundial de Turismo:

“Para que tenga éxito, el turismo ha de ser planeado y llevado a cabo para mejorar la calidad de vida de los residentes y para proteger el entorno local y natural. La protección del medio ambiente, de los pobladores locales y el éxito en el desarrollo del turismo son elementos inseparables”. (OMT, p. 262).

Los beneficios que justifican la promoción y el apoyo al turismo rural son (Barrera, 2009, p.55):

- Diversificación de la economía
- Creación de empleo y fomento del arraigo rural.
- Inserción de la mujer y de los jóvenes
- Revalorización del patrimonio gastronómico, arquitectónico, ambiental, es decir de todo el legado cultural
- Incremento de ingresos por el agregado de valor y mejora en la comercialización de la producción
- Fomento del asociativismo
- Mejora de la calidad de las producciones alimentarias regionales

El turismo rural se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de productos turísticos alternativos y se perfila como una de las actividades que más integra las dimensiones de la ruralidad y concentra el carácter multifuncional de un territorio.

El concepto de turismo rural recoge una cantidad considerable de definiciones, se destacan Gannon 1994 citado en Pérez (2010) que define al Turismo Rural como “toda la gama de actividades y amenidades provistas por campesinos y personas rurales para atraer turistas a su área, para así generar un ingreso extra para sus negocios” y García (1996) quien afirma “es aquella actividad que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado e íntimamente relacionados con el medio rural” .

Aparicio (2004) ilustra la idea del TR, entendido como” *motor de desarrollo local, y aduce que el TR es fundamental para una comunidad en la que la industria no lo es de ninguna forma, presentándose como un sector que genera puestos de trabajo y riqueza. La funcionalidad turística es, por consiguiente, un criterio más de delimitación territorial.*”

Por otra parte Barrera et al.(2009), señala que el turismo se inserta en un espacio que ya presenta para habitantes y visitantes imágenes basadas en las ideas y creencias pre-turísticas. Para los habitantes, en función de sus producciones tradicionales, y para los visitantes, en función de sus consideraciones sobre la ruralidad, sus habitantes y actividades. Por tanto, la apertura de los territorios rurales al turismo conlleva un fuerte impacto en la dimensión simbólica de ambos grupos.

La identidad de un grupo y de sus miembros se revela en los momentos de relaciones “efectivas” con otro grupo y sus miembros, sea en intercambios o cooperaciones, sea en enfrentamientos, igualitarios o no Debuyst (2009). El turismo rural es una fuente de relaciones con una identidad local con grupos externos, representados en este caso por los turistas, por lo que los proyectos de desarrollo en este ámbito, deben partir de la base del respeto por lo que se tiene y se hace en un territorio, destacándose la identidad local.

Montiel et al. (2000) Señalan al *turismo rural como un proceso turístico que tiene como destino el aprovechamiento de las potencialidades y particularidades propias del ambiente rural, con el fin de satisfacer las “necesidades” del que viaja y el afán de desarrollo local, de las comunidades rurales, manteniendo niveles aceptables de impacto sobre sus recursos y la rentabilidad de la empresa que comercializa el producto.*

Dentro de las modalidades que puede asumir el Turismo Rural se encuentran el Agroturismo que se refiere a experiencias con las actividades productivas cotidianas de los campesinos, el Ecoturismo en forma de actividades de esparcimiento en el medio rural ambientalmente responsable, el Turismo Cultural que, basado en manifestaciones culturales relevantes de un territorio rural, crea productos propios, el Turismo Aventura es un tipo de turismo activo con deportes de aventura que toman como escenario los espacios rurales naturales, el Turismo Deportivo tiene como objetivo acoger a las personas interesadas en realizar deportes en escenarios naturales o acomodados en el entorno rural, el Turismo Científico tiene como base la exploración. el Turismo Educativo se basa en experiencias educativas inmersas en espacios rurales, Turismo Salud actividades que implican el cuidado de la salud y el bienestar del turista, Turismo Gastronómico motivado por las riquezas gastronómicas de cada destino, y una modalidad relevante en términos de desarrollo rural territorial, el turismo comunitario en el que prevalece la valoración de la identidad cultural y el fomento de las actividades vivenciales dentro de los núcleos comunitarios Samuel Pérez (2010).

De acuerdo con las anteriores afirmaciones, se puede señalar el valor estratégico del turismo rural como factor dinamizador en procesos de desarrollo, complementando con la cita que Leal (2008) hace al enfoque que la Organización Mundial del Turismo (OMT) da al turismo rural con perspectiva de desarrollo territorial involucrando a los sectores agrícola y el turismo: *“Se complementan a partir de sus recursos y sus potencialidades para plasmarse en un negocio que resulta novedoso para ambas actividades, en la búsqueda de una mejor calidad de vida para los actores involucrados directa o indirectamente”.*

Siguiendo los lineamientos de las concepciones anteriores se puede concebir que el turismo rural es la actividad argentina por excelencia, la que refleja nuestra cultura y folklore en su ambiente natural.

La Argentina cuenta con gran cantidad de estancias dedicadas al turismo, ubicadas mayormente en la provincia de Buenos Aires y en la Patagonia, principalmente en la provincia de Santa Cruz. También existen establecimientos en el noroeste, nordeste y centro del país. Cada zona presenta características diferenciadas de este tipo de turismo, relacionadas con el ambiente rural, las dimensiones, arquitectura y gastronomía de los establecimientos. Los servicios ofrecidos son varios, desde el alojamiento en los cascos de estancias, paseos en carruajes, hasta la participación en las actividades del trabajo

diario del campo, como la producción láctea, cerealera y ganadera ovina, bovina, equina y caprina, entre otras. (SECTUR)⁹

En la actualidad existen numerosos proyectos y pequeñas empresas que se encargan de vincular la agricultura con el turismo, como uno de los mecanismos que pueden aportar a la promoción del desarrollo rural, al fortalecimiento y articulación de negocios competitivos con sostenibilidad ambiental y viabilidad económica, valorizando al mismo tiempo el conocimiento tradicional y cultural.

El crecimiento de la actividad turística en general y, en particular, el interés por la naturaleza y la cultura del campo son tendencias en crecimiento. El turismo rural constituye para el sector agropecuario y para las comunidades locales una oportunidad para la generación de empleo directo e indirecto que contribuye a evitar el éxodo rural; una alternativa para diversificar y ampliar los ingresos, disminuyendo así las desigualdades socioeconómicas; y una forma de difundir y revalorizar las culturas, tradiciones, prácticas y saberes locales.

Sin embargo, el gran impulso al turismo rural le fue dado por la firma del convenio entre la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR) y la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGPyA) 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 cabe mencionar al de las Rutas Alimentarias Argentinas y el Proyecto Municipio Rural Turístico.

Este último proyecto busca incentivar el turismo en pequeñas comunidades rurales. Consiste en identificar municipios con menos de 5.000 habitantes que cuenten con una actividad agrícola destacada y con atractivos suficientes para atraer a los turistas. Prevé dotar a esas localidades con infraestructura básica, equipamiento turístico, capacitación y asistencia en la comercialización del producto.

7.4 Desarrollo local

Las importantes transformaciones territoriales producidas por el proceso de globalización y las nuevas tendencias en las actividades económicas implican ajustes, adaptaciones, sustituciones e innovaciones en el tipo, forma y gestión de las actividades desarrolladas en distintos ámbitos sociales urbanos y rurales.

Con el tiempo, la idea de desarrollo asociado a crecimiento fue revisada y cuestionada por aquellos que veían que eran relativamente pocos los beneficiados por este enfoque modernizante, y que por otro lado, en función de la adopción de técnicas y tecnologías ajenas al medio socio productivo, se perdía una forma de pensar y de producir sostenidas durante años. Así, nuevos enfoques se desarrollaron, surgidos fundamentalmente de la revisión de la concepción anteriormente citada, así como del debate que se daba sobre el lugar que debía ocupar la tecnología, el conocimiento local, la potencialidad de las comunidades para promover su propio desarrollo. Ahora se hablaba de desarrollo, no sólo como incrementos productivos, sino como una mejora en la calidad de vida distribuida más equitativamente, la democratización de la toma de decisiones, el fortalecimiento de la sociedad civil, la conservación de los recursos naturales, etc. Estos eran los elementos comunes a la discusión.

⁹ <http://www.cienaniosdeturismo.gov.ar/>

Se utilizaron varios términos para distinguir este nuevo concepto de desarrollo: Desarrollo Endógeno, Desarrollo Auto sostenido, Desarrollo Local, cada uno haciendo hincapié en algunas variables determinadas más que en otras.

En el presente trabajo se tomara el concepto de Desarrollo Local, que si bien reconoce que como cuerpo teórico toma elementos de otras conceptualizaciones acerca del desarrollo, tiene la capacidad de reunir el espacio, la historia, las identidades locales así como la producción y la economía de una región, de un territorio, como elementos a ser analizados conjuntamente para promover políticas de desarrollo rural.

Los cambios tecnológicos han traído aparejado la reducción de empleos agrícolas y como consecuencia de esto la prestación de servicios rurales también ha disminuido; de forma general las poblaciones rurales han envejecido, y los pequeños pueblos luchan por mantenerse vivos ante el fenómeno del despoblamiento. Es en este sentido que esta actividad se ha posicionado como factor de desarrollo económico particularmente en aquellas zonas rurales en crisis, ya sea complementando las actividades tradicionales o incluso reconvirtiendo la economía local, preservando el patrimonio natural y cultural. El turismo rural diversifica la actividad agropecuaria, al poner en valor otros recursos del campo: la naturaleza y la cultura del trabajo agrario. Es una actividad netamente agraria, innovadora, de carácter familiar, respetuosa del entorno y generadora de nuevas fuentes de ingreso y empleo. A través del turismo rural, los productores pueden beneficiarse del negocio sin resignarla actividad agropecuaria (Barrera, 2003) razón por la cual este tipo de turismo presenta una imagen de crecimiento y prosperidad.

El desarrollo local, además de pensar en el territorio, supone otras cuestiones: la más importante, es entender el concepto de desarrollo como la idea del crecimiento económico con impacto social. Por lo tanto podemos decir que el desarrollo local, de una localidad, de un partido, de un municipio, es aquella actividad económica que motoriza el crecimiento económico del lugar y mejora las condiciones de vida. Por ejemplo si en una localidad se instala un hipermercado que genera un excedente económico y lo transfiere hacia fuera pero no mejora las condiciones de vida, eso es crecimiento económico pero no es desarrollo local porque le falta la otra parte, que es mejor distribución. Impacto social: mejor cadena de distribución.

A partir de las definiciones planteadas podemos rescatar que el desarrollo local se fomenta mediante una actividad económica que motoriza no solo el crecimiento del lugar sino también mejora las condiciones de vida, siempre y cuando participen todos los actores intervinientes tanto el sector público como privado y la comunidad local.

Según Arocena no es posible la existencia de procesos exitosos de Desarrollo Local sin un componente identitario fuerte que estimule y vertebré el potencial de iniciativas. Por tanto, una de las claves fundamentales para explicar el Desarrollo Local, es analizar las formas en que se ha ido constituyendo la identidad local o ese reconocerse en una historia colectiva en un territorio determinado, intentando definir aquellos rasgos que han tenido una incidencia decisiva en los procesos de desarrollo. Para que "la identidad colectiva" se convierta en palanca de desarrollo sus procesos constitutivos deben articular el pasado, el presente y el proyecto en una única realidad interiorizada por el conjunto de los miembros de la sociedad. Y también cuando la identidad los lleva a descubrir la posibilidad de actuar o que generen un horizonte colectivo plasmado en un Proyecto. Pues sólo una identidad generadora de Proyecto permite construir una Visión compartida sobre el desarrollo de la localidad, del Estado y del País (Arocena J, 1995).

Por otro lado un proceso de Desarrollo Local supone una cultura de la proactividad con alta autoestima del colectivo, que los lleve a saber qué quieren, asumir riesgos, tomar la iniciativa, buscar alternativas, aprender de los errores, ser creativos, y hacer que las cosas sucedan. Estas actitudes proactivas se convierten en condición sin “equa non” para que todos los actores sociales se conviertan en actores-agentes o sujetos del desarrollo Local. La modernidad auténtica sólo puede surgir de un esfuerzo endógeno, movilizand o las energías sociales que hacen que una sociedad se sienta responsable por sus acciones y por los resultados de ellas. (Calderón, Hopenhayn y Ottone. 1996).

Asimismo es necesario el desarrollo de una cultura de la información que les permita el acceso, manejo y conocimiento de nuevos códigos que los vincule con el entorno externo Nacional e internacional y les permita la transferencia de experiencias generadoras de nuevas formas de acción y gestión social. La transformación educativa pasa a ser un factor fundamental para desarrollar la capacidad de innovación y la creatividad, a la vez que la integración y la solidaridad (Cardenas 2002).

Para abordar el tema del turismo rural como alternativa para a revalorización de productos típicos locales se consideraran cuatro dimensiones que intervienen al momento de distinguir las estrategias de desarrollo local (Arocena 1995):

□ La dimensión territorial: tomada en un sentido amplio, no solo existe como un espacio geográfico, sino que ese espacio esta ocupado por personas atravesadas por diversos planos: social, histórico, técnico-productivo, cultural, económico, porque lo propiamente geográfico, define las condiciones agroecológica de producción es dinamizado por los aspectos socioculturales que definen la zona y que configuran un aspecto básico para diferenciar un producto. El resultado se traduce en un área común multiplicidad de actores, con variados intereses, pero responsables, voluntaria o involuntariamente, de la construcción común de ese territorio. En esta construcción común de ese territorio. En esta construcción local del territorio se expresa la identidad local.

□ La identidad local: producto de una historia marcada por hechos y personas, propios y/o ajenos al territorio, rescatar la identidad local es una condición necesaria para promover procesos de desarrollo local. Los procesos que marcan la evolución de las sociedades locales, las referencias comunes, la construcción colectiva de la localidad.

□ El conocimiento local: rescatamos el conocimiento local en tanto producto de saber cotidiano de una comunidad.

Este saber cotidiano es a la vez una categoría objetiva como normativa. Objetiva porque la suma del saber cotidiano de una época, de un estrato social, es relativamente independiente de lo que de tal saber se convierte en patrimonio de un solo sujeto. Y es normativa porque para que un estrato o integración cumpla de su función, es la totalidad del tal estrato o integración la que debe apropiarse de ese saber cotidiano. Así los saberes compartidos por generaciones, generadores de una cultura, de producciones típicas en un área definen la forma en que una sociedad local, tiene que reunir una serie de requisitos que hagan viable la propuesta desde el punto de vista tecnológico.

□ El espacio tecnológico: Herrera (1981) define al espacio tecnológico como el “conjunto de condiciones y restricciones que una tecnología debe satisfacer para responder a una necesidad”, así la propuesta tecnológica que debería contener todo proyecto de

desarrollo local, tiene que reunir una serie de requisitos que hagan viable la propuesta desde el punto de vista tecnológico.

Estas condiciones y restricciones se resumen en tres grandes grupos: condiciones socioeconómicas del área de estudio, las soluciones locales ensayadas y recursos naturales propios de la región.

Estas cuatro dimensiones juegan el rol o dinámica en el espacio en cuestión, como se señalaba anteriormente por la diversidad de actores involucrados. Reconocer esta diversidad es un elemento clave para promover estrategias de desarrollo local, ya que al hablar de desarrollo local implica involucrar a todos aquellos que tienen un lugar en la dinámica económica y social del área.

Haciendo referencia al párrafo anterior podemos decir que de ante la necesidad de resolver problemas que surgen en el contexto de la globalización, para movilizar y dinamizar las estructuras locales a partir de sus propios recursos.

Ya que se entiende las propiedades de desarrollo local como un conjunto articulado de iniciativas publicas y no publicas que se orientan a dinamizar la producción, fortalecer la gestión, mejorar las condiciones de vida y estimular la interacción entre actores y la participación ciudadanía en los espacios locales.(CELADE 1997)¹⁰

El desarrollo local se basa en una visión territorial integradora de espacios sociales, económicos, culturales y políticos.

- En lo social, se identifica con la movilización de actores sociales que promueven iniciativas propias en función de los intereses de la comunidad local.
- En lo económico la apropiación y reinversión in situ de parte del excedente a fin de diversificar la economía del territorio.
- En lo cultural como matriz generadora de identidad socio territorial.
- En lo político se identifica como una capacidad de la toma de decisiones (Boisier1997, Berco1999, Maranco 2007, Rios y Roca 2007).

8.1 Desarrollo rural

Según Manzanal el desarrollo rural pasa a ser parte de una política territorial, de una política de desarrollo local donde se conjuga lo urbano y lo rural. Se observa que el énfasis esta puesto en los vínculos urbanos-rurales, lo cual incorpora un espacio de definición mas amplio y que no se reduce solamente al espacio agrícola-ganadero.

Otro aspecto destacable hace referencia a la importancia adquirida por el empleo rural, agrícola y no agrícola, como una manera de diversificar económicamente estos espacios. Además se da especial interés al fortalecimiento institucional de los gobiernos locales y la concentración social.

La creciente preferencia por los enfoques territoriales, en vez del tradicional enfoque sectorial, que incorpora al conjunto de actividades desarrolladas en espacios rurales con

el fin de producir efectos prácticos en relación con las unidades de intervención de los programas de desarrollo local.

El desarrollo rural, no como fenómeno, sino como estrategia de acción surge en la década de los años 70. Es posible distinguir tres tipos:

- Desarrollo rural endógeno

Su objetivo es incrementar el bienestar de la comunidad local mediante el establecimiento de actividades económicas y socioculturales utilizando sus propios recursos humanos y materiales. Se definen las estrategias a partir de los recursos naturales, reordenándolos hacia producciones con posibilidades industriales, crear infraestructuras básicas, promover la inversión y conservar los espacios naturales.

- Desarrollo rural integrado:

Con el fin de integrar todas las formas potenciales de aprovechamiento de los recursos existentes y mejorar la calidad de vida, mantener la población, proteger el medio ambiente y crear empleos, además de promover la diversificación de la actividad agrícola sin perder la identidad cultural ni la preservación de sus valores medioambientales, históricos, culturales y patrimoniales, manteniendo un equilibrio territorial y ecológico.

- Desarrollo rural con enfoque local:

Proceso de organización del futuro de un territorio como resultado del esfuerzo de concertación y planificación emprendido por los actores locales con el fin de valorizar los recursos humanos y materiales de un territorio, y mantener un diálogo con los centros de decisión económicos, sociales, culturales y políticos, en los que se integran y de los que se componen.

Dentro del desarrollo rural Schetjman y Berdegue (2004) definen el desarrollo territorial rural como un proceso de transformación productiva e institucional en un espacio rural determinado, cuyo fin es reducir la pobreza rural. La transformación productiva tiene el propósito de articular competitiva y sustentablemente a la economía del territorio a mercados dinámicos. El desarrollo institucional tiene los propósitos de estimular y facilitar la interacción y la concertación de los actores locales entre sí y entre ellos con los agentes externos relevantes, así como de incrementar las oportunidades para que la población pobre participe del proceso y de sus beneficios.

Existen dos causas básicas que explican el interés creciente por un enfoque territorial para el desarrollo rural: a) el reconocimiento de los nuevos rasgos y tendencias de nuestras sociedades rurales (la así llamada nueva ruralidad), ante los cuales el viejo instrumental teórico y metodológico se muestra crecientemente impotente y; b) la constatación de que los enfoques o estrategias convencionales de desarrollo rural y eliminación de la pobreza que se pusieron en juego en la región desde fines de los años sesenta, no rindieron los frutos esperados.

8.2 Desarrollo territorial

Según el Instituto de Investigaciones Tecnológicas Agropecuarias el desarrollo territorial es un proceso implementado por los actores del territorio, que procura fortalecer las capacidades locales, aprovechar los recursos propios y externos para consolidar el entramado socio-institucional y sistema económico productivo local .(INTA 2007)¹¹

Sili define al desarrollo territorial rural como un proceso de transformación rural que a través de la organización y dinamización del territorio y de la puesta en marcha de metodologías dinámicas y flexibles de organización social pretende alcanzar:

- Un alto grado de innovación y diversificación económica productiva con actividades agrícolas y no agrícolas que permita constituir sistemas productivos locales competitivos reducir el riesgo y la vulnerabilidad.
- Altos niveles de capital social y cultural rural a fin de fomentar la inclusión social, el arraigo de la gente en su tierra y una mayor capacidad de innovación social y cultural.
- Infraestructura, equipamientos y servicios eficientes para el desarrollo económico y el mejoramiento de la calidad de vida. (Sili, 2005)

Los elementos fundamentales son:

1) La participación social:

En el proceso de desarrollo territorial se requiere la participación de todos los actores locales, productores agropecuarios, el gobierno en sus distintos niveles, la comunidad local, investigadores de distintas universidades, ONG's entre otros.

2) La multidimensionalidad:

- Dimensión económica productiva: apunta a lograr la competitividad en todas las actividades económicas que se llevan a cabo en la localidad, sean productivas o no.
- Dimensión socio-cultural: fortalecimiento de la identidad y del capital social del territorio.
- Dimensión ambiental: el objetivo principal es la sustentabilidad.

Para Albuquerque la estrategia de desarrollo local sostenible insiste en la importancia del mantenimiento de la población agraria en el medio rural, tratando de diversificar sus actividades hacia la puesta en valor del medio ambiente natural, el desarrollo de actividades forestales , la incorporación de elementos de calidad en actividades como la agricultura biológica , la artesanía o las agroindustrias locales y la conservación y valorización de patrimonio cultural como soporte fundamental para el turismo rural.(Albuquerque 2003)

En el caso del área periurbana de la ciudad de La Plata, particularmente en los municipios de Colonia Urquiza y Gorina la relevancia de su condición rural por ser poseedores de tradición y patrimonio cultural, los convierte en una buena opción turística

¹¹ Instituto de Tecnología Agropecuaria 2007

en el que se pueden desarrollar diferentes actividades. Paralelamente, este desarrollo les permite a sus residentes, diversificar las actividades y ampliar el trabajo familiar, generando consecuentemente nuevas formas de ingresos sin tener que abandonar las actividades agropecuarias.

3) La multisectorialidad:

Se pretende favorecer una mirada integral del territorio, que implica:

- En términos económicos: la complementariedad entre agricultura y otras ocupaciones no agropecuarias en la generación de ingresos rurales, con fuerte vinculación agricultura-industria-servicios.
- En términos sociales: la integración de los servicios (salud, educación, empleo) al desarrollo de los territorios.

4) La visión económica de territorio:

Se trata de pasar de considerar a la economía de un territorio rural de manera sectorizada, como meramente “agrícola”, a entender la economía como “territorial”, asumiendo la multisectorialidad de la economía de los territorios rurales, que implica la consideración de todas las actividades tanto las productivas como las no productivas.

Esta consideración lleva a reconocer la importancia de las diferentes cadenas de valor agregado que se puede construir en los territorios como por ejemplo los clusters, las cadenas agroalimentarias y agroindustriales territorializadas, las denominaciones de origen, el turismo rural y la agroindustria artesanal, entre otros.

5) Búsqueda de una mayor coincidencia institucional:

Para la creación de una institucionalidad es necesario el fomento de la cooperación público -privada, con la conformación de una red territorial de solidaridad y relaciones entre los diversos actores e instituciones , que logre el compromiso en un proyecto compartido que refleje las diferentes aspiraciones sociales o intereses presentes en el territorio (Rozenblum, 2006).

9. Identidad territorial

Los territorios rurales son espacios que representan, que reúnen los fenómenos de la sociedad y parten de un proceso de construcción social en el que la identidad se presenta en su mayor componente.

Debuyst (2009) argumenta que el territorio es un substrato de identidad que puede combinarse con la comunidad, la etnia, un medio social rural o urbano. La nación y corresponde a una realidad vivida o representada mas o menos fuerte.

De esta forma podemos decir que la identidad esta presente en contextos locales de cada territorio construidos a través de los años desde los fundadores de una comunidad , fortalecidos y establecidos como lo autentico de un pueblo y que a la vez representa el principal factor diferenciador entre las comunidades globales.

Ante el fenómeno de la globalización se hace necesario revalorizar los valores que identifican una comunidad, de esta manera una identidad conservada y bien caracterizada

en un territorio rural se perfila como un factor de desarrollo endógeno, el cual se convierte en a fuente de procesos de diferenciación.

La identidad de un grupo y de sus miembros se revela en los momentos de relaciones efectivas con otro grupo y sus miembros, se basa en intercambios o en cooperaciones, sea en emprendimientos igualitarios o no, Debuyst (2009).

El turismo rural es una fuente de relaciones con identidad local con grupos extremos, representados en este caso por los turistas, por los proyectos de desarrollo de este ámbito, deben partir de la base del respeto por lo que se tiene y se hace en un territorio, desatancándose la identidad local.

Como mencionábamos anteriormente los procesos de industrialización y la expansión de las ciudades desdibujaron las fronteras en lo rural y lo urbano de esta forma se hace cada vez mas difícil la caracterización de cada área por sus particularidades, especialmente en las zonas donde se ponen en contacto ciudad y campo, denominadas rururbanas.

Estos nuevos fenómenos han hecho perder la identidad de lo rural como lo agrícola y lo tradicional.

Desde lo cultural es considerado como una alternativa para mejorar la calidad de vida. Los nuevos valores atribuidos al medio rural, han provocado cambios en el uso del suelo y el surgimiento de nuevas identidades producto de la llegada de nuevos pobladores al medio rural (García 1995).

PARTE III: ESTUDIO DE CASO

10. TERRITORIO

Entendiendo que, como se plantea en la tríada social, el lugar es un patrón de ocupación y apropiación territorial donde los actores llevan a cabo continuamente procesos que provocan la resignificación de conciencias, acciones y objetos en ese espacio, es preciso entender y trabajar el concepto de territorio.

Es por ello que, según Bozzano (2009), cuando se desea realizar un estudio como el que propone esta tesis, es necesario, en una primera instancia, entender al territorio, es decir, “describirlo, conocerlo y explicarlo en los aspectos básicos y determinantes de lo que se pretende investigar y donde se pretende intervenir”.

Como explican los autores Carvalho y Guzmán (2011) en su trabajo sobre el turismo y la dinámica social, “los territorios se crean a partir de determinada intencionalidad y, como construcción humana, son constantemente redefinidos y adaptados a las necesidades de los grupos sociales (Cammarata, 2006). Surgen, así, de un tipo particular de percepción y apropiación del espacio, siendo constituidos por formas de organización social, comunicación grupal y lazos de solidaridad comunitaria específicos, ligando a los individuos con un pasado u origen común.

En los territorios se establecen las prácticas cotidianas, las relaciones socio-económicas y las manifestaciones culturales, convirtiéndose en espacios donde una comunidad

encuentra su sistema de referencias. Además de poseer una dimensión material, ya que se configura mediante la disposición de elementos físicos, el territorio se construye de forma intersubjetiva presentando una dimensión cognitiva.

En él se destacan el sistema de flujos; las relaciones sociales y políticas; y las memorias, legados, códigos culturales, símbolos, representaciones e imaginarios sociales compartidos. Ese conjunto de elementos propone una noción de territorio dinámica y polisémica.

Se comprende que los territorios se presentan como sitios simbólicos de pertenencia, reveladores de vivencias, creencias, ritos, rituales, celebraciones, costumbres y estilos de vida de las comunidades (Zaoual, 2006). Así, el concepto de territorio puede ser entendido como el resultado de esas prácticas sociales distintas y del sentimiento de pertenencia que le es inherente, revelando la función identitaria.”

Esta perspectiva ayuda a entender al territorio, (Bertoncello, 2002) como un espacio social, es decir, donde el espacio y el tiempo son determinaciones constitutivas de lo social. Por lo tanto, conceptualizar el territorio como un espacio concreto y acotado, es reconocerlo también como parte constitutiva de la sociedad, es decir, lo social no puede ser pensado como un aspecto al margen de estos dos conceptos. Siguiendo el pensamiento de Soja (1993), la sociedad actúa en un espacio, lo incorpora en su dinámica, y al tiempo que lo transforma se transforma a sí misma.

El territorio no es un simple soporte de actividades económicas o el marco de localización de los agentes. Se trata de un espacio construido histórica y socialmente.

Desde la perspectiva de desarrollo local, al territorio se lo puede estudiar desde tres dimensiones, que no son incompatibles entre sí, sino que se complementan para tener una mirada más amplia y comprensiva: el territorio como espacio físico, el territorio como instancia de articulación de actores y el territorio como terruño.

Al considerar al territorio como una dimensión física nos está delimitando espacialmente la región en donde se van a establecer políticas de desarrollo. Este territorio se caracteriza por una topografía, un clima, una biodiversidad determinados. Son dinámicos por la dinámica misma de los fenómenos sociales, culturales y económicos que los atraviesa.

Según Bozzano “el territorio tiene un continente y un contenido, no se reduce solo a la complejidad de su continente físico espacial”(Bozzano Horacio 2000). Al considerar al territorio como escenario donde articulan diversos actores, estamos poniendo énfasis en la dinámica propia de una realidad relacional, construida a través del tiempo y en la cual los agentes intervienen imponiendo determinadas lógicas que producen bienes tangibles e intangibles que lo definen.

Por último el territorio como terroir o terruño nos impone una visión histórica y cultural. La construcción colectiva del espacio, define las prácticas, las costumbres, rutinas y experiencia acumulada que tiene como productos una forma de hacer y de nombrar las cosas.

10.1 El periurbano platense

Durante el modelo agro exportador (1880-1930), el cinturón se localizaba en espacios de la Capital Federal y de la primera corona. El Censo de 1914 muestra que se especializaba en vacunos, maíz, leche, lino, batata y porcinos. Para la fase temprana del modelo de sustitución de importaciones (1930-1952), el periurbano hortícola se desplegaba en la segunda corona y en 1937 producía frutales, vacunos, maíz, leche y alfalfa. En la fase madura del modelo sustitutivo (1952-1975), cuando se produce una urbanización acelerada de la periferia, el cinturón ocupa espacios de la segunda corona y comienza su corrimiento hacia la tercera. De acuerdo al Censo 1969, se especializaba en alcaucil, apio, tomate, vacunos, aves, maíz, zapallo y leche. Con la crisis del modelo mercado internista y el viraje hacia el modelo neoliberal, el desarrollo del cinturón va a darse en cuñas de la segunda corona y en espacios de la tercera. Los censos 1988 y 2002 muestran una gran intensificación de la producción con diversidad de cultivos a campo y bajo cubierta: acelga, alcaucil, apio, berenjena, bróccoli, cebolla de verdeo, chaucha, choclo, coliflor, escarola, espinaca, frutilla, hinojo, lechuga, perejil, pimiento, puerro, remolacha, repollo blanco y colorado, tomate y zapallito. En la actualidad, en el escenario emergente posterior a la crisis de la convertibilidad, el periurbano productivo se despliega principalmente en la tercera corona y en cuñas remanentes de la segunda. Como se ha mencionado, comienzan a darse fenómenos de periurbanización incipientes en la cuarta corona.

Con respecto a las dinámicas migratorias en las producciones periurbanas de la RMBA, se han producido varios reemplazos generacionales, protagonizados por distintas colectividades. El cinturón de quintas fue desarrollado a principios de 1900 por población de origen italiano y español. A mediados de siglo los portugueses irrumpen con fuerza en horticultura (Svetlitz de Nemirovsky, Durante el modelo agro exportador (1880-1930), el cinturón se localizaba en 2005), así como los japoneses lo hacen en floricultura. En la década del setenta comienza un potente fenómeno de "bolivianización", cuando trabajadores bolivianos se incorporan en las quintas de los portugueses, reemplazándolos con el paso de los años.

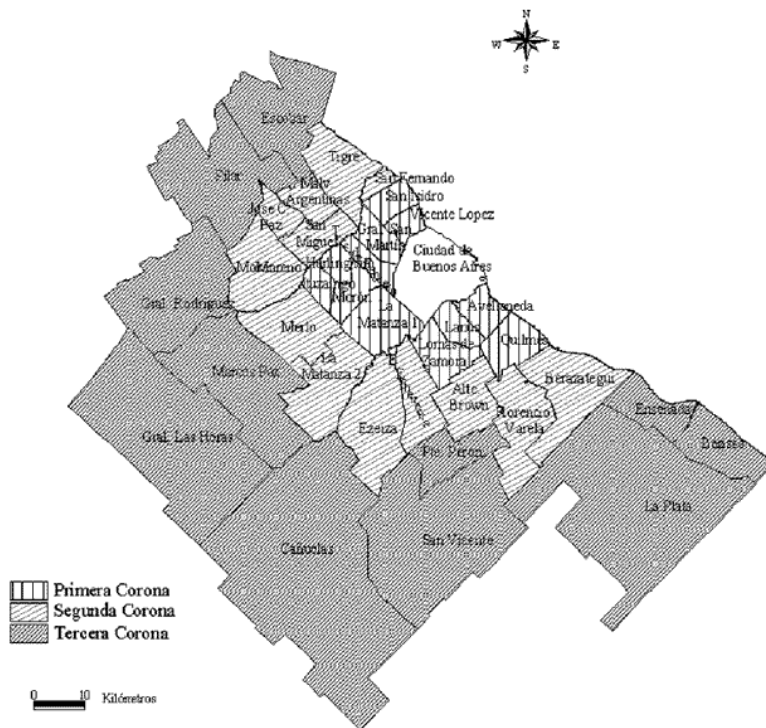


Figura n°1 : coronas metropolitanas de mbba

Fuente: elaboración propia a partir de Globalización y Agricultura periurbana en la Argentina

Tomando como caso de estudio a dos de las localidades que conforman el periurbano platense: Gorina y Colonia Urquiza, se pretende analizar los procesos sociales que intervienen en la producción, consumo y valorización de productos típicos. Y evaluar si turismo rural puede ser una alternativa para revalorización de productos que han quedado en desuso y para el desarrollo local de dichas localidades que conforman el partido de La Plata.

El Gran La Plata es un aglomerado urbano formado alrededor de la ciudad de la Plata, capital de la provincia de Buenos Aires, Argentina. Está compuesto por parte de la población urbana del partido de La Plata, y por la población urbana de los partidos de Ensenada y Berisso. Poseía una población de 694.253 habitantes según el censo de 2001 en una superficie de 228 km², ubicándose como el sexto mas poblado de la Argentina y el segundo más extenso en superficie. En el censo de 2010 se contabilizaron 787 294 habitantes en su zona urbana.

El partido de la Plata tiene una superficie de 99.200ha. De las cuales el 15 % corresponde a espacios urbanos (ciudad y suburbios) el 39% a espacios periurbanos (Cinturón Verde) y el 46% al espacio rural (medio agropecuario pampeano).

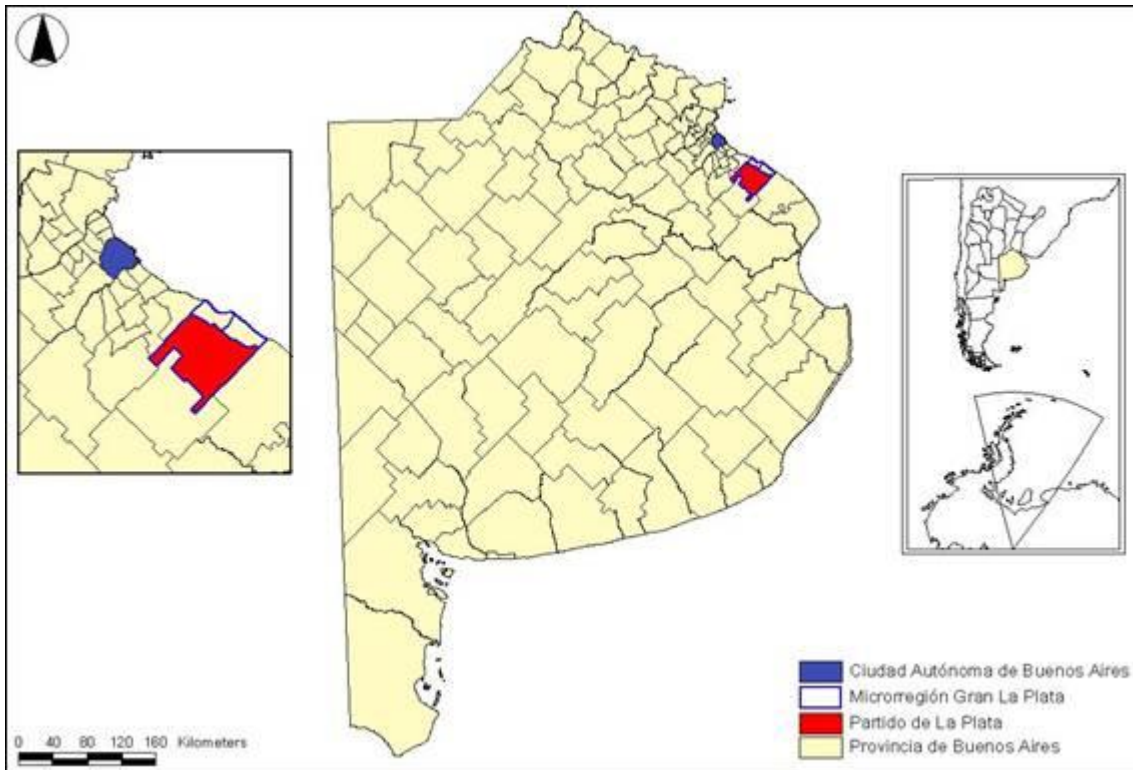


Figura 2: Localización del Partido de La Plata al interior de la Provincia de Buenos Aires.
Fuente: Elaboración Propia mediante SIG-Arc View 3.1

El sistema periurbano en términos de Morello es entendido como un sistema dinámico y complejo, el cual tiene todas las características de interfase ecológica y socio-productiva. No es campo ni tampoco es ciudad, (Morello 2000).

La periurbanización, es decir, los procesos de estructuración del espacio periurbano es guiado por la racionalidad de los agentes y grupos sociales que interactúan. Desde esta perspectiva, el conjunto de acciones e intereses de los diferentes actores y agentes en el espacio periurbano.

En el cinturón verde es posible reconocer en el tiempo una secuencia en la incorporación de familias a estas actividades: italianos, españoles, portugueses, japoneses, migrantes del norte argentino y bolivianos. Las diferentes trayectorias y especificidades en las prácticas socioculturales de cada grupo se articulan a la posición dispar dentro de los mercados y submercados para dar lugar a una fuerte heterogeneidad cultural y económica.

De acuerdo a las definiciones y ejemplos planteados el desarrollo del turismo rural se plantea como una actividad que generara beneficios para la población como: generación de empleo, mayor producción de hortalizas típicas y el ofrecimiento de las mismas en la zona, la revalorización de los recursos locales y la ampliación de la oferta turística de la ciudad de La Plata.

10.2 La ruralidad en el Gran La Plata

La ciudad de la plata se creó a fines del XIX. Se instaló en zonas de estancias extensivas y sitios dispersos. El municipio creció a partir de las actividades administrativas y luego en el siglo XX con el desarrollo de la agroindustria frigorífica y la instalación de petroquímicas en la costa del río de la plata.

Con la instalación de la población urbana del entorno de ganadería extensiva y tambos se orientó al consumo urbano inmediato. Así mismo creció la producción hortícola y más adelante florícola.

Las zonas urbanas se expandieron en 2 grandes zonas:

Una hacia la ribera con el cultivo de hortalizas y uva para la producción de vino de consumo popular. Que actualmente experimenta un renacimiento con el apoyo de instituciones locales y programa de desarrollo de la UNLP Velarde et al. (2008) La otra zona avanzó hacia el interior, en los límites del campo ganadero.

10.3 Periurbanidad tradicional

Se constituye en base a las producciones y está interactúa con las ocupaciones derivadas de los servicios, habitación y actividad industrial (ligado al hecho urbano). La ciudad hasta mediados del siglo XX estuvo atravesada por las dinámicas agrarias.

Por la instalación de una producción agraria periurbana en pequeñas parcelas, quintas (las más cercanas) y chacras. La periurbanización moderna apareció a partir de los años 60 y se aceleró en los 80 paralelamente al salto tecnológico y económico que experimentó la producción hortícola.

Muy tempranamente, con la ampliación de la ciudad se desarrolló un entorno agrícola ganadero que proveyó de alimentos básicos al conglomerado urbano. En el caso de la producción hortícola y más adelante la florícola, se instaló con una tecnología comparativa muy rudimentaria y localizada en pequeñas parcelas de cultivo.

La Plata agraria evolucionó en dos zonas: una puntual sobre la ribera, en donde se cultivaron hortalizas y uva (para la producción de vino de consumo popular). En las últimas décadas esta fue decayendo hasta casi desaparecer y actualmente experimenta un cierto renacimiento con el apoyo de instituciones locales. La otra zona más amplia de espaldas al río, se fue ampliando y corriendo con el crecimiento de la ciudad.

Actualmente, en muchos aspectos, La Plata puede ser considerada como un conglomerado con dinámicas propias y asimismo formando parte variadamente de procesos extra locales, de acuerdo a sus diversas actividades. En los análisis regionales del Gran Buenos Aires, al municipio de La Plata se lo ubica en el sur en la *tercera corona*, que constituye su límite perimetral externo. Por esta misma lejanía relativa y por el peso

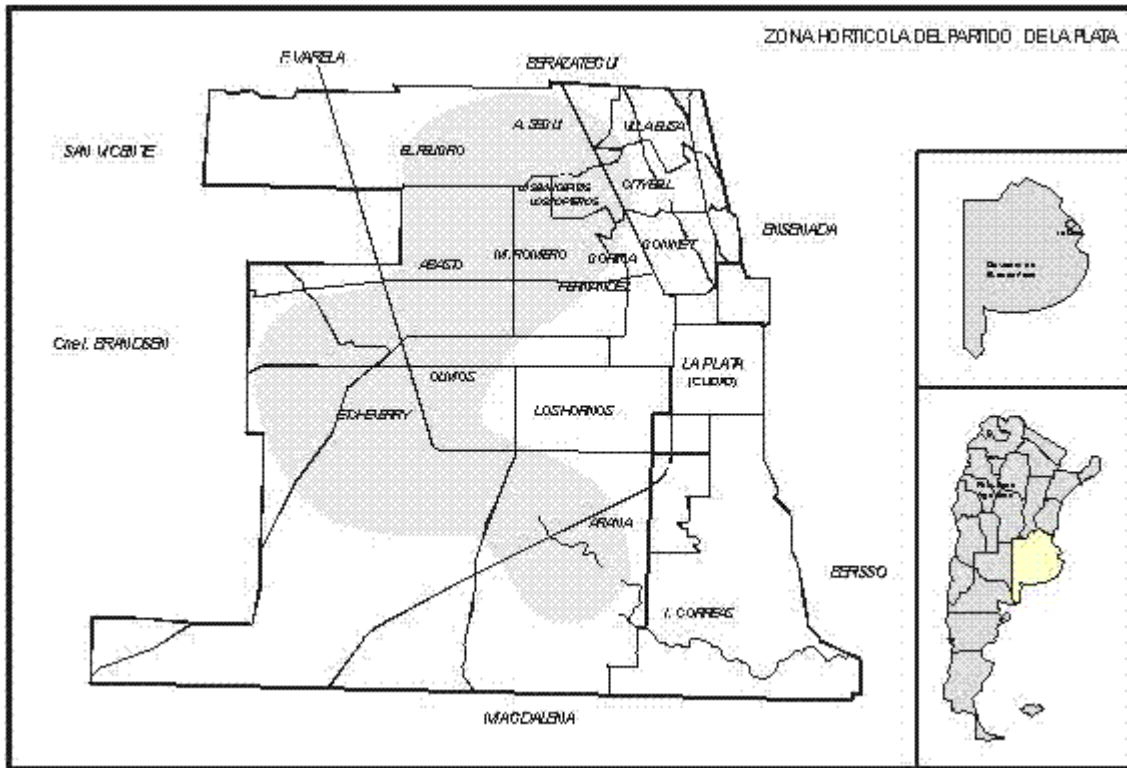
de sus propias actividades, el municipio ha experimentado procesos sociales diferenciados de aquellos de los municipios más integrados a la ciudad de Buenos Aires. El proceso de urbanización hacia el interior rural, fue más lento que en otros partidos del Gran Buenos Aires y el peso relativo de su superficie agrícola más importante (Gutman, Gutman y Dascal 1987); en la que destaca la producción hortícola.

A partir de mediados del siglo XX, en un par de décadas, los partidos de la segunda corona del Gran Buenos Aires (tradicionalmente rurales) pasaron a ser mayoritariamente urbanos, aunque algunos de ellos conservando una superficie hortícola significativa, sumada a la de los municipios más alejados (de la tercera corona). Asimismo, con la ampliación de los circuitos hortícolas en los últimos veinte años, las producciones agrarias más significativas de las zonas rurales periurbanas, pasaron a constituir un continuo regional, en el que se incluyó La Plata.

En el municipio de La Plata, las zonas de residencia y recreo de alto consumo se delimitaron históricamente hacia el noroeste rumbo a la Capital Federal, como parte de una conurbación desde los suburbios, alternando variablemente con espacios verdes y barrios más espaciados. Los suburbios e instalaciones más propiamente urbanas, como los barrios obreros, se ubicaron en los actuales vecinos municipios costeros de Ensenada y Berisso, de tradición industrial. El crecimiento de los barrios populares y variadas instalaciones económicas a medida que crecía la población, se ubicó en todo el entorno suburbano en arco hacia el interior, evolucionando luego hacia el sudoeste y el sur. Esta distribución es aproximadamente comparable a la del conjunto del periurbano del Gran Buenos Aires, Ringuelet et al (2003).

En un par de décadas desde 1980, aquellas localidades más cercanas a la ciudad, se fueron fundiendo con los suburbios o se hicieron intersticiales aunque pudiendo conservar actividad agrícola puntual (tal como Gorina).

Localidades periféricas y algunos parajes mayores fueron alcanzados por cadenas de conurbanización o afectadas por conflictos de uso del suelo y son actuales centros mixtos residenciales, de servicios urbanos industriales y agrícolas (Lisandro Olmos, Romero, Abasto, Arturo Seguí, Etcheverry y Arana) o se han constituido en centros rurales cercanos de servicios del agro (Colonia Urquiza, La Armonía, Los Porteños).



Fuente: Ringuelet; et al., 2003

Actualmente: para el conjunto de municipios de La Plata, Ensenada y Berisso (conectados por un sistema de conurbanización se estima una población total de 700 mil habitantes (cerca del 95% es población urbana, concentrada en localidades de 2 mil habitantes) Pero asimismo creció la importancia de la producción hortícola. De acuerdo a Bozzano (2002), el cinturón verde platense ocupa el 39% del territorio municipal correspondiente un 15% a la ciudad y suburbios y el 46% al espacio rural pleno.

Bordeando la ciudad el Cinturón verde Platense es hoy es más importante de Argentina tiene 900 explotaciones agrícolas intensivas, 36.500 ha, 25 mil habitantes y es el primer productor nacional florihortícola.¹²

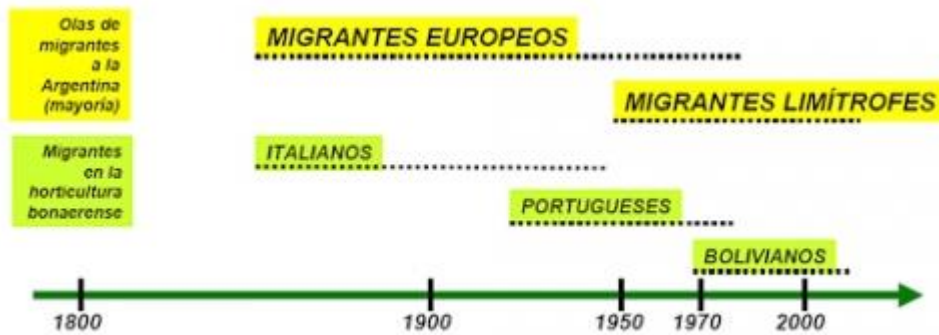
En el año 2000 el gobierno local con el apoyo de 6 instituciones integrantes del Consejo de ordenamiento Urbano y territorial logro aprobar un decreto por el cual declara al Cinturón verde como área protegida.

Las distintas colectividades de inmigrantes se asentaron en los “bordes” de los espacios urbanizados (en los alrededores de Capital Federal y La Plata), donde todavía se encontraban terrenos para los cultivos. Mientras que los italianos se instalaron en toda la periferia del área urbanizada, los portugueses, por su parte, menos numerosos, se concentraron en las zonas oeste y norte, y los japoneses se ubicaron en colonias agrícolas por la zona de Villa Elisa (Sur) o Escobar y Loma Verde (Norte). En la segunda mitad del siglo XX, se modificó el origen de la migración en la Argentina: las migraciones provenientes de los países limítrofes superaron las de ultramar que predominaban. La

¹² Ringuelet Roberto (2003) La complejidad de un campo social periurbano centrado en las zonas rurales de La Plata.

figura del migrante boliviano se volvió predominante en la actividad hortícola. Empezaron como peones y algunos lograron ascender en la escala social, pasando por la mediería, la organización de la producción (como arrendatario o propietario) y, a veces, hasta el comercio directo mediante su propio puesto en los mercados mayoristas del AMBA (Benencia, 1997)

Figura 1 : Historia de las migraciones en Argentina, historia de los horticultores



De acuerdo a las definiciones y ejemplos planteados el desarrollo del turismo rural se plantea como una actividad que generara beneficios para la población como: generación de empleo, mayor producción de hortalizas típicas y el ofrecimiento de las mismas en la zona, la revalorización de los recursos locales y la ampliación de la oferta turística de la ciudad de La Plata.

10.4 Ocupación del territorio desde la fundación de la ciudad de La Plata

En un comienzo las tierras de lo que actualmente se denomina Colonia Urquiza fueron ocupadas por dos inmigrantes de origen holandés e inglés, que presionados por la política de nacionalización de grandes latifundios que promovía el gobierno de Juan Domingo Perón, decidieron venderlas a sus arrendatarios. A su vez, como parte de su política de colonización, el Consejo Agrario Nacional, impulsó la creación de la Colonia para que grupos de inmigrantes europeos se instalaran y desempeñaran la actividad agrícola. Las primeras familias que de este modo adquirieron tierras en Colonia Urquiza fueron en su mayoría de origen italiano, entre las cuales hallamos los Di Carlo, los Petix, los Fanara y los Parrillo (Cafiero y Cerono, en Bovcon, 2005).

Por otro lado la apropiación territorial y simbólica de la zona de Colonia Urquiza por parte de la colectividad japonesa es notoria. Se aprecia en la existencia de instituciones propias que además de ser eje de la sociabilidad de dicho colectivo, se han transformado en puntos de referencia emblemáticos de la Colonia. Tales son por ejemplo la Asociación Japonesa La Plata, la Escuela de Japonés (La Plata Nihongo Gakko), la Cooperativa Argentina de Floricultores Ltda (creada en 1940 por 32 floricultores japoneses) y la Cooperativa Mercoflor. Por otro lado los únicos dos supermercados de la zona pertenecen a personas de origen nipón. Del mismo modo, el establecimiento recreativo

privado más importante de la zona es el Campo Libre Mizujo, que recrea un jardín japonés.

También a partir de 1960, comenzaron a afluir a las quintas locales trabajadores provenientes de las provincias del norte del país, principalmente santiagueños, seguidos por salteños y jujeños. Al igual que los migrantes de ultramar, en sus lugares de origen practicaban la agricultura de subsistencia. Estos trabajadores fueron contratados por los primeros inmigrantes y sus descendientes, ahora devenidos en propietarios.

A partir de los años 90 han llegado migrantes paraguayos y bolivianos que comenzando a trabajar como peones de los residentes más antiguos, hoy en día muestran algunos signos de movilidad socio-económica ascendente.

Estos no han conformado en la zona asociaciones o cooperativas propias. Aquellos miembros de estos grupos que han llegado hace más tiempo y han logrado un progreso socio-económico ascendente, se han sumado a algunas de las instituciones existentes, como por ejemplo las Cooperativas de Floricultores, creada en 1951 por migrantes japoneses. Sin embargo, dicha movilidad socio-económica entre algunos individuos no se traduce en un bienestar comunitario, ni tampoco en acciones tendientes a la organización de los grupos. En su gran mayoría, las comunidades boliviana y paraguaya de la zona de Colonia Urquiza no han logrado organizarse más allá de las redes sociales informales del parentesco.

10.5 Colonia Urquiza

Colonia Urquiza, ubicada al sudoeste de la ciudad de La Plata es una zona con una intensa actividad hortícola y florícola, integrada al cordón verde.

Definida por varios autores como periurbana se caracteriza por su condición de territorio transnacional que contiene elementos del sistema rural y urbano.

De acuerdo a Ringuélet se puede definir como espacio rururbano, al distinguirlo del periurbano por tratarse de un espacio que entrelaza características que lo diferencian de lo urbano, así como de lo propiamente rural; un espacio que no es homogéneo ni continuo, que se configura como propio, con una identidad particular.

La zona en cuestión, aporta al país el 60% de la producción de flores de corte, se cultivan más del 90% de los alcauciles, el 80% del apio del país y es el centro de la producción del tradición del tomate platense. Además se cultivan una gran diversidad de hortalizas, tales como, acelga, espinaca, berenjena, coliflor, lechuga, pimiento, rábano, brócoli, cebolla, nabo, puerro, zanahoria, chaucha y remolacha, también se cultivan algunos cereales, como el maíz.

Como sostiene Ringuélet (2012), durante la primera parte del siglo XX Por otro lado, las nuevas condiciones que exigía la producción a partir de la década de 1990 determino un profundo cambio en las escalas y modos de producción. Las necesidades de capital para la inversión en nuevas tecnologías, las nuevas formas de comercialización a partir de la intervención directa en el mercado de los hipermercados, entre otras, generaron una serie de distorsiones crediticias que implicaron, muy visiblemente a partir de la crisis de 2001, el endeudamiento de gran parte de los propietarios de la tierra.

Si bien no hubo una estrategia común entre estos agentes, la mayoría no estuvo dispuesta a realizar cambios profundos en sus niveles socioculturales, y debido a la crisis, se dan cambios en las formas de producción y sus relaciones sociales. La mayoría de los propietarios descendientes de migrantes ultramarinos mantiene la propiedad de sus tierras, pero no la trabaja de forma directa. Mudan su actividad laboral principal a la comercialización, ya sea en gran escala o minorista, manteniendo relación con la producción a partir de arrendamientos o medierías. En este sector es importante la presencia de los migrantes latinoamericanos, principalmente bolivianos, que ya en el censo Hortiflorícola del 2005 representan un 35% de la mano de obra de la zona.¹³

El mismo censo nos permite analizar algunas tendencias que mostraban la recuperación de la actividad en la zona. Si bien en el mismo se registra un aumento en el número de establecimientos, productores y superficies bajo cubierta, no se reconoce un aumento en la superficie registrada para la actividad en una década. Esto plantea una modificación importante en los modos de producción con la expansión del uso de los invernáculos en la zona.

En el plano sociocultural el área de Colonia Urquiza se consolidó como zona de asentamiento de población migrante desde la Fundación de la Ciudad. Los creadores de La Plata, como señala Garat *“no sólo ubicaron las dependencias gubernamentales, la catedral y los espacios para el arte y la cultura, también pensaron en dónde debían situarse quienes proveyeran de verduras frescas, frutas y leche a los futuros habitantes. Así nace, junto con la ciudad, la producción hortícola local.”*... Garat, (2002, 12).

10.6 Gorina

Localidad argentina del partido de La Plata en la provincia de Buenos Aires. Esta ubicada a unos 14ks al noroeste del centro de la ciudad.

Forma parte del conjunto de localidades que se desarrollaron sobre el trazado del entonces Ferrocarril Provincial (luego del ferrocarril General Belgrano) que vinculaba La Plata con Avellanada al igual que lo hicieron las localidades vecinas de Tolosa, Ringuelet, City Bell, Manuel B. Gonnet, que lo hicieron con el ferrocarril General Roca.

La historia de Gorina cuenta que a principio de este siglo. Percival Bell vendió parte de la Estancia Grande que había heredado de Jorge Bell, dando origen a las distintas poblaciones de la región. En 1914 se loteó lo que en la actualidad es City Bell y el 12 de diciembre de 1916 se vendió a Joaquín Gorina otra parte de las tierras.

Cuando en 1923 se decidió la construcción de un ferrocarril provincial que uniera La Plata con Avellanada, las tierras pertenecían a Joaquín Gorina, que las cedió a los responsables del nuevo emprendimiento, con la condición de que la obra llevara su nombre. La fecha fundacional de la localidad por ley provincial 11526 es el 2 de junio de 1923.

¹³ Ringuelet Roberto (2012). Presentación del dossier: Modalidades y perspectivas del desarrollo territorial rural. Mundo Agrario 12 n°24

Los primeros horticultores italianos llegan a esta localidad a partir de que sufrieron la pérdida de sus tierras en una inundación en la localidad de Hudson. Desde entonces, la horticultura es una de las actividades tradicionales de las familias que han heredado estos saberes de generación en generación.

La familia Gentile fue una de las primeras familias italianas en la producción hortícola de la Gorina, especialmente con el tomate platense.

Nicolás Gentile viaja solo desde Italia provincia di Aquila y llega a la Argentina en el año 1909 y su primer trabajo lo obtuvo en la estancia San Juan de Pereira Iraola en la hasta que en 1912 paso a trabajar en la Colonia, localidad de Hudson y los trabajadores llevaban en carro la verduras hasta la estación de Hudson y desde allí llegaba la verdura fresca a constitución en tren, para venderse en los mercados de Abasto y Espinetto.

En 1924 Nicolás decide regresar a Italia para reencontrarse con su familia, pero con la situación económica no era buena en Italia, decide volver con su familia en 1928, se instalan en lo que hoy el Parque Pereira Iraola.

En 1930 prueba un nuevo cultivo el tomate llamado “ el fresquito” de tamaño pequeño , que se rompía fácilmente hasta que en 1937 aparece el tomate criollo o platense , mas rustico y de mejor calidad, introducido por el horticultor Papalardo.

Luego de 10 años de mucho trabajo, en 1940 Nicolás Gentile compra 10 hectáreas en Gorina. Es un pionero en esa zona junto con otras familias como los Foschini, Frisenda Constanzo y los Carcione, familias italianas que provenían de Hudson, quienes pierden todo a partir de una inundación y por ello se mudan a Gorina.

La quinta de los Gentile creció y cuando Nicolás falleció, continuaron sus hijos y mas tarde sus nietos, no solo cultivan tomate sino también lechuga, acelga, perejil, entre otras hortalizas.

Es por este motivo que se eligió a Gorina como caso de estudio por la historia de las primeras familias de horticultores en el periurbano platense y la transmisión de saberes de generación en generación. Por otro lado se eligió como caso de estudio también a Colonia Urquiza por la tradición que tiene como una localidad de inmigrantes japoneses, portugueses y luego italianos, y por su fama de tomatera, a pesar que actualmente es mayor la producción florihortícola-

A partir de las definiciones dadas me pregunto:

¿El turismo rural puede adoptarse como una actividad complementaria en las localidades de Gorina y Colonia Urquiza, en el periurbano platense?

¿El turismo rural puede ser una alternativa de desarrollo local para las localidades anteriormente mencionadas?

¿Que tipo de hábitos, productos o costumbres pueden revalorizarse por parte de sus pobladores para preservar la memoria colectiva y la identidad local?

La valorización de los productos agroalimentarios “de la tierra”, “patrimoniales” o simplemente locales viene siendo considerada desde hace varios años en ámbitos académicos—que en cierto sentido aparecen como adelantados al tema-, técnico-

productivos y de la producción. En lo que podemos llamar un cambio de época, respecto del paradigma que domina la producción agropecuaria hasta los '90 –masiva, homogénea y productivista-, reaparecen en escena producciones ligadas a ciertas tradiciones alimentarias, a determinados territorios, a un saber-hacer local; ya no como una mercancía de baja calidad y precio entre sus pares, sino como productos diferenciados, valorizables a partir de sus atributos más reconocidos y ligados a un territorio particular. Estos rasgos distintivos los sitúan dentro de los denominados productos típicos y han sido origen de diversas propuestas de intervención en el medio rural con el fin último de promover acciones de desarrollo vinculadas fundamentalmente a territorios y actores con tradición en estas producciones.(Garat et al 2002)

Para la preservación de la identidad Local los productos que podría ponerse en valor es el Tomate Platense por ejemplo, el cual es un producto cultivado en la zona. Además de que todos los años se realiza la Fiesta Provincial del Tomate Platense donde se ofrece el producto de diversas maneras tales como: salsas, dulces o el tomate fresco.

10.7 Productos típicos locales con identidad: el Tomate Platense

Nativo de la región andina de Sudamérica, el tomate fue domesticado por los aztecas pero popularizado alrededor del mundo por los conquistadores europeos. En Argentina fue reinsertado por los españoles, italianos y portugueses de las olas migratorias de las décadas de 1920, 1930 y 1940, que se dedicaron a trabajar la tierra formando polos hortícolas en todo el país.

En 1935 Antonio Gentile comienza la historia del tomate platense. “Al tomate platense lo trajo un quintero muy famoso en aquel entonces que se llamaba Papalardo, que no era tomatero, era apiero y coliflorero. Fue a pasear a Italia y vio un tomate hermoso que le llamó la atención, chato con raya negra...” Este “raya negra” sedujo a los quinteros por el tamaño de los frutos, su resistencia al transporte y su fácil adaptación al clima y al suelo de la región.

A comienzo de los '40 ya son muchos los quinteros que se establecen definitivamente en los alrededores de nuestra ciudad y este tomate platense se difunde con más velocidad. Con el correr de los años el productor, con su empeño y la atención que ponía para producir el mejor tomate, fue sintetizando técnicas que le permitieron, junto con la información que le llegaba desde “afuera” de la quinta, construir lo que se llama el tomate platense. Este tomate pasa a ser no sólo un producto agronómico sino que también es un producto cultural de nuestra región. Fueron varios los materiales que se difundieron con “nombre propio”: el tomate de los Gentile, el de Prieto, el de los Carcione, el del Parque (por el Parque Pereyra, reserva natural ubicada a 15 kilómetros de la ciudad de La Plata), el de los Alborghetti, etc. Fue la misma selección hecha por los quinteros lo que permitió estabilizar varias poblaciones adaptadas a suelos y climas de la región, y así el “raya negra” pasó a ser simplemente “platense” (Garat 2002).

Uno de los más importantes que se formó es el conocido hoy como cinturón hortícola de La Plata, gran abastecedor de las verduras que se consumen en la Ciudad de Buenos Aires y el conurbano. Allí, el tomate fue una de las hortalizas estrella y los quinteros trabajaron en mejorar naturalmente una variedad que se hizo famosa en todo el país: el Tomate Platense (también llamado ‘raya verde’, ‘raya negra’ y ‘colorado grande’).

Este cultivo se caracterizó por tener gran adaptación a las condiciones ecológicas de la zona, un sabor intenso, una forma irregular achatada, acostillada o fuertemente lobulada, y una gran cantidad de lóculos. Por esta forma, tiene abundante semilla y jugo: el responsable del recuerdo de muchos que mojaban el pan en la ensalada al final de las comidas. Para los productores, poseía algunas características fundamentales: era un cultivo rústico, adaptado a la zona y tolerante a la 'peste negra' (que había llegado a causar importantes mermas en la producción hortícola). Además, presentaba la oportunidad de obtener semillas año tras año y realizar una selección propia, mejorando el cultivo generación tras generación.

A fines de la década de 1980, el Platense (que era el más difundido hasta la fecha) comenzó a ser desplazado por un tomate híbrido que se siguió 'mejorando' hasta llegar a las variedades 'larga vida genético' y, actualmente, al 'larga vida estructural'. El 'mejoramiento' se enfocó en alargar la vida del fruto post-cosecha y lograr mayor firmeza: esto era necesario a medida que el consumo de tomate crecía y los puntos de producción estaban cada vez más alejados de la ciudad.

Hoy en Argentina el tomate es el segundo cultivo hortícola más importante después de la papa (con una producción anual cercana a las 750 mil toneladas y un consumo promedio de 37 kilos por persona por año) y llega tanto de los cinturones hortícolas de La Plata y Mar del Plata como de provincias como Corrientes, Entre Ríos, Jujuy, Mendoza, Río Negro, Salta, San Juan y Santa Fe.

Muchos tomates recorren cientos de kilómetros antes de llegar a la mesa, y deben hacerlo sin echarse a perder ni magullarse, por ello los productores adoptaron el cultivo del 'larga vida'. Además de tener una marcada falta de sabor, éstos se cultivan con semillas norteamericanas y holandesas: alrededor del 80 por ciento de las semillas de cultivo de tomate son importadas, generando como consecuencia una falta de soberanía productiva.

En el año 1999, el ingeniero agrónomo y docente Juan José Garat junto a otros docentes e investigadores de la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales de la Universidad Nacional de La Plata se propusieron localizar lo que todavía quedaba de este cultivo.

La búsqueda de semillas entre productores familiares del cinturón hortícola de La Plata los llevó a conformar una red de aquellos que todavía cultivaban el tomate: eran unos quince, de los quinientos a mil que habían existido antes. Cultivaban para el autoconsumo o para vender el producto como tomate de mala calidad.

Allí empezó un trabajo de revalorización del cultivo, con el fin de consolidar la producción y que se pudiera conservar el cultivo original. El proyecto se ocupó de conectar a los productores, aportar extendiera, y gestionar apoyos de organismos públicos.

Una de las actividades bandera del proyecto es la Fiesta del Tomate Platense, que se realiza en febrero de cada año desde 2005, y convoca a unas 12 mil personas en la localidad de Los Hornos.

El proyecto también trabaja con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de la Nación para crear un 'sello de calidad' que distinga al Tomate Platense producido en el cinturón verde de La Plata, con el fin de dar valor agregado al cultivo y que los consumidores puedan buscarlo y elegirlo.

La valorización de hortalizas locales en el cinturón Verde de La Plata no se limita a satisfacer las necesidades alimentarias sino también cumplen con varias funciones en el territorio: preservar la biodiversidad, mantener el paisaje, acompañar el mantenimiento de una cultura (Garat et al 2009).

De este modo se puede observar que a partir del desarrollo de productos típicos locales como el Vino de La Costa y productos relacionados con así también el Tomate Platense y otras hortalizas locales se han movilizad recursos que han permitido contribuir al desarrollo económico y social de una localidad. Además del tomate platense otro de los productos típicos cultivado en la zona es el alcaucil, el cual puede ofrecerse en distintas variantes tales como: escabeche, pizzas, tartas, empanadas o en bizcochuelos dulces.

El análisis de la concepción del turismo rural como una forma de revalorizar las prácticas, hábitos y costumbres y productos típicos que han quedado en desuso permitirá entender si es posible que a través de esta actividad se revaloricen productos típicos que han dejado de cultivarse en la región como por ejemplo el tomate platense.

El Tomate Platense, revalorizado por este proyecto, representa una alternativa al modelo dominante: los productores generan su propia semilla, trabajan con agricultura de bajo impacto y bajo un modelo de agricultura familiar que genera un mayor compromiso con el cuidado de los campos. El grupo de productores de Tomate Platense representa autonomía y una conexión natural con valores ambientales cuyo principal símbolo es el delicioso sabor del tomate con gusto a tomate.

Según Otero (2008) los productos típicos, por definición, la expresión de su área de origen en diferentes dimensiones. La relación entre productos típicos y territorio esta definida por las especificidades edafoclimaticas y el vínculo con los recursos locales específicos, de naturaleza material como variadas especificas de plantas y lo inmaterial por ejemplo el saber-hacer local.

Caldentey y Gómez Muñoz (1996) "afirman que para considerar típico a un producto este debe hallarse dirigido espacialmente aun territorio y culturalmente a las costumbre o modos, con un mínimo de permanencia en el tiempo o antigüedad y debiendo poseer características cualitativas particulares que lo diferencien de otros productos.

En relación a la definición del producto típico a la que hacen referencia los autores el tomate platense puede considerarse como un producto típico ya que posee un sabor , color y forma distinto a otros productos similares , hace 10 años que se cultiva en la región y se cultiva en las localidades de Hudson, Gorina, Olmos, Barrio Aeropuerto, Los Talas, Colonia Urquiza, Abasto y Etcheverry (Garat et al 1999).

11. ACTORES

Como se ha explicado anteriormente en cualquier proceso social es necesaria la participación de todos los actores que pertenecen a un territorio determinado, ya que estos son los que se dedican a seleccionar, proteger y utilizar para su aprovechamiento los recursos culturales y turísticos. Uno de ellos es el Estado , que se encarga de regular estas actividades; otro es el conjunto de actores privados quienes tienen como objetivo principal la obtención de beneficios económicos y participa de los bien, pero a su vez

ejerce presión sobre el Estado para que este le permita participar de la actividad y por otro lado esta la comunidad local : los pequeños productores de hortalizas como el tomate platense entre otras, quienes venden sus productos en ferias , como la “Feria Manos de la Tierra”, o venden a la gente que se acercan a las quintas .

De esta forma, para el desarrollo turístico de un destino es fundamental llevar a cabo la planificación conjunta teniendo en cuenta a todos los actores y sus relaciones.

En definitiva, los actores son un elemento necesario para la articulación efectiva del espacio (Merinero Rodríguez, Zamora Acosta; 2009).

Si bien estos actores, como explica Bozzano (2009)“constituyen los tres pilares básicos para existen otros actores, que también tienen un rol importante en los procesos sociales, y son los medios de comunicación, los investigadores científicos y las organizaciones y fundaciones.

En nuestro caso, se pudieron identificar los siguientes actores en los diferentes sectores: En el sector publico se encuentra el Ministerio de turismo de la Nación, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Ganadería, el EMATUR, ente de turismo de la municipalidad de La Plata, las facultades de Ciencias Agrarias y Forestales y la Facultad de Ciencias Exactas, las delegaciones municipales: Centro comunal Joaquín Gorina y Centro Comunal Melchor Romero (Colonia Urquiza).

En el sector privado tenemos a los productores del tomate platense y otras hortalizas en Colonia Urquiza y Gorina; en el sector de la comunidad se encuentran los habitantes locales y los turistas que visitan la ciudad de La Plata.

Como ONG, está el grupo del tomate platense, que es una cooperativa que surge a partir del proyecto de la cátedra de Extensión rural de la facultad de Ciencias Agrarias y Forestales en el año 1999.

Por otro lado se encuentra la feria manos a la tierra, la cual se desarrolla en distintas facultades en la Facultad de Humanidades, Facultad de Ciencias Exactas, Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales

La comunidad, que son los residentes de la ciudad de La Plata y los visitantes que vienen a la ciudad.

Finalmente, el INTA es un organismo estatal descentralizado con autarquía operativa y financiera, dependiente del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación. Fue creado en 1956 y desde entonces desarrolla acciones de investigación e innovación tecnológica en las cadenas de valor, regiones y territorios para mejorar la competitividad y el desarrollo rural sustentable del país. A través de la creación del Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Pequeña Agricultura Familiar decide comenzar a ocuparse de los pequeños productores a través de propuestas específicas, conformando equipos multidisciplinarios que a través de un enfoque agroecológico intenta superar el enfoque tradicional de la institución. A ello deben sumarse los proyectos incluidos en el PROFEDER(,El Programa Federal de Apoyo al Desarrollo Rural Sustentable busca fortalecer el desarrollo con inclusión social, integrar las economías regionales y locales a mercados internos e internacionales y generar empleos e ingresos) como Cambio Rural, PROFAM que articulan con diversas instituciones en respuesta a demandas técnico productivas de pequeños y medianos productores y los aportes del PROHUERTA (Programa Integrado de Promoción de la Auto producción de Alimentos).

ACTORES	SECTOR PUBLICO	SECTOR PRIVADO	COMUNIDAD	ONG's
PRODUCTORES		X		
GRUPO DEL TOMATE PLATENSE				X
(UNLP)	X			
INTA	X			
PROFEDER	X			
PRO-HUERTA	X			
CAMBIO RURAL	X			
MINISTERIO DE AGRONOMIA, PESCA Y GANADERIA DE LA NACION	X			
MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACION	X			
SECRETARIA DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES	X			
EMATUR	X			
DELEGACION CENTRO COMUNAL DE GORINA	X			
DELEGACION CENTRO COMUNAL MELCHOR ROMERO (COLONIA URQUIZA)	X			
FERIA DE PRODUCTORES MANOS A LA TIERRA			X	
COMUNIDAD LOCAL:RESIDENTES			X	

DE COLONIA URQUIZA Y GORINA				
VISITANTES y TURISTAS			X	

Fuente de elaboración propia

12. PROCESOS

12.1 Valorización de productos típicos locales (tomate platense)

El proceso de valorización de los productos tradicionales implica la transformación de un determinado recurso local en valor territorial. Es decir, “la activación de recursos (especificidad de base territorial susceptible de ser valorizada) en valores territoriales”, Bustos Roberto et al (2004).

Los autores definen a un Valor Territorial como “la calificación positiva atribuible a un producto, un servicio o a un ámbito de vida, asumido colectivamente por los habitantes locales y reconocido en un ámbito más general”.

A nivel mundial, los procesos de globalización sin duda impactan en la agricultura, lo que afecta las concepciones tradicionales que sobre lo rural y lo agrario se tenían.

Para los países desarrollados la agricultura ha adquirido un valor estratégico en función del medio ambiente, de la salud y de consumidores activos con patrones de consumo que tienden a la calidad y a la seguridad agroalimentaria.

Hay autores que destacan las especificidades de los espacios nacionales y que, a diferencia de la industria, la agricultura posee otra lógica que le da un carácter de “excepcionalidad”.

Para este enfoque, los procesos de globalización deben enfrentar en las agroparticularidades del mundo natural y social que, por su heterogeneidad, impactan de manera diferencial.

En relación al párrafo anterior se puede decir que a partir de los cambios ocurridos en el contexto socioeconómico y en los modelos de desarrollo agrícola requieren un cuestionamiento sobre la evolución de las actividades de transformación, distribución y consumo de alimentos. La noción de "sistema agroalimentario localizado" se inscribe en esta evolución. La misma implica el desarrollo de otro enfoque: uno que tenga en cuenta las evoluciones de las sociedades rurales, las dinámicas territoriales y regionales, las articulaciones entre dinámicas rurales, urbanas y periurbanas, el desarrollo de otro tipo de relaciones entre productores y consumidores.

Los sistemas agroalimentarios localizados (SIAL) parten de la especificidad de lo local y sus interacciones con lo global. Han sido definidos como: “organizaciones de producción y de servicios (unidades de producción agrícola, empresas agroalimentarias,

comerciales, de servicios, gastronómicas...) asociadas por sus características y su funcionamiento a un territorio específico" (Muchnik, 1998).

Podemos citar a título de ejemplo el sistema panela (azúcar negra de caña) en la Holla del río Suárez, provincia de Santander en Colombia; el sistema gari (sémola de mandioca) en Savalou en el Zou, en Benin; o el sistema azúcar de palma, en la península de Sathing Phra en Tailandia, igualmente los territorios franceses y sus quesos, los territorios italianos y sus jamones o los territorios alemanes y sus cervezas. Constatamos que estos SIAL asocian estrechamente productos, técnicas, estilos alimentarios, territorios y organización de las unidades de producción.

El saber hacer de productores y también de los consumidores son claves para el desarrollo de un producto de estas características y su inserción en los mercados. Dichos saberes construyen interpretaciones que dan sentido y explican su existencia. Este saber compartido que se pone de manifiesto en la producción de un bien alimentario y en su consumo logra sobrevivir y sigue siendo real, ya que permite un reconocimiento colectivo, brinda un "sistema de conformidad" (Brunner, J. J., 1981) que trasciende la experiencia de un solo Individuo y es patrimonio de una cultura determinada.

Las expectativas, los comportamientos y el gusto de los consumidores varían según el contexto.

Podemos suponer que el acto de consumir un producto está relacionado con valores y representaciones compartidos por una comunidad de consumidores. Estos valores participan de la caracterización del producto. En otras palabras, los consumidores influyen en los procesos de definición del producto que consumen.

Los cambios profundos ocurridos en el contexto socioeconómico y en los modelos de desarrollo agrícola requieren un cuestionamiento sobre la evolución de las actividades de transformación, distribución y consumo de alimentos. La noción de "sistema agroalimentario localizado" se inscribe en esta evolución. La misma implica el desarrollo de otro enfoque: uno que tenga en cuenta las evoluciones de las sociedades rurales, las dinámicas territoriales y regionales, las articulaciones entre dinámicas rurales, urbanas y periurbanas, el desarrollo de otro tipo de relaciones entre productores y consumidores. (Tesis Velarde Irene).

Para comprender mejor la relación que hay entre el turismo rural y los productos típicos y como intervienen en el proceso del desarrollo local de una región daremos algunos ejemplos a partir de las entrevistas realizadas:

Regina Schlüter en la entrevista realizada dijo que *"el turismo rural va de la mano de los productos típicos, desde la elaboración de los mismos, degustación y venta"*.

Como en el caso de Tomas Jofre, un pueblo en la provincia de Buenos Aires. La actividad turística en Tomás Jofré surgió con un almacén de ramos generales, instalado en 1924, que daba de comer a la gente de campo que vivía en el área cercana y a la vez servía como punto de reunión social para las celebraciones (bodas, bautizos, cumpleaños, etc.) de los lugareños.

La fama del único plato principal ofrecido, unos raviolones a la manteca, fue pasando Mercedes, la principal localidad más cercana y los comentarios atrajeron a comensales de otros lugares. El almacén de ramos generales se transformó en restaurante y el negocio

fue creciendo y otros establecimientos fueron prontamente convertidos también en restaurantes (Schlüter y Thiel Ellul, 2008).

12.2 Identidad local y turismo

Los alimentos con identidad territorial transmiten una imagen, con la cual consumidores y productores se identifican, la cual es atribuida, simultáneamente, a estos productos alimentario es susceptible de transformación según las expectativas de los consumidores y el paso del tiempo.

La identidad cultural puede expresarse en muchos markers, "marcadores" o signos materiales o inmateriales: la lengua, la música, la literatura y el arte, los sitios arqueológicos, la arquitectura, paisaje, las tradiciones y el folklore, la biodiversidad vegetal o animal (variedades locales de plantas y razas animales), los productos alimentarios típicos y los productos artesanales.

Ray (1998) ha llamado a los intentos de valorizar el territorio a través de la valorización de la identidad cultural "economía cultural" o mejor dicho "*culture economy approach to rural development*."

La valorización de la identidad cultural es un proceso económico que se adapta bien a los territorios pobres y marginales. En primer lugar porque se trata de territorios que han sido afectados en menor grado por la industrialización y la globalización, y que frecuentemente han mantenido sus identidades culturales. En segundo lugar porque por sus características estas experiencias son más adecuadas a las comunidades rurales de pequeñas dimensiones.

Para Van der Ploeg (1994) el conocimiento local emerge en el tiempo como una síntesis de las calidades físicas intrínsecas de una localidad y de una visión socialmente construida de los mejores métodos de gestión de los recursos (cfr. cuánto dicho sobre la biodiversidad). Sin embargo, la modernización, pone en riesgo la variedad de las tradiciones y de las culturas locales, a causa de la homogeneización de los estilos de vida y de los hábitos de consumo (así como la conservación de la biodiversidad, a causa de las transformaciones operadas por la difusión de las innovaciones técnicas). junto de elementos que interaccionan entre ellos en el mundo rural y respetan la complejidad del sistema. Como hemos definido anteriormente el conocimiento local puede incluso ser redescubierto o re-inventado. El redescubrimiento de una identidad cultural subestimada y reprimida puede ser utilizada para promover la autoestima, un sentido de pertenencia al territorio y a la comunidad; puede crear nuevas oportunidades para iniciativas económicas (turismo). De la misma manera, la producción artística local o el redescubrimiento de una lengua local puede resaltar la exclusión social y puede contribuir a crear nuevo conocimiento local (nuevos poetas, nuevos profesores) (Midmore y al., 1994; Ray, 1996; Clinton y Glen, 1993)

La demanda de identidad cultural de parte de los consumidores ha permitido el surgimiento de un nuevo modelo de producción y consumo alimentario, caracterizado por una creciente diversificación productiva y por una atención a la calidad como variable multi-dimensional.

Los territorios rurales son espacios que reúnen los fenómenos de la sociedad y parten de un proceso de construcción social en el que la identidad se presenta como su mayor componente. Debuyst (2009) argumenta que el territorio es un substrato de identidad que puede combinarse con la comunidad, la etnia, un medio social rural o urbano, la nación y corresponde a una realidad vivida o representada, con un dominio más o menos fuerte.

Por lo tanto, se puede afirmar que la identidad está implícita en los contextos locales de cada territorio, construidos a través de los años desde los fundadores mismos de una comunidad, fortalecidos y establecidos como lo auténtico de un pueblo y que a la vez representa el principal factor diferenciador entre las comunidades globales. Ante la globalización es necesario recuperar esos valores y saberes locales que identifican a una comunidad, de esta manera una identidad conservada y bien caracteriza se convierte en un factor de desarrollo endógeno, el cual se convierte en la fuente de procesos de diferenciación productiva que Benedetto (2006) define como marca distintiva de un territorio, rasgo de competitividad o definición estratégica de un perfil productivo, marketing territorial, lógicas de prestigio de los productos, de las formas artesanales, de las condiciones de producción, etc.

Tanto Colonia Urquiza como Gorina se caracterizan por ser localidades rurales, con una identidad territorial en donde los saberes locales se fueron transmitiendo de generación en generación desde los primeros inmigrantes.

Colonia Urquiza se caracteriza por ser uno de los principales productores de flores, como así también es una de las principales localidades del periurbano platense donde se cultiva el tomate platense desde ya hace varios años ,por otro lado Gorina se caracteriza por ser una de las primeras localidades en producir el Tomate platense desde 1940 , lugar de acogida de familias italianas, para comprender mejor el significado que tiene el tomate platense para estas localidades, se recurrirá a las entrevistas realizadas a Susana Parrillo y Isabel Palomo.(anexo)y a las entrevistas realizadas a Nicola Gentile ,Concepción Bellacia de Gentile, Manuel del Valle , Antonio Peguinho y Graciela Gronda de Gorina. Concepción Bellacia de Gentile, esposa de Gentile productor de tomate en Gorina dice:“*nosotros con mi marido llegamos a Gorina alrededor de 1940, compramos la tierra y antiguamente se araba la tierra a caballo no había tractor y la verdura la llevábamos en carro tirado a caballo a La Plata para vender, luego fuimos mejorando con los años*”

Nicola Gentile, nieto de uno de Nicolás Gentile uno de los primeros productores de hortalizas en Gorina contaba que “*yo con mi hermano desde los 12 años empezamos ayudando en la quinta, regando, cosechando, desyuyando todo en forma manual*”

Antonio Peguinho opina que “*el tomate mas rico y mas grande del mundo es el tomate platense, el hibrido tiene mas pinta pero es mas pequeño, además de ser mas costo para su producción*”

Manuel del Valle, productor hortícola de Gorina contaba “*yo llevaba la verdura a vender en un camión viejo, luego fui creciendo y pude comprarme mas camiones y puse choferes, incluso he llevado a vender tomate a Mar del Plata*”

Graciela Gronda, secretaria de la subcomisión de estudios culturales de Gorina opina que “*es importante conocer nuestras cosas, hacerlas querer, respetar y preservarlas para nuestras generaciones futuras*”

Susana Parrillo, productora de Colonia Urquiza decía *“el tomate platense es mi vida, fue mi primer trabajo cuando vine a La Plata en 1969, cuando tenía solo 11 años y desde allí con mi marido e hijos seguimos hasta ahora”*

12.3 Desarrollo local – rural y turismo.

Según Manzanal el desarrollo rural pasa a ser parte de una política territorial, de una política de desarrollo local donde se conjuga lo urbano y lo rural. Se observa que el énfasis está puesto en los vínculos urbanos-rurales, lo cual incorpora un espacio de definición más amplio y que no se reduce solamente al espacio agrícola-ganadero.

Otro aspecto destacable hace referencia a la importancia adquirida por el empleo rural, agrícola y no agrícola, como una manera de diversificar económicamente estos espacios. Además se da especial interés al fortalecimiento institucional de los gobiernos locales y la concentración social.

La creciente preferencia por los enfoques territoriales, en vez del tradicional enfoque sectorial, que incorpora al conjunto de actividades desarrolladas en espacios rurales con el fin de producir efectos prácticos en relación con las unidades de intervención de los programas de desarrollo local.

La dimensión territorial: tomada en un sentido amplio, no solo existe como un espacio geográfico, sino que ese espacio está ocupado por personas atravesadas por diversos planos: social, histórico, técnico-productivo, cultural, económico, porque lo propiamente geográfico, define las condiciones agroecológica de producción, es dinamizado por los aspectos socioculturales que definen la zona y que configuran un aspecto básico para diferenciar un producto.

En nuestro caso Colonia Urquiza las primeras familias fueron en su mayoría de origen italiano, entre las cuales hallamos los Di Carlo, los Petix, los Fanara y los Parrillo (Cafiero y Cerono, en Bovcon, 2005) y en Gorina las primeras familias fueron los Carcione y Gentile, también de origen italiano.

La apropiación territorial y simbólica de la zona de Colonia Urquiza por parte de la colectividad japonesa es notoria. Se aprecia en la existencia de instituciones propias que además de ser eje de la sociabilidad de dicho colectivo, se han transformado en puntos de referencia emblemáticos de la Colonia. Tales son por ejemplo la Asociación Japonesa La Plata, la Escuela de Japonés (La Plata Nihongo Gakko), la Cooperativa Argentina de Floricultores Ltda (creada en 1940 por 32 floricultores japoneses) y la Cooperativa Mercoflor. Por otro lado los únicos dos supermercados de la zona pertenecen a personas de origen nipón. Del mismo modo, el establecimiento recreativo privado más importante de la zona es el Campo Libre Mizujo, que recrea un jardín japonés.

También a partir de 1960, comenzaron a afluir a las quintas locales trabajadores provenientes de las provincias del norte del país, principalmente santiagueños, seguidos por salteños y jujeños. Al igual que los migrantes de ultramar, en sus lugares de origen practicaban la agricultura de subsistencia. Estos trabajadores fueron contratados por los primeros inmigrantes y sus descendientes, ahora devenidos en propietarios, como el caso de Susana Parrillo e Isabel Palomo que vinieron desde el noroeste en la época de

los 70 y 80 en la búsqueda de trabajo en las quintas en Colonia Urquiza , comenzaron como medianeras en quintas de propietarios italianos, en el caso de Susana desde los 11 años trabaja en la quinta ahí conoció a los Parrillo y se caso con uno de ellos desde el año 1969 cultivaron el tomate platense hasta la época de los 80, que surgen las semillas híbridas y como era preferido en las verdulerías dejaron de lado el tomate platense hasta que en el año 2000 el tomate platense aparece Juan José Garat y su equipo con el Proyecto de extensión de la Facultad de Agronomía con la propuesta de rescatar el tomate platense , es entonces que ellas al igual que otros productores del periurbano platense vuelven a cultivar el tomate platense sin agrotóxicos.

- La identidad local : producto de una historia marcada por hechos y personas, propios y/o ajenos al territorio ,rescatar la identidad local es una condición necesaria para promover procesos de desarrollo local. Los procesos que marcan la evolución de las sociedades locales, las referencias comunes, la construcción colectiva de la localidad.

El tomate platense es un producto con identidad local, su historia comienza con los primeros inmigrantes italianos en la década del 30 aproximadamente, y que ha sido cultivado por descendientes de italianos como Anibal Tonello, Nicolás Gentile, los Parrillo entre otros y por otros inmigrantes bolivianos o del noroeste argentino, que se interesaron en la historia de la fruta, a forma de producir a campo o en invernadero posteriormente pero sin agrotóxicos como mencionamos anteriormente el caso de Susana e Isabel.

Por otro lado este producto es buscado por su sabor característico, su historia, el interés por lo natural u orgánico, entre otras cosas.

- El conocimiento local: rescatamos el conocimiento local en tanto producto de saber cotidiano de una comunidad.

Este saber cotidiano es a la vez una categoría objetiva como normativa. Objetiva porque la suma del saber cotidiano de una época, de un estrato social, es relativamente independiente de lo que de tal saber se convierte en patrimonio de un solo sujeto. Y es normativa porque para que un estrato o integración cumpla de su función, es la totalidad del tal estrato o integración la que debe apropiarse de ese saber cotidiano. Así los saberes compartidos por generaciones, generadores de una cultura, de producciones típicas en un área definen la forma en que una sociedad local , tiene que reunir una serie de requisitos que hagan viable la propuesta desde el punto de vista tecnológico. Chevallier (1991) en Velarde (2012), define el saber-hacer como "el conjunto de competencias adquiridas, incorporadas, transmitidas, que se manifiestan en los actos técnicos y que suponen la movilización de numerosos conocimientos y representaciones" . El saber-hacer no puede reducirse a una técnica o saber teórico, ó a un conocimiento empírico. Todo saber-hacer supone un concepto (implícito o explícito), y lo mismo ocurre con los saberes de situación que dan cuenta de la capacidad de enfrentarse a situaciones de conflicto. Tal como lo demuestran los desarrollos en didáctica y en psicología del aprendizaje, no surgen independientemente del contenido sobre el cual se ejerce (Vergnaud, 1996). La dicotomía entre teoría y práctica es muy antigua y parte de un supuesto deductivista de la construcción del saber, y se halla influenciada por las relaciones de poder implícitas en la separación artificial entre el trabajo intelectual y el trabajo manual.

- El espacio tecnológico: Herrera (1981) define al espacio tecnológico como el "conjunto de condiciones y restricciones que una tecnología debe satisfacer para

responder a una necesidad”, así la propuesta tecnológica que debería contener todo proyecto de desarrollo local, tiene que reunir una serie de requisitos que hagan viable la propuesta desde el punto de vista tecnológico. Para el caso del “Tomate platense” el rescate de variedades que fueron reemplazadas durante el proceso de “modernización” agrícola por especies híbridas altamente dependientes de insumos externos y paquetes tecnológicos impuestos, es un desafío que está siendo revalorizado por los productores y consumidores. Los primeros porque encuentran una alternativa productiva que permite producir con menor cantidad de insumos, ya que esta variedad está ampliamente adaptada a las condiciones climáticas locales. También, permanece en el recuerdo de los consumidores por su sabor característico por su característica acidez, algo dulzón y su abundante jugo, por su forma chata y lo irregular de su contorno, producto de los múltiples lóculos de desarrollo irregular y por las “rayas negras”; por el sabor, por su característica acidez, algo dulzón su abundante jugo; por su historia. La condición de variedad y el desarrollo del cultivo por décadas en el área platense ha determinado una adaptación a las condiciones edafoclimáticas de la zona, estos aspectos le otorgan al cultivo tolerancias a determinadas plagas y enfermedades, lo que permite un sistema de producción con menor demanda de insumos.

Todos estos aspectos se suman a la importancia que tiene rescatar una variedad típica de una zona hortícola que de otro modo se hubiera perdido en el corto plazo, a través de estrategias de reproducción “in situ”.

PARTE IV: CONCLUSIONES

La investigación desarrollada se llevó a cabo con el objetivo de evaluar si el turismo rural puede ser una alternativa para la revalorización de productos típicos como el caso del tomate platense y como un aporte para el desarrollo local de las localidades tomadas para el caso de estudio.

Se ha desarrollado un marco teórico-conceptual que permita comprender y reflexionar sobre las definiciones de turismo rural, la definición de productos típicos locales, el patrimonio cultural y el desarrollo local; a fin de establecer la relación que existe entre la práctica turística y los productos típicos locales en los últimos años..

Existen como hemos mencionado a lo largo de este trabajo diversas modalidades en la práctica turística, donde en las últimas dos décadas el turismo rural ha cobrado una gran relevancia, en relación a esto el Ministerio de Turismo de la Nación opina que la Argentina cuenta con gran cantidad de estancias dedicadas al turismo, ubicadas mayormente en la provincia de Buenos Aires y en la Patagonia, principalmente en la provincia de Santa Cruz. También existen establecimientos en el noroeste, nordeste y centro del país. Cada zona presenta características diferenciadas de este tipo de turismo, relacionadas con el ambiente rural, la arquitectura y gastronomía de los establecimientos, su historia y la producción de productos típicos. Los servicios ofrecidos son varios, desde el alojamiento en los cascos de estancias, paseos en carruajes, hasta la participación en las actividades del trabajo diario del campo, como la producción láctea, cerealera y ganadera ovina, bovina, equina y caprina, entre otras.

Por otro lado se ha creado el Proyecto nacional de Turismo Rural - *PRONATUR (MAGyP)* con el fin de consolidar el desarrollo del Turismo Rural en la Argentina, aumentando el volumen de producción turística, priorizando una activa participación del sector privado, impulsando formas asociativas e incluyendo a asociaciones y grupos de turismo rural. En este marco, el Proyecto se propone contribuir a la incorporación de la actividad turística en las explotaciones agropecuarias y en el año 2000, El programa de turismo rural RAICES , diseñado en la Secretaria de Agricultura, Pesca y Ganadería y ejecutado conjuntamente con el Ministerio de Turismo de la Nación, con el fin de valorizar los recursos naturales y culturales en el medio rural, promover el desarrollo socio-económico en las zonas rurales, diversificar los ingresos de los productores agropecuarios y las comunidades rurales, crear empleos en las áreas rurales integrando a las mujeres y jóvenes.

En la presente investigación se analizado al turismo rural desde un abordaje cultural, el cual es un instrumento para revalorización de productos típicos, practicas y costumbres campesinas. Esta modalidad turística es elegida por darse en un ámbito diferente, en contacto con la naturaleza, en donde los turistas pueden distenderse, relajarse y a su vez conocer otras culturas y degustar comidas y/o productos típicos. Como por ejemplo el pueblo de Tomas Jofre, Buenos Aires analizado por Regina Schlüter, mencionado anteriormente en el capitulo desarrollo local y turismo.

Schlüter durante la entrevista realizada me comento que este pueblo de la provincia de Buenos Aires durante los fines de semana recibe miles de turistas para disfrutar, quienes se acercan en búsqueda del aire libre, pasear a caballo y degustar los famosos raviolones de manteca, junto con sus familias. Este ejemplo podría considerarse como un caso exitoso del turismo rural en relación a un producto gastronómico típico de esa localidad.

A pesar de ser una actividad reciente existen algunos casos exitosos en Argentina como: “El pueblo de las mandarinas, en Entre Ríos, Naturalmente Las Flores en Las Flores, provincia de Buenos Aires, Brandsen, y particularmente el caso de la Asociación de Turismo La Niña Pueblo Rural que, junto con otras instituciones locales fueron consolidando el proyecto y organizando diferentes eventos que le permitieron alcanzar gran difusión. Existen otras actividades dentro del turismo rural como el ir a visitar quintas y que los turistas cosechen su propia verdura para llevarse a sus casas junto con la venta de dulces, licores, mermeladas, entre otras cosas.

La promoción que realiza el Gobierno bonaerense a través de su programa de Turismo comunitario “Pueblos turísticos” y también mediante el Ministerio de Asuntos Agrarios son un aporte fundamental y un gran incentivo para los pequeños productores y Pymes de la zona.

Como hemos analizado en capítulos anteriores ante el fenómeno de la globalización se hace necesario revalorizar los valores que identifican una comunidad, de esta manera una identidad conservada y bien caracterizada en un territorio rural se perfila como un factor de desarrollo endógeno, el cual se convierte en a fuente de procesos de diferenciación.

La identidad de un grupo y de sus miembros se revela en los momentos de relaciones efectivas con otro grupo y sus miembros, se basa en intercambios o en cooperaciones, sea en emprendimientos igualitarios o no, Debuyt (2009).

El turismo rural es una fuente de relaciones con identidad local con grupos extremos, representados en este caso por los turistas, por los proyectos de desarrollo de

este ámbito, deben partir de la base del respeto por lo que se tiene y se hace en un territorio, desatancándose la identidad local.

De esta forma a lo largo de esta investigación hemos podido comprobar que las fiestas productivas como la del tomate platense o la del Vino de la Costa en nuestra región consolidan la identidad local y son importantes porque dan cuenta del acervo de una comunidad trabajadora, que está ligada al trabajo rural.

En relación al párrafo anterior el patrimonio cultural es parte fundamental de las manifestaciones que el hombre en comunidad fue generando en la continua interacción vital con su circunstancia. La conservación de este patrimonio tiene sentido en función de la calidad de vida del hombre actual y de las generaciones venideras. Asimismo, ante el fenómeno de la globalización, se genera la urgencia de fortalecer la conciencia cultural de los habitantes locales, así el patrimonio aparece resignificado como factor de unidad en una comunidad. El rescate del patrimonio a través del turismo, posibilita el reencuentro de la persona con su historia personal o colectiva, el acercamiento a sus raíces, la posibilidad de recordar y recrear, y también conmovirse con lo que le resulta familiar o cercano.

El tomate platense forma parte de nuestra historia, de nuestro pasado cuando vinieron los primeros inmigrantes quienes vinieron en búsqueda de una mejor calidad de vida, para darles un mejor futuro a sus hijos, todos los platenses tenemos alguna descendencia italiana o española, entre otras, por este motivo sería interesante que conozcamos más acerca de este producto y su historia. A partir de reconocerlo como algo propio podemos ofrecerlo como un producto turístico, Graciela Gronda, secretaria de la subcomisión de estudios culturales de Gorina, en la entrevista realizada opina que *“es importante conocer nuestras cosas, hacerlas querer, preservarlas para las generaciones futuras”*.

Como hemos mencionado anteriormente en el cinturón verde es posible reconocer en el tiempo una secuencia en la incorporación de familias a estas actividades: italianos, españoles, portugueses, japoneses, migrantes del norte argentino y bolivianos. Las diferentes trayectorias y especificidades en las prácticas socioculturales de cada grupo se articulan a la posición dispar dentro de los mercados y submercados para dar lugar a una fuerte heterogeneidad cultural y económica.

En efecto se ha demostrado que tanto Colonia Urquiza como Gorina, son dos localidades rurales, las cuales pertenecen al periurbano platense, que poseen una importante historia y trayectoria en relación a la producción de productos típicos como el tomate platense y la revalorización del mismo, las mismas se constituyen como parte del patrimonio cultural de La Plata y refuerzan la identidad de dichas localidades. Los trabajos citados a lo largo de la tesis desde diferentes facultades refuerzan en ese sentido la necesidad de continuar el camino del trabajo estrecho entre las comunidades locales, la universidad, el municipio y diferentes organismos a nivel local, provincial y nacional.

Desde el área de turismo podría trabajarse en forma conjunta con la comunidad, el municipio, las diferentes facultades e implementarse un circuito por las quintas, es un trabajo a largo plazo, ya que habría que acondicionar las quintas con las necesidades básicas para poder brindarle un ambiente cómodo conforme a las necesidades de los turistas y una buena experiencia para que decidan regresar. De esta forma se beneficiarían la comunidad local, en la revalorización y comercialización del tomate platense y se ampliaría la oferta turística de la ciudad de La Plata, incorporando al turismo rural como un atractivo turístico diferente.

En relación al turismo rural aunque no se han encontrado antecedentes en la región, es visto como algo positivo por parte de los productores y el ente de turismo de La Plata (EMATUR) para dar a conocer más sobre las costumbres y hábitos en la producción del tomate y poder comercializar el producto y otros derivados como mermeladas, salsas, licores, entre otras. En el circuito a desarrollar consistiría en llevar a un pequeño grupo de turistas, mostrarles las plantas, que ellos cosechen sus propios tomates y contarles acerca de la historia del mismo como por ejemplo el caso de Villa del Rosario, Entre Ríos con las mandarinas, Tandil con sus quesos y salames; Coronel Dorrego y sus olivares; Tomas Joffre con los raviolones y Berisso con el Vino de la Costa.

Esta tesis aporta una nueva forma de concebir al turismo rural no solo como una actividad económica complementaria a la agropecuaria, sino como una alternativa para la revalorización de los saberes locales que han traído los primeros inmigrantes italianos, japoneses y bolivianos a la ciudad de La Plata en la producción de hortalizas típicas como el tomate platense y como un aporte al desarrollo local.

A partir de las entrevistas realizadas, se pudo detectar, a pesar de que una hay una trayectoria en relación al turismo rural y las localidades elegidas, los actores involucrados están dispuestos a planificar y de algún participar de un proyecto de turismo rural tanto en Colonia Urquiza como en Gorina para generar una visibilización y reconocimiento del tomate platense, su historia, los productores.

En efecto con esta tesis se intenta enriquecer la actividad hortícola desarrollada en ambas localidades en relación a la revalorización de productos típicos. Ya que el cinturón hortícola platense surge paralelamente a la fundación de La Plata y es importante reconocerlo como tal por parte de los habitantes y todos aquellos interesados.

Esta investigación podrá ser considerada por el Municipio, y cualquier otra persona interesada en el tema a la hora de tomar decisiones y desarrollar políticas en relación al turismo rural y la revalorización de productos típicos, incorporar nuevos atractivos al circuito tradicional de la ciudad de La Plata, aprovechar oportunidades que presenta el área periurbana de la ciudad, para lograr una mejora no solo a nivel institucional, sino también a nivel local.

BIBLIOGRAFIA

ALMIRON, BERTONCELLO, TRONCOSO (2005). Turismo, Patrimonio y Territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. Vol. 1 N° 9 pp. 56-74. Universidad Nacional de Mar del Plata.

ALMIRON, Analía Verónica (2004). Turismo y Espacio. Aportes para otra geografía del turismo. GEOUSP-Espaço e Tempo, São Paulo, N° 16, pp. 166-180.

ALBURQUERQUE, Francisco (2005), "Reflexiones sobre el desarrollo económico en la práctica: desarrollo y territorio", CSIC ,Madrid, noviembre de 2005.

ALBURQUERQUE, Francisco (2003). Planes de desarrollo sostenible en los Parques Naturales de Andalucía. Aproximación conceptual y metodológica, Instituto de Desarrollo Regional y Fundación Universitaria, Sevilla, 2003

APARICIO,A.(2004) El turismo rural: una de las alternativas al desarrollo rural en la Serranía de la cuenca. Cuadernos de Turismo 13, 73-89.

ARCHENTI Adriana (2008) Producciones identitarias y relaciones interculturales en el periurbano platense. Mundo agrario

AROCENA, José(1995) El Desarrollo Local. Un Desafío Contemporáneo

BALLART HERNANDEZ J y TRESSERAS J. (2001) Gestión del patrimonio cultural. Ariel, Barcelona

BARRERA, Ernesto (1998) Situación del turismo rural en la República Argentina en el Congreso internacional de Turismo Rural y Desarrollo sustentable. Universidad Federal de Santa María, Santa María, Brasil.

BARRERA, Ernesto (2006) Turismo Rural. Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales. Editorial Sudamericana

BARROS, Claudia (1999). De rural a rururbano: Transformaciones territoriales y construcción de lugares al sudoeste del Área Metropolitana de Buenos Aires. *Scripta Nova, I Coloquio Internacional de Geocrítica*, 1999, vol. 51, N° 45.

BARSKY, O y GELMAN, J. (2009) Historia del Agro Argentino, Sudamericana, Bs. As.

BARSKY, Andrés (2005)El periurbano productivo, un espacio en constante transformación. Introducción al estado del debate, con referencias al caso de Buenos Aires. *Scripta Nova*, Universidad de Barcelona,Vol.9, N°194(36)

BERTONCELLO Roberto (2002) Otras practicas, otras miradas. Aportes y transferencias 6(2) 29-50.

BERTONCELLO Roberto, CASTRO H y ZUSMAN P.(2003) Turismo y patrimonio :una relación puesta en cuestión

BERTONCELLO Roberto (2006). Turismo, territorio y sociedad. El mapa turístico de la Argentina

BOISER, Sergio (2001) "Desarrollo (local): ¿de qué estamos hablando?", en Madoery, Oscar y Vázquez Barquero, Antonio (eds.), Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local. Homo Sapiens, Rosario..

BUSTOS CARA Roberto (2004) . Patrimonializacion de valores territoriales .Turismo, sistemas productivos y desarrollo local

BUSTOS CARA, Roberto.; OUSTRY, L. y HAAG, M. (2004) "Valores territoriales: entre la cultura y el mercado. Habilidades y saberes locales como estrategias frente a la crisis", en Desarrollo local y nuevas ruralidades en Argentina. EDIUNS. Bahía Blanca, Argentina.

BOZZANO, Horacio (1989) "Los procesos de estructuración de espacios periurbanos. Hacia una definición del borde Metropolitano Buenos Aires.. Revista de la Sociedad Interamericana de planificación. México pp. 264-284.

BOZZANO Horacio (2009) Territorios Posibles. Procesos, lugares y actores: una triada social. Editorial Lumiere, Buenos Aires.

BOZZANO, H; Girardot, JJ; Cirio,G ; Barrionuevo,c ; Gliemmo F.(2012) Inteligencia territorial. Teoría, métodos e iniciativas en Europa y América Latina. Edulp. UNLP. La Plata

CALDENTHEY A ; GOMEZ MUÑOZ A.(1996) Productos típicos, territorio y competitividad.

CAFIERO, Irene y CERONO Estela(2003) Una mirada a la Inmigración japonesa en la Argentina: el caso de la Colonia General Justo José de Urquiza en el Partido de La Plata (Provincia de Buenos Aires), formas de adaptación de los Issei y Nikkei. X I Congreso Internacional de ALADAA. México.

CARDENAS NERSA (2002) El desarrollo local su conceptualización y procesos Provincia, núm. 8, enero-junio, , pp. 53-76, Universidad de los Andes, Venezuela.

CHAMPEDRONE, Marcelo; BUSTOS CARA, Roberto; OUSTRY, Liliana(2007) Culturas migratorias y valores territoriales localizados en la ruralidad y el desarrollo local en el Sudoeste de Buenos Aires. Procesos de patrimonialización de platos típicos mallorquies en V Jornada Interdisciplinaria de Estudios Agrarios Y Agroindustriales. Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires.

DEBUYST, Federic (2009) Lógicas y sentidos de los enfoques territoriales. Polis revista de la Universidad Boliviana 8,21-37

ESPETEIX BERNAT Elena (1996) "Los 'nuevos consumidores' o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los 'productos de la tierra'". En Agricultura y Sociedad, nº 80-81, Madrid, julio-diciembre, pp. 83-116.

GABAY,Eliana (2007) El desarrollo local: nuevos desafíos y tendencias. Ponencia presentada en IV Seminario de Ordenamiento Territorial. Universidad de Cuyo, Mendoza, Argentina.

GALMARINI, Mara (2010) El turismo rural como dinamizador de desarrollo local en Lobos y Cañuelas (Foros regionales Red Muni 2010,la agenda local del bicentenario) Salta, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes

GARCÍA, Matías. (2010) "Inicios, Consolidación y Diferenciación de la horticultura platense". En: Ada Svetlitzia de Nemirovsky (coord.) Globalización y agricultura periurbana en la Argentina. Escenarios, recorridos y problemas. Editorial FLACSO: Buenos Aires. Pp73-90.

GARCIA, Matías (2012) Conformación del Cinturón Hortícola Platense hasta los '90. Análisis de las transformaciones de la estructura agraria hortícola platense en los últimos 20 años, Memoria para optar al título de Ingeniero agrónomo Departamento de Desarrollo Rural, Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, Universidad nacional de La Plata, La Plata, Argentina.

GARAT, Juan José; RAIMUNDI Gerónimo (). ¿Los productores de productos típicos son o se hacen?.Extensión Rural. Facultad de Ciencias Agrarias y forestales. UNLP

GARAT, J. & VEGA, M.(1999). Proyecto de Extensión para la Revalorización y Difusión del Tomate Platense. Fac. De Cs. Agrarias y Forestales, UNLP

GARAT et al (2009) Las hortalizas típicas locales en el cinturón verde de La Plata: su localización, preservación y valorización.

GOMEZ, Silvina; ROSSI Elizabeth; MAYO, Josefina (año) Revalorización del patrimonio cultural, ambiental y productivo de la zona de Colonia Urquiza (La Plata) a través del Proyecto de extensión : primeros pasos. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

GONZALEZ MARASCHIO, Fernanda (2008) Nuevas dinámicas en partidos del noroeste bonaerense. Una aproximación desde los usos del territorio.

GUZMAN VILLATE, Ángela (2007). Aprovechamiento turístico de la recreación y el Deporte: una realidad para Bogotá.

GUTMAN, P y Gutman, G (1986) Agricultura Urbana y Periurbana en el Gran Buenos Aires. Informes de Investigación del CEUR N° 3. Centro de Estudios Urbanos y Regionales. Buenos Aires

IBAÑEZ R, VILLABOBO I. Tipologías y antecedentes de la actividad turística. Turismo Tradicional y turismo alternativo.

ICOMOS (1999). Carta Internacional sobre Turismo cultural

INTA (2007) "Promoción y fortalecimiento de Proyectos de apoyo al Desarrollo Territorial para la mejora de la competitividad sistémica regional"

LE GALL J., GARCIA M.(2009) Reestructuraciones de las periferias hortícolas de Buenos Aires y modelos especiales. Un archipiélago verde.

LORDA, María Amalia (2005) "El desarrollo local, estrategia de gestión ambiental de la actividad agrícola en espacios próximos a la ciudad de Bahía Blanca", UNS, Bahía Blanca, 358 pp. Tesis doctoral.

MANZANAL, Mabel (2006) Regiones, territorios e institucionalidad del Desarrollo Rural. Desarrollo rural. Organizaciones, instituciones y territorio. ED CICCUS. Buenos Aires, Argentina, pp21-50.

MORELLO, Jorge (2000) Manejo de Agroecosistemas Periurbanos. Facultad de Arquitectura, urbanismo y Diseño. UNMdp

MUCHNIK, J. y VELARDE, I. (2003) "Sistemas Agroalimentarios Localizados. Procesos de Innovación y valorización de los recursos locales: el caso del vino de la costa de Berisso." PRODAR / IICA y UNLP. Buenos Aires.

NIETO, Daniela. Componentes sociales y culturales en el sostenimiento y reproducción de la actividad florícola en el partido de La Plata. Universidad Nacional de La Plata.

OTERO, Jeremías. (2013). Factores de la reactivación de un producto agroalimentario típico: el vino de la costa de Berisso, Argentina. Cuadernos de Desarrollo Rural, 10(71), 37-58

PÉREZ, Samuel. (2010)El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. Agronomía colombiana, 28, 493-499

PEREZ MORALES, Milagros (2011) Desarrollo local sostenible

POSADA Marcelo y VELARDE, Irene (2000) "Estrategias de desarrollo local a partir de productos alimentarios típicos: el caso del vino de la costa en Buenos Aires, Argentina". En Problemas del Desarrollo, Revista Latinoamericana de Economía. N° 121, abril/junio. Vol. 31, pp. 63-84.

PRATS, Llorenç (1997). Antropología y Patrimonio. Editorial Ariel, Barcelona, p.42 y 43

RINGUELET, Roberto (2003) La complejidad de un campo social periurbano centrado en las zonas rurales de La Plata. Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, Argentina.

RINGUELET, Roberto. (2010) Perspectivas de desarrollo territorial y situaciones de interfaz en la región rural periurbana de La Plata

RINGUELET, Roberto (2012) Presentación del Dossier: Modalidades y perspectivas del territorio rural. Mundo Agrario 12, n°24.

ROZENBLUM, Constanza (2006), "El turismo rural como impulso para procesos de desarrollo local. Estudios de caso en la región pampeana argentina", tesis de maestría, 2006.

RUEDA GARCIA, Lilia (2004) Turismo alternativo una nueva forma de hacer turismo.

SILLI, Marcelo (2005), La Argentina rural. De la crisis de la modernización agraria a la construcción de un nuevo paradigma de desarrollo de los territorios rurales, Ediciones INTA, Buenos Aires, 2005.

SCHEJMAN, A ; BERDEGUE, J.A (2004) Desarrollo territorial rural . Debates y temas rurales 1. Rimisip, Centro Latinoamericano para el desarrollo. Santiago

SCHLÜTER, Regina (2003) "El turismo en Argentina: Del balneario al campo". CIET, Buenos Aires

SCHLÜTER Regina. & THIEL ELLUL, D. (2008) "Gastronomía y turismo en Argentina. Polo gastronómico Tomás Jofré". Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 6(2): 249-268 (www.pasosonline.org)

SCHLÜTER, Regina. (2006) "Turismo y patrimonio gastronómico. Una introducción". CIET, Buenos Aires

ROMAN M., CICCOCELA M. (2009) Turismo Rural en la Argentina. Concepto, situación y perspectivas. Editado: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).

TOSELLI, Claudia (2003) Turismo cultural, participación local y sustentabilidad. Algunas consideraciones sobre la puesta en valor del patrimonio rural como recurso turístico en Argentina.

TOSELLI, Claudia. Algunas tendencias del turismo cultural en Argentina . El patrimonio olvidado como recurso turístico.

TRESSERRAS, Juan. (2003). Patrimonio, turismo y desarrollo local: situación y perspectiva. Estudio Compartido sobre Turismo y Cultura publicado en el Portal Iberoamericano de Gestión Cultural.

VELARDE, Irene, GARAT, Juan José, MARASAS Mariana, SEIBANE, Cecilia (año) Sistemas de producciones locales en el Rio de La Plata, Argentina: Concentración de actores, diferenciación y valorización de productos típicos.

VELARDE, Irene "La construcción social de productos agroalimentarios típicos en el desarrollo territorial local: disputas entre saberes teóricos y saberes prácticos"

VELARDE Irene (2010a) "Valorización de los recursos agroalimentarios locales como estrategia de desarrollo rural: estudio de caso del vino de la costa de Berisso, Argentina". Tesis de Maestría en Estudios Sociales Agrarios-FLACSO, 238 p.p. mimeo.

Recursos electrónicos:

Proyecto de turismo rural <http://www.pronatur.gov.ar/>

Programa Argentino de turismo rural "Raíces" <http://www.agro.uba.ar/agro/ced/turismo/nucleo1/raices>

SECTUR <http://www.cienaniosdeturismo.gov.ar/>

El tomate Platense <http://tomate-platense.com.ar/>

ANEXOS: ENTREVISTAS

Anexo 1: entrevista a Juan José Garat. Ingeniero Agrónomo de la Facultad de Ciencias Agrarias y

Forestales de la UNLP

1) ¿Que fue lo que lo llevo a realizar el proyecto de revalorización del Tomate Platense?

El proyecto surge en 1999 a partir de una maestría que realice en Buenos Aires y de la propuesta de desarrollo rural que había en Europa :la revalorización de productos típicos que fueron reemplazados por métodos de producción , materiales genéticos y cuestiones de agroindustria como el vino , el queso entre otros.

Y por otro lado los quinteros del cinturón hortícola platense que hablaban de lo que había sido el tomate platense, su sabor característico y que ya casi no se producía. Entonces se alinearon esas dos ideas y vi que la producción era desestimada por los productores , como que habían dejado de ser parte de sus alternativas productivas. Es ahí que me doy cuenta que eso que se estaba promoviendo en Europa acá también existía, no de la misma manera, pero existía. Así comenzamos a conseguir semillas de tomate platense de los productores.

2) ¿En qué localidades particularmente se produce tomate platense?

Actualmente en Colonia Urquiza, Gorina, Olmos, Berisso y Florencio Varela.

3) ¿Qué importancia o significado tiene para usted la producción de hortalizas típicas como el tomate platense?

Para mi, es un producto con identidad local, co historia, que mucha gente no sabe de el, pero seria muy importante su resignificación como un producto típico del periurbano platense.

Anexo 2:

Entrevista a Irene Velarde Ingeniera Agrónoma y Docente de la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales de la UNLP

1) ¿Que fue lo que la lleva a participar del proceso de revalorización del vino de la costa como un producto típico?

El proyecto surge a partir de que en la materia de extensión rural se trabaja en forma comunicacional con productores agropecuarios junto con el proyecto del mercado regional de La Plata para mejorar la calidad de vida de los productores y por otro el postgrado que

hice con Garat en Buenos Aires abrió una puerta a los productos rurales, patrimoniales o típicos como impulso para el desarrollo local.

En 1998 hubo un homenaje a las familias productoras del vino, un reconocimiento por parte del intendente de Berisso y a partir de allí donde los productores nos plantearon como seguir es que se armó un grupo de 9 productores, se suma la facultad de exactas para el análisis de los procesos microbiológicos, esta fue una alianza estratégica para obtener resultados concretos en materia de industrialización.

Por otro lado a partir de 2003 que cambia la gestión municipal se crea la cooperativa del vino de la costa, tuvimos 3 años la asistencia de un técnico rentado full-time de PROFAM Y apoyo financiero Inversiones provincia de Buenos Aires.

2) ¿Qué importancia o significado tiene para usted los productos típicos como el vino de la costa?

En mi caso particular, a partir del proyecto del vino de la costa, me hice amigos, se logró un vínculo de confianza.

3) ¿Qué beneficios cree que puede generar la revalorización del vino de la costa como un producto autóctono para la comunidad local?

Los beneficios que puede generar son: una mejor calidad de vida para los productores, ya que el producto puede conseguir en ella cooperativa en distintas épocas del año junto con los dulces y mermeladas y no solo en la fiesta del tomate.

4) ¿Cree que el turismo rural puede ser una alternativa para la revalorización de productos típicos como aporte al desarrollo local, en Berisso y el periurbano platense?

El turismo rural, es algo bastante reciente y tiene difícil aceptación por parte de los productores por el temor al fracaso. Pero en mi opinión para que tenga éxito el turismo rural en la revalorización de productos típicos tiene que ser una actividad continua y en la que participen todos los actores.

El valor simbólico que tiene es muy alto, por el saber-haber propio de la producción, una forma de producir la tierra, de conseguir semillas, que en algunos casos se compraban y en otros se intercambiaban la historia del mismo desde los primeros inmigrantes italianos, la cultura hortícola.

4) ¿Qué beneficios cree que puede generar la revalorización del Tomate Platense, como un producto típico, para la comunidad local? todos los actores: los productores, el municipio y los turistas.

5) Como y donde se comercializa el producto?

No hay gente que quiera salir de las quintas a vender, porque falta mano de obra en la producción, los eventos donde se vende el vino de la costa, son cada vez menos y lo que se vende en la fiesta del vino de la costa en un poco menos del 10% de su producción.

Anexo 3: entrevista a Regina Schlüter

1) ¿Qué opina sobre el turismo rural?

El turismo rural para que sea exitoso debe ir de la mano de la gastronomía, los productos típicos son importantes ya que si el producto es bueno el turista vuelve y recomienda de ir a ese lugar por el producto.

Por ejemplo el olivo en Coronel Dorrego “Circuito Turístico Los Olivares”, el salame de Tandil, el queso de cabra de Suipacha, entre otros.

2) ¿Considera que es una herramienta para la revalorización de productos típicos y practicas o costumbres que han quedado en desuso?

Si desde luego a partir del turismo rural se genera empleo, mejora la calidad de vida .

3) ¿Es una alternativa para el desarrollo local?

Sí, porque es una actividad económica alternativa a la actividad agropecuaria.

Anexo 4: Susana Parillo

1) ¿En qué año o época llegan con su familia a La Plata? ¿A que se dedicaban?

Yo vino con mis hermanos a las 9 años desde Santiago del Estero, y empezamos a trabajar en una quinta que se llamaba los Tilos, acá en Colonia Urquiza, como medianeros trabajamos la familia de mi marido los Parillo vinieron aproximadamente en 1951, ellos vinieron de Italia.

2) ¿Recuerda como era el lugar cuando llegaron? Descríbalo. ¿Cómo se producía?

Acá en la colonia no había nada, era todo campo, solo había algunas vacas. Respecto a la producción se producía acampo abierto sin agrotóxicos y se ponía zapallito, repollo, entre otras hortalizas, y se llevaba en carro tirado a caballo las verduras para vender en La Plata.

3) A partir de qué año comienzan con el tomate platense? Y como fue cambiando la forma de producir en los '80, '90? ¿Donde vendían? ¿En algún momento dejaron de producir?

En 1969 comenzamos con el tomate platense, poníamos semillas en almácigos, fue mi primer trabajo, yo tenía 11 años. Pusimos tomate platense hasta los '80 que comenzó a aparecer el tomate híbrido y como en el mercado se prefería el híbrido porque tenía más pinta y duraba un poco más que el platense, dejamos de poner tomate platense, lo cambiamos por el híbrido, hasta que en 1999 conozco a Juan José Garat (Lolo) con el

proyecto de rescate del tomate platense y volvimos a poner tomate platense , yo siempre quise volver a producir tomate platense pero no se conseguían las semillas.

Al principio no se vendía mucho el tomate platense, entonces hice varios cursos de elaboración de dulces, salsas, curso de manipulación de alimentos en la Cátedra de industria de la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales y empecé a hacer salsas y dulces para vender.

4) ¿Qué significado tiene para usted el tomate platense?

Hace 15 años que forma parte de mi vida, fue mi primer trabajo y actualmente sigo cultivando y haciendo dulces y salsas para vender en el invierno. Sigo incursionando en el tema. No solo cultivo tomate sino también ajíes, zapallito, frutilla.

5) ¿Qué dificultades tuvo o tiene en la producción y/o comercialización del tomate?

Actualmente el inconveniente que tengo no es en el tema de la producción sino en el tema de la modalidad para ir a vender a las ferias, tengo vehículo pero por un problema de la vista no puedo manejar.

6) ¿Recibió algún asesoramiento o ayuda por parte del INTA, Facultad de Ciencias Agronómicas y Forestales, el municipio de La Plata, el EMATUR?

Si, recibimos asesoramiento de parte del INTA Y la Facultad de Agronomía y también de Exactas algunos estudiantes vienen a observar las plantas y experimentan cosas para mejorar la producción pero en forma natural sin agrotoxicos y por parte del EMATUR en la organización, publicidad en la época de la fiesta del tomate.

7) ¿Cómo venden su producto? ¿Dónde?

En distintas ferias acá en La Plata en 13 y 72, en las feria Manos de la Tierra de las facultades, en Gonnet “Feria Orgánica” en el Encuentro Internacional de ferias del Ministerio de Desarrollo Social, en la fiesta del Tomate Platense, en La Fiesta del Vino de La Costa y en forma directa acá en la quinta, que a través de las redes sociales y nuestra página web la gente nos llama y viene a nuestras quintas en búsqueda del tomate o de algún dulce o salsa.

8) ¿Se reúnen con otros productores? ¿Participa de otras asociaciones de productores? ¿Cuáles?

Si nos reunimos una vez cada 15 días, pero siempre nos estamos llamando para ver cómo van las plantas de tomate y si alguno necesita una mano nos ayudamos entre nosotros. No solo participo del grupo del tomate platense, desde que se creó.

9) ¿Conoce otras experiencias como el Vino de La Costa?

Si, conozco y participo de la fiesta todos los años, llevo dulces y salsas de tomate.

10) ¿Tiene algún conocimiento sobre el turismo rural?

Creo que sí, ese tipo de turismo, donde la gente visita una quinta o estancia, puede ver la producción, se le cuenta la historia del producto en particular y las primeras familias productoras, pueden cosechar su propia verdura y llevársela a sus casas.

11) ¿Le gustaría participar de algún proyecto de turismo rural?

Si, desde luego, creo que se podría hacer un recorrido por las quintas de algunos productores del tomate platense.

12) ¿Cree que a partir del turismo rural podría visibilizarse o darse a conocer un poco más el Tomate Platense y las quintas donde se produce?

Si creo que sería algo positivo para que se conozca más el tomate platense y sería un vehículo para la comercialización del mismo y sus derivados.

Anexo 6: entrevista a Isabel Palomo

1) ¿En qué año o época llegan con su familia a La Plata? ¿A que se dedicaban?

Vine con mi marido desde Salta en los '90, vivimos un tiempo en Buenos Aires, luego en La Plata con mis suegros que tenían un almacén.

Al poco tiempo pudimos comprar un terreno con una casita en Colonia Urquiza y ahí empezaron a cultivar de todo zapallito, albahaca, de todo.

2) ¿Recuerda como era el lugar cuando llegaron? Descríbalo. ¿Cómo se producía?

En el lugar había muy pocas quintas, la época de los '90 fue bastante mala, el tomate no valía y se tiraba.

3) ¿A partir de qué año comienzan con el tomate platense? Y como fue cambiando la forma de producir en los '80, '90? ¿Donde vendían? ¿En algún momento dejaron de producir?

En el año 2000 aparece Juan José Garat (Lolo) de la cátedra de extensión rural de la facultad de agronomía con la propuesta de rescatar las semillas de hortalizas típicas de la zona, como el tomate platense. A partir de allí conocimos a otros productores entre ellos Susana Parillo y desde ese momento empezamos a producir el tomate platense sin agrotoxicos.

4) ¿Qué significado tiene para usted el tomate platense?

Para mi cultivar Tomate Platense sin agrotoxicos es algo natural que no hace mal a la salud y además se rescatan los saberes e historia que trajeron los primeros inmigrantes italianos.

5) ¿Qué dificultades tuvo o tiene en la producción y/o comercialización del tomate?

En la producción no tuve inconvenientes, porque nosotros utilizamos “mezclados” naturales para espantar a los insectos o plagas que pueden llegar a afectar nuestras plantas, como por ejemplo: cebolla triturada, paraíso con alcohol, una hierba que se llama cola de caballo con alcohol.

El problema nuestro es la comercialización, tendríamos que tener un vehículo para el grupo del tomate platense para poder ir a todas las ferias de las facultades y vender nuestros productos.

6)¿Recibió algún asesoramiento o ayuda por parte del INTA, Facultad de Ciencias Agronómicas y Forestales, el municipio de La Plata, el EMATUR?

Si, hasta el año pasado teníamos asesoramiento por parte de Cambio Rural, pero actualmente no porque están más interesados en asociaciones que en los pequeños productores.

Lolo con su grupo de la Facultad de Agronomía, nos acompaña desde el principio y más que nada él se encarga de conseguir las cosas para realizar la Fiesta del Tomate todos los años. Por otro lado el EMATUR, nos ayuda en el tema de la promoción y publicidad de la fiesta.

7)¿Cómo venden su producto? ¿Dónde?

En distintas ferias acá en La Plata en 13 y 72, en las feria Manos de la Tierra de las facultades, en Gonnet “Feria Orgánica” en el Encuentro Internacional de ferias del Ministerio de Desarrollo Social, en la fiesta del Tomate Platense, en La Fiesta del Vino de La Costa y en forma directa acá en la quinta, que a través de las redes sociales y nuestra página web la gente nos llama y viene a nuestras quintas en búsqueda del tomate o de algún dulce o salsa.

8)¿Se reúnen con otros productores? ¿Participa de otras asociaciones de productores? ¿Cuáles?

Si nos reunimos una vez cada 15 días, y si participo del grupo dl tomate platense desde el año 2000 y siempre estoy reclutando nuevos productores del tomate platense. Por otro lado estoy en contacto con la Asociación de productores Hortícolas.

9)¿Conoce otras experiencias como el Vino de La Costa?

Si, conozco y participo de la fiesta todos los años, llevo dulces y salsas de tomate.

10)¿Tiene algún conocimiento sobre el turismo rural?

No, pero sé que hay cada vez un mayor interés en productos naturales sin conservantes ni agrotóxicos. Este año uve la oportunidad de participar en una feria muy grande que se realiza en el barrio de Palermo, Buenos Aires, donde se vendían todos productos naturales.

11) ¿Le gustaría participar de algún proyecto de turismo rural?

Sí, me gustaría, porque se haría más conocido el tomate platense y tendríamos más público a quien venderle.

12) ¿Cree que a partir del turismo rural podría visibilizarse o darse a conocer un poco más el Tomate Platense y las quintas donde se produce?

Si, desde luego.

Anexo 7: Entrevista a Nicolás Gentile, productor de Gorina

1) ¿En qué año o época llegan con su familia a La Plata? ¿A que se dedicaban?

Mi abuelo vino en el 1909 a la Argentina desde Italia, y comenzó como peón en la estancia “San Juan” de Leonardo Pereira Iraola hasta el año 1912. En ese año empieza a trabajar en “La Colonia” un total de 45 quintas ubicadas en la costa del Río de La Plata, que luego a partir de una gran inundación se muda con su familia a Gorina donde no había nada y vieron que volver a empezar.

2) ¿Recuerda como era el lugar cuando llegaron? Descríbalo. ¿Cómo se producía?

Recordarlo no, pero me comentaron mis abuelos que cuando trabajaban para los Pereira Iraola, se llevaba en carro la verdura hasta la estación de tren de Hudson, de ahí era transportada a Constitución para venderse en los mercados de Abasto y Espinetto. En ese tiempo se producía a campo diferentes hortalizas como: chauchas, arvejas, coliflores, brócolis y pimientos.

3) ¿A partir de qué año comienzan con el tomate platense? Y como fue cambiando la forma de producir en los '80, '90? ¿Donde vendían? ¿En algún momento dejaron de producir?

En 1930 empiezan a probar un nuevo cultivo el tomate “fresquito” de tamaño pequeño, que se rajaba con facilidad hasta que en el año 1937 aparece el tomate “criollo” o “platense”, mucho más rustico y de mejor calidad, introducido por el horticultor don Juan Papalardo.

Por estos años, todo el trabajo se hacía con caballo, arado de madera, dientes y rastras de ramas, en 1940 compra 10 hectáreas en Gorina. Es un pionero en esta zona, junto con las familias de Foschini, Frisenda y los Carcione.

Desde esa época que producimos el tomate platense, luego nos fuimos modernizando y continuaron mi viejo y luego yo, pero nunca dejamos de producir.

4) ¿Qué significado tiene para usted el tomate platense?

El tomate platense, el trabajo en la quinta es mi vida, desde los 12 años que siempre con mi hermano ayudábamos en la quinta, primero con tareas más livianas como en el cuidar

las plantas, regarlas y luego con los años fuimos creciendo, pero seguimos trabajando de la misma forma de manera artesanal y en familia.

5) ¿Qué dificultades tuvo o tiene en la producción y/o comercialización del tomate?

Mis abuelos creo que fueron quienes tuvieron mayor inconveniente sobre todo cuando recién empezaron en Gorina, porque era una época en que el tomate no valía, se tiraba, pero yo particularmente no tengo inconvenientes además del tomate platense, cultivo otras hortalizas que se venden en el mercado central.

6) ¿Recibió algún asesoramiento o ayuda por parte del INTA, Facultad de Ciencias Agronómicas y Forestales, el municipio de La Plata, el EMATUR?

Recibimos asesoramiento por parte del INTA y de la Chacra Experimental de Gorina en la producción de plantines, identificación y tratamiento de plagas en forma natural sin agroquímicos y el asesoramiento a productores.

7) ¿Cómo venden su producto? ¿Dónde?

Vendemos al mercado central, vienen camiones y se llevan el tomate y otras verduras como pimientos, lechuga acelga, zapallito.

8) ¿Se reúnen con otros productores? ¿Participa de otras asociaciones de productores? ¿Cuáles?

Sí, nos reunimos con los productores de Gorina, muchos somos amigos, desde hace muchos años, como he mencionado anteriormente mi abuelo fue uno de los primeros productores en la zona junto con otras familias como los del Valle, los Carcione entre otros.

De asociaciones no, tampoco pertenezco al grupo del tomate platense, porque no dispongo de tiempo para asistir a las reuniones.

9) ¿Conoce otras experiencias como el Vino de La Costa?

Si he escuchado nombrar, pero no asistí nunca.

10) ¿Tiene algún conocimiento sobre el turismo rural?

Sí, he tenido la oportunidad de ir a Brandsen y allí se ve que existe el turismo rural, donde la gente visita estancias, y comen asado.

11) ¿Le gustaría participar de algún proyecto de turismo rural?

Si, podría ser.

12) ¿Cree que a partir del turismo rural podría visibilizarse o darse a conocer un poco más el Tomate Platense y las quintas donde se produce?

Si creo q si, y sería una forma de revalorizar la historia den nuestros padres y abuelos, quienes fueron los que introdujeron el tomate platense en la región.

Anexo 6: Entrevista a Manuel del Valle, productor de Gorina

1) ¿En qué año o época llegan con su familia a La Plata? ¿A que se dedicaban?

Mi abuelo viene a la Argentina en 1930, y se instala con su familia en las quintas de Hudson a orillas del Rio de La Plata, y a partir de la una gran inundación, en 1940 se muda a Gorina, junto con otras familias productoras.

2) ¿Como era el lugar cuando llegaron? Descríbalo. ¿Cómo se producía?

En el lugar, según me contaron no había nada, todo el trabajo se hacía con caballo, y la verdura se llevaba hasta el entro de La Plata en carro para vender.

3) A partir de que año comienzan con el tomate platense? Y como fue cambiando la forma de producir en los '80, '90? ¿Donde vendían? ¿En algún momento dejaron de producir?

Con el tomate platense comenzamos en 1940 y siempre cultivamos tomate y otras verduras pimientos, zapallito, entre otras. La forma de producir fue cambiando, aparecieron a partir e 1980 los invernaderos y las semillas hibridas, pero nosotros tratamos de seguir produciendo en forma natural sin agrotoxicos.

4) ¿Qué significado tiene para usted el tomate platense?

El tomate platense forma parte de mi vida, me crie jugando entre las plantas de tomate y luego ayudaba a regar las plantas, a cosechar y plantar, junto con mi hermano y madre, nos levantábamos al amanecer, luego a media mañana desayunábamos, seguíamos en la quinta, luego almorzábamos y así todos los días.

5) ¿Qué dificultades tuvo o tiene en la producción y/o comercialización del tomate?

Inconvenientes siempre hubo, había épocas que en la verdura no valía y se tiraba, otras en las que faltaba mano de obra, pero siempre salíamos adelante y nunca dejamos de producir.

6) ¿Recibió algún asesoramiento o ayuda por parte del INTA, Facultad de Ciencias Agronómicas y Forestales, el municipio de La Plata, el EMATUR?

Si, recibimos asesoramiento en la Chacra Experimental de Gorina, en la producción de platines, en el tratamiento de plagas en forma natural sin agrotoxicos, entre otras.

7) ¿Cómo venden su producto? ¿Dónde?

En forma directa, hay gente que se acerca a las quintas, y vamos a las ferias de las facultades “manos de la tierra”, yo empecé con un camión viejo, y ahora tengo varios camiones con choferes que llevan la verdura a las ferias y al mercado central

8) ¿Se reúnen con otros productores? ¿Participa de otras asociaciones de productores? ¿Cuáles?

Sí, nos reunimos seguido con los productores de Gorina, y no, no participo de ninguna asociación.

9) ¿Conoce otras experiencias como el Vino de La Costa?

Si, conozco, he ido con mi familia.

10) ¿Tiene algún conocimiento sobre el turismo rural?

Creo que si, es un turismo que visita quintas o estancias, donde pueden ver la producción y cosechar y luego consumir el producto

11) ¿Le gustaría participar de algún proyecto de turismo rural?

Si, desde luego, creo que se podría hacer un recorrido por las quintas de algunos productores del tomate platense.

12) ¿Cree que a partir del turismo rural podría visibilizarse o darse a conocer un poco más el Tomate Platense y las quintas donde se produce?

Sí, creo que se conocería más acerca del tomate y la historia de las primeras familias productoras.

Anexo : entrevista a Polly Tritten, presidente del EMATUR

1) Profesión, cargo que ocupa

2) ¿Cuál es la oferta turística de La Plata? ¿ Que tipo de turistas visitan nuestra ciudad?

La oferta turística de la ciudad esta destinada al segmento de congresos y convenciones, el mayor numero de turistas que visitan nuestra ciudad esta dentro de este segmento.

3) ¿ Conoce la zona de quintas del periurbano platense?

Si, la conozco y he trabajado en la zona.

4) ¿ Usted sabia que el periurbano platense es el principal productor florihortícola del país y que abastece de verduras frescas al Area Metropolitana Bonaerense?

Si, sabia.

5) ¿ Usted sabia que existe una diversidad importante de inmigrantes, quienes llegaron hace varios años y se instalaron en la zona de quintas, para producir?

Si, sabia y he trabajado con varias familias de inmigrantes.

- 6) ¿Ha participado de la Fiesta del Tomate Platense?
Sí, siempre y con el grupo del EMATUR nos encargamos de la promoción y publicidad de la misma.
- 7) ¿Cree que el turismo rural puede ser una alternativa para la revalorización de productos típicos como un aporte al desarrollo local?
Si creo que sí, pero es un proyecto a largo plazo en la zona de quintas, del periurbano platense.
- 8) ¿Cree que podría crearse algún circuito turístico en relación al Tomate Platense y las familias productoras, como n nuevo atractivo turístico para la ciudad de La Plata?
Si, podría crearse un circuito en relación al tomate, su historia, las primeras familias productoras con la venta de productos, pero primero deben acondicionarse las quintas para poder satisfacer las necesidades básicas de los turistas y que se lleven una buena experiencia, este sería un proyecto a largo plazo en el que se debe trabajar en forma conjunta entre el sector publico , privado y la comunidad local.

ANEXOS: FOTOS



Foto 1: e tomate platense en la quinta de Susana Parrillo



Foto 2: quinta Susana Parrillo, Colonia Urquiza



Foto 3: Susana Parrillo en su quinta, Colonia Urquiza



Foto 4: los plantines de tomate del grupo del tomate platense



Foto 5: estación experimental los Hornos, La Plata en la dcima edición del tomate platense, febrero 2014.



Foto 6: los dulces y salsas de tomate platense en la Decima Fiesta del Tomate Platense, febrero 2014





Foto 8 : Fiesta del Tomate Platense, decima edición.



Foto 9: quinta de la familia Gentile, Tomate platense.

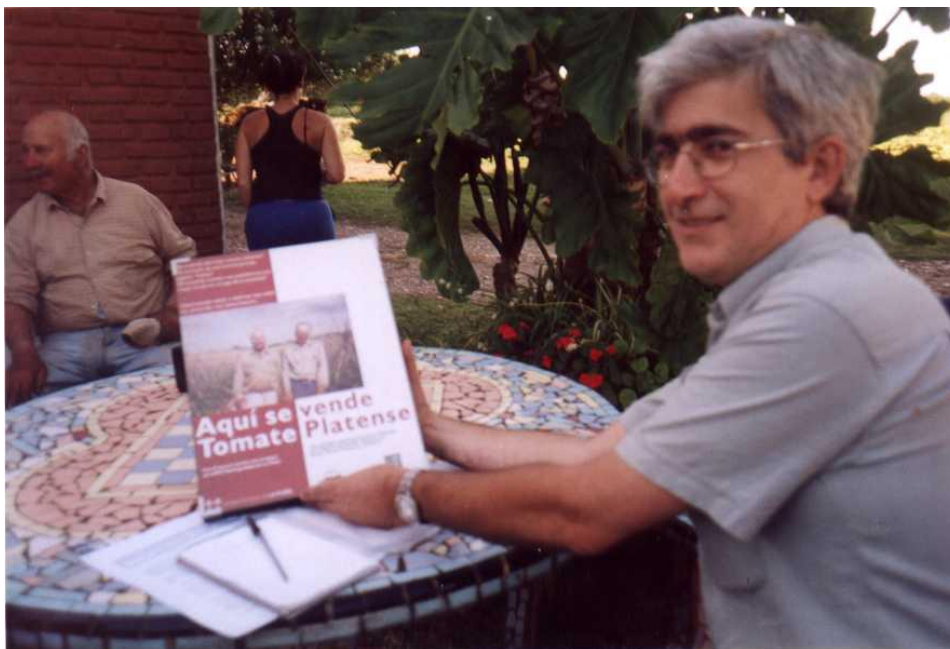


Foto 10: Manuel del Valle con el libro “Aquí se vende Tomate” , de Gorina