



Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas

ISSN: 2007-0934

revista_atm@yahoo.com.mx

Instituto Nacional de Investigaciones

Forestales, Agrícolas y Pecuarias

México

Thomé-Ortiz, Humberto

Turismo agroalimentario y nuevos metabolismos sociales de productos locales

Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas, vol. 6, núm. 6, agosto-septiembre, 2015, pp.

1373-1386

Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias

Estado de México, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263140688018>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Turismo agroalimentario y nuevos metabolismos sociales de productos locales*

Agri-food tourism and, new social metabolisms of local products

Humberto Thomé-Ortiz[§]

Universidad Autónoma del Estado de México- Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales. Autopista Toluca-Atlacomulco, San Cayetano de Morelos, km14.5. C. P. 50295 Toluca, Estado de México. Tel: 722 296 55 52. [§]Autor para correspondencia: humbertothome@hotmail.com.

Resumen

Derivado de la crisis del sector agrícola, el turismo agroalimentario constituye una forma de apropiación social de los alimentos emblemáticos y un proceso reestructuración productiva del campo. A partir de una revisión de literatura, contrastada con la evidencia empírica, se realiza una comparación de tres escenarios cuyo común denominador es la vinculación entre alimentos y turismo. Se presentan los casos de la Ruta de la Sal Prehispánica (Puebla, México), la Ruta del Nopal (Ciudad de México) y una propuesta de Agroturismo Ancestral (Isla de Pascua, Chile). Se concluye que el turismo agroalimentario es una forma innovadora de metabolismo social del alimento, que implica aspectos materiales y simbólicos, con los que agrega valor a las actividades productivas tradicionales, a través de la incorporación de actividades económicas no agropecuarias. Destaca el carácter ambivalente de la actividad turística, cuyos resultados se orientan por procesos sociales y económicos de los ámbitos en que este fenómeno se reproduce.

Palabras clave: alimentos, desarrollo local, metabolismo social, turismo.

Abstract

Derived from the crisis in agriculture, agri-food tourism is a form of social ownership of the emblematic-food and a farm production restructuring process. From a literature review, contrasted with empirical evidence, a comparison of three scenarios, whose common denominator is the link between food and tourism is done. Cases of the Ruta de la Sal Prehispánica (Puebla, Mexico), Ruta del Nopal (Mexico City) and a proposal of Ancestral Agri-food tourism (Easter Island, Chile) are presented. It is concluded that, the agri-food tourism is an innovative way of social metabolism of food, involving material and symbolic aspects, which adds value to traditional productive activities, through the incorporation of non-agricultural economic activities. Emphasizing the ambivalent nature of tourism, whose results are guided by social and, economic processes of the areas where this phenomenon is reproduced.

Keywords: food, local development, social metabolism, tourism.

* Recibido: diciembre de 2014
Aceptado: marzo de 2015

Introducción

El medio rural latinoamericano ha experimentado los efectos de las crisis económicas globales, la reducción internacional de los precios agrícolas y la vulnerabilidad de la agricultura frente al cambio climático. El futuro del campo depende de la sujeción de las nuevas generaciones al terruño, la innovación territorial, el desarrollo de capacidades y la integración de los productos locales en cadenas de valor (FAO, 2014).

Muchos países latinoamericanos registran un incremento del empleo rural no agrícola, lo que denota cambios estructurales en las economías rurales (CEPAL, 2012), asociados con la adaptación a cambios económicos y nuevas funciones del espacio rural. Ello parte de dos cuestiones sustantivas: la multiplicidad de funciones que adquiere el territorio (Hernández y Meza, 2006) y la diversidad de actividades productivas que realizan los actores (Atancé y Tío, 2000). El turismo rural es una de estas nuevas actividades, tendientes a la diversificación económica (Cebrián, 2008) y la liberación de las tensiones psicosociales de los urbanitas (Thomé, 2010).

Algunas modalidades de turismo rural se sitúan entre la producción y el consumo de alimentos, como es el caso de territorios depositarios del patrimonio alimentario, que cuentan con amenidades naturales y culturales (Zimmer *et al.*, 2006), por lo que adquieren funciones relevantes para reponer el estado de cansancio (físico, mental y cultural) de las sociedades (Chul Han, 2012). Ello, ha provocado la difusión del turismo agroalimentario como política pública (SEDEREC, 2009), lo que implica la revaloración de los recursos rurales como capital turístico (Garrod *et al.*, 2006).

Actualmente, existe una tendencia de reinterpretación de los alimentos emblemáticos como recursos turísticos, lo que se asocia con el debilitamiento de las actividades agrícolas tradicionales y la búsqueda de nuevos usos de los recursos agroalimentarios, que además de su función alimentaria, apelan a sus atributos simbólicos y emocionales.

El turismo agroalimentario es una modalidad del turismo rural basada en productos locales, que parte del carácter patrimonial del alimento en el contexto comercial contemporáneo, donde la singularidad cobra un valor alto, asociado con su origen e historia (Barrera, 2009). Es una actividad lúdica y educativa, que expresa la cadena agroalimentaria de la tierra a la mesa (Barrera y Bringas, 2008). En este sentido, la creciente oferta de rutas

Introduction

The rural Latin American environment has experienced the effects of global economic crisis, the international reduction of agricultural prices and the vulnerability of agriculture to climate change. The future of the field depends on the subject of new generations to the land, territorial innovation, capacity building and integration of local products in value chains (FAO, 2014).

Many Latin American countries recorded an increase in non-farm employment, reflecting structural changes in rural economies (ECLAC, 2012), associated with adapting to economic changes and new features of rural areas. This part of two substantive issues: the multiplicity of functions that acquires territory (Hernández and Meza, 2006) and the diversity of productive activities performed by actors (Atancé and Tío, 2000). Rural tourism is one of these new activities aimed at economic diversification (Cebrián, 2008) and the release of the psychosocial stress of urbanites (Thomé, 2010).

Some forms of rural tourism are among the production and consumption of food, such as depositories of territories of food heritage, with natural and cultural amenities (Zimmer *et al.*, 2006), so they acquire relevant functions replenish the state of fatigue (physical, mental and cultural) of the societies (Chul Han, 2012). This has caused the spread of agribusiness tourism as public policy (SEDEREC, 2009), which implies the revaluation of rural tourism resources as equity (Garrod *et al.*, 2006).

Currently, there is a tendency to reinterpret the iconic foods such as tourism resources, which is associated with the weakening of traditional agricultural activities and finding new uses for agricultural food resources, in addition to its function in food appeal to their symbolic attributes and emotional.

The agri-food tourism is a form of rural tourism based on local products, part of the heritage character of the food in contemporary business context where uniqueness becomes a high value associated with its origin and history (Barrera, 2009). It is a fun and educational activity, expressing the food chain of the earth to the table (Barrera and Bringas, 2008). In this regard the increased food supply routes speaks of a productive restructuring of the Latin American countryside, from reassessment of economic, social and ecological interfaces food, deployed as a tourist capital.

alimentarias habla de una reestructuración productiva del medio rural latinoamericano, a partir de la revaloración de las interfaces económicas, sociales y ecológicas del alimento, desplegadas como capital turístico.

La categoría analítica de nueva ruralidad (Grammont, 2008) es de suma utilidad para el análisis de las reestructuraciones productivas del campo. Este constructo analiza las transformaciones del agro, entre las que destacan: la ruptura del binomio rural - agricultura; nuevas relaciones campo - ciudad y diversificación productiva no agrícola, aspectos sustantivos en la reconfiguración económica del territorio.

Para analizar las nuevas actividades productivas rurales se retoma, de la economía ecológica, el concepto de metabolismo social (Toledo y González de Molina, 2007; Toledo, 2008), que describe los procesos de apropiación social de la naturaleza. De acuerdo con Ropke (2005), dicho enfoque contiene cierta ambivalencia, derivado de la carencia de un marco conceptual sobre las relaciones entre sociedad y naturaleza, que exprese la carga simbólica de los mecanismos de apropiación, circulación, transformación, consumo y excreción, como se dan en el contexto de la nueva ruralidad.

El espacio rural es el principal contexto de apropiación natural; y el urbano de consumo de la naturaleza transformada (Toledo, 2008). Actividades como el turismo agroalimentario muestran cambios estructurales en los procesos de metabolización de los alimentos, que agregan un nivel de meta-apropiación simbólica de los recursos, para crear un discurso turístico basado en las narrativas alrededor del alimento.

El reconocimiento de los aspectos simbólicos del metabolismo social de los alimentos emblemáticos, implica la valoración de los sistemas socioculturales concretos en que estos son producidos. Así, la dimensión intangible de los alimentos es una piedra angular en el análisis de la economía cultural contemporánea (Nurit, 1997). La metáfora de los metabolismos sociales resulta colorida, pues los usos turísticos del alimento permiten reconocer nuevas formas de incorporación y apropiación de los recursos agroalimentarios, que ensanchan sus posibilidades de asimilación social y multiplican su capacidad para generar recursos económicos. Ello, se desarrolla en el contexto del interés por conocer y consumir productos de la tierra a los ojos del consumidor contemporáneo (Espeitx, 1996).

The analytical category of new rurality (Grammont, 2008) is quite useful for the analysis of productive restructuring of the field. This construct analyzes the transformations of agriculture, among which are: the breakdown of rural binomial-agriculture; new relationships rural-urban and non-agricultural diversification, substantive issues in the economic reconfiguration of the territory.

In order to analyze the new rural production resumes, green economy, the concept of social metabolism (Toledo González de Molina, 2007; Toledo, 2008), which describes the processes of social appropriation of nature. According to Ropke (2005), this approach has some ambivalence, derived from the lack of a conceptual framework on the relationship between society and nature, expressing the symbolic appropriation mechanisms, movement, processing, consumption and excretion, as they occur in the context of the new rurality.

The rural area is the main natural context ownership; and urban consumption transforms nature (Toledo, 2008). Activities such as agri-food tourism show structural changes in the processes of metabolism of food, adding a level of meta-symbolic appropriation of resources, to create a tourist discourse based on the narratives around the food.

Recognizing the symbolic aspects of social metabolism of the emblematic-food, it involves assessing the specific socio-cultural systems in which they are produced. Thus, the intangible dimension of food is a cornerstone in the analysis of contemporary cultural economy (Nurit 1997). The metaphor of social metabolism is colorful, as the tourist uses food for recognizing new forms of incorporation and ownership of agri-food resources, widening their chances of social assimilation and multiply its ability to generate economic resources. This is developed in the context of interest to know and consume local products in the eyes of contemporary consumer (Espeitx, 1996).

The cultural and scenic richness that local food systems (Barrera, 2009), is often overlooked as a tourist resource (Barrera and Bringas, 2008), bringing the opportunity to highlight the uniqueness of the territory lost. Emblematic food production associated with a basket of goods and services provides the opportunity to develop an exclusive tourism, which represents interstices of action for small producers (Renard, 1999). Otherwise, agri-food tourism

La riqueza cultural y paisajística que encierran los sistemas agroalimentarios locales (Barrera, 2009), es frecuentemente ignorada como recurso turístico (Barrera y Bringas, 2008), con lo que se pierde la oportunidad de destacar la singularidad del territorio. La producción de alimentos emblemáticos, asociada con una canasta de bienes y servicios, brinda la oportunidad de desarrollar una oferta turística exclusiva, lo que supone intersticios de acción para pequeños productores (Renard, 1999). En otro sentido, practicar turismo agroalimentario supone una forma de diferenciación social (Bordieu: 1989) para viajeros que demandan tiempo libre de calidad, asociado con los ritmos de vida urbanos (Hiernaux, 2008).

Articulaciones sociales y transformación territorial

La conversión de los recursos rurales en capital turístico (Garrod *et al.*, 2006) es un fenómeno que se construye de manera colectiva e implica relaciones inter-territoriales. Las redes de acción local juegan un papel importante en este proceso, donde la negociación y el consenso son insoslayables en la activación turística del territorio. El aspecto clave en la metabolización turística del espacio rural, es la vinculación entre personas, productos, culturas y territorios (Vandecastelaere *et al.*, 2009). El turismo agroalimentario implica la reinterpretación colectiva de los recursos locales, lo que se asocia con el accionar sistémico de actores, procesos y recursos, bajo la óptica de una visión territorial (Moyano, 2008). Frecuentemente, la existencia de recursos singulares se lee como factibilidad turística del territorio, pero ello está alejado de la realidad, pues la conversión de los recursos rurales en capital turístico se orienta por la acción social (García Ramón *et al.*, 1995) y no es un aspecto intrínseco de los propios recursos.

El turismo agroalimentario implica: i) integrar actividades variadas en una unidad productiva (Schneider, 2009); ii) inversión en recursos locales (Garrod *et al.*, 2006) y iii) adquisición de nuevas capacidades (Quispe, 2006). Son mujeres y jóvenes los actores protagónicos en los procesos de transformación productiva de los espacios rurales, así lo demuestra su nivel de participación en actividades relativamente nuevas, entre las que se encuentra el turismo (Berdegúe y Escobar, 2001).

La valoración social de los recursos locales es decisiva para plantear estrategias de desarrollo en beneficio de los territorios más marginados (Kay, 2007). La conciencia colectiva sobre la importancia de los recursos rurales es la base de iniciativas y propuestas construidas sobre una geometría variable del desarrollo (Garofoli, 1995), que

practice is a form of social differentiation (Bordieu: 1989) for leisure travelers who demand quality, associated with the rhythms of urban life (Hiernaux, 2008).

Social joints and territorial transformation

The conversion of rural tourism resources in equity (Garrod *et al.*, 2006) is a phenomenon that is built collectively and involves inter-territorial. Local action networks play an important role in this process where negotiation and consensus are unavoidable in the tourist activation territory. The key to the metabolism of the countryside tourist aspect is the link between people, products, cultures and territories (Vandecastelaere *et al.*, 2009). The agri-food tourism involves collective reinterpretation of local resources, which is associated with systemic actions of actors, processes and resources, from the perspective of a territorial vision (Moyano, 2008). The existence of unique resources often reads like tourist feasibility of the territory, but this is far from reality, as the conversion of rural tourism capital resources for social action oriented (García Ramón *et al.*, 1995) and not it is an intrinsic aspect of their own resources.

The agri-food tourism implies: i) integrating various activities into a productive unit (Schneider, 2009); ii) investment in local resources (Garrod *et al.*, 2006) and iii) retraining (Quispe, 2006). Women and young people are the main actors in the process of productive transformation of rural areas, as shown by their level of participation in relatively new activities, including tourism (Berdegúe and Escobar, 2001).

The social value of local resources is crucial for raising development strategies for the benefit of the most marginalized areas (Kay, 2007). The collective consciousness of the importance of rural resources is the basis of initiatives and proposals built on a variable geometry development (Garofoli, 1995), which involves awareness of the role of the iconic local goods in territorial transformation. This is a phenomenon with multiple interfaces in the political, economic, academic, social and cultural fields (Boisier, 2005), which points towards the vision of social metabolism of food on the symbolic level.

Agri-food tourism in three Latin American scenarios

This essay is a comparative empirical analysis concerning three agribusiness tourism destinations in construction. It is based on data from three observation units in Latin America,

implica tomar conciencia del papel de los bienes locales emblemáticos en la transformación territorial. Lo anterior, es un fenómeno con múltiples interfaces en los ámbitos político, económico, académico, social y cultural (Boisier, 2005), lo que apunta hacia la visión de metabolización social de los alimentos en el nivel simbólico.

Turismo agroalimentario en tres escenarios latinoamericanos

El presente ensayo tiene como referente empírico un análisis comparativo de tres destinos de turismo agroalimentario en construcción. Se basa en los datos de tres unidades de observación en América Latina, con un enfoque centrado en el actor, que explica cómo las acciones locales se concretan en fenómenos globales (Long, 2007). El análisis se ubica en las áreas de la sociología rural y la antropología de la alimentación, con un carácter interdisciplinario, de tipo cualitativo. La selección de las unidades de observación responde a los siguientes criterios: i) pertenencia al contexto sociopolítico latinoamericano; ii) escenarios contrastantes; iii) existencia de un sistema agroalimentario distintivo; y iv) presencia de iniciativas de turismo agroalimentario. En la Figura 1 muestra el área de estudio.

En los tres escenarios se detecta una arraigada identidad cultural y una canasta de bienes y servicios, elementos sustantivos para su activación turística. Se observa una presencia institucional, una organización interna y una intervención especializada que han incidido en las dinámicas de transformación territorial. La etnografía fina se empleó como herramienta para analizar las conexiones entre naturaleza, ser humano y productos, como interfaces de meta - apropiación del alimento como recurso turístico.

La Ruta de la Sal, debates entre la institucionalización del territorio y la autonomía local

Zapotitlán Salinas, Puebla tiene un clima semidesértico y pertenece a la Reserva de la Biosfera de Cuicatlán - Tehuacán. Sus principales actividades son un sistema agroalimentario de subsistencia, la extracción de Onix y la producción de una sal mediterránea. Se trata de un escenario con limitadas opciones productivas en un contexto de acaparamiento de productos, falta de oportunidades y pobreza de capacidades. Su extensión es de 427.75 km², la mayoría de matorral xerófilo con una población de 8 220 habitantes, siendo la mayoría mujeres y un cuarto de los hogares con jefatura femenina (Renard y Thomé, 2010).

with a focus on the actor, explaining how local actions are specified in global phenomena (Long, 2007) approach. The analysis is found in the areas of rural sociology and anthropology of food, with an interdisciplinary, qualitative. The choice of the observation units meets the following criteria: i) belonging to the Latin American political context; ii) contrasting scenarios; iii) the existence of a distinctive food system; and iv) the presence of agri-food tourism initiatives. The following Figure 1 shows the study area.

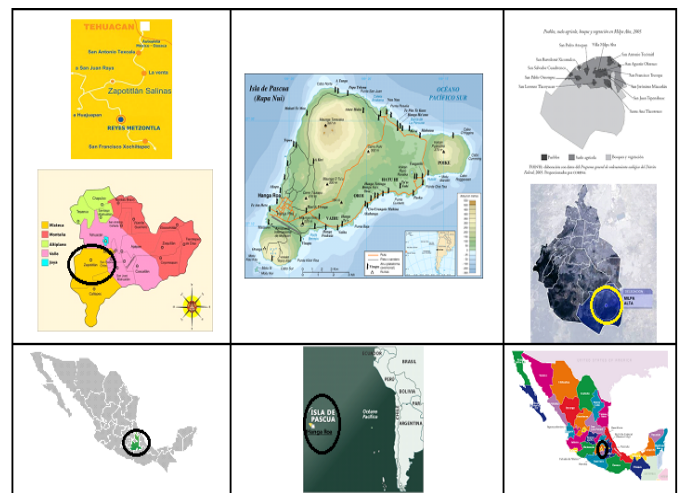


Figura 1. Localización de Zapotitlán Salinas, Milpa Alta y la Isla de Pascua.

Figure 1. Location of Zapotitlan Salinas, Milpa Alta and Easter Island.

In all three scenarios an ingrained cultural identity and a basket of goods and services, tourism substantive elements for activation is detected. An institutional presence, internal organization and a specialized intervention that have influenced the dynamics of territorial transformation is observed. The fine ethnography was used as a tool to analyze the connections between nature, humans and products such as meta interfaces - appropriation of food as a tourist resource.

The Route of the Salt, discussions between the institutionalization the territory, and the local autonomy

Zapotitlan Salinas, Puebla has a semi-arid climate and belongs to the Biosphere Reserve of Cuicatlán - Tehuacan. Its main activities are subsistence food system, Onix extraction and production of Mediterranean salt. This is a scenario with limited productive options in the context of hoarding products, lack of opportunity and poverty of capabilities. Its area is 427.75 km², most of the xeric scrub

Su incursión en el turismo fue a través del ecoturismo, escasamente articulado al territorio, que posteriormente se torna en una ruta agroalimentaria derivada de la singularidad de una sal prehispánica con dos milenios de historia. La factibilidad de la iniciativa se asociaba con la capacidad de integrar más actores locales y la generación de una oferta turística única. La articulación entre un grupo local y la organización no gubernamental Red Nacional de Mujeres Rurales (RENAMUR), es un factor clave para vincular a las mujeres con la consultoría Tierra y turismo, que se encargaría del diseño de la ruta. La migración masculina en Zapotitlán y la incidencia de la RENAMUR incentivaron un sesgo femenino en la concepción y financiamiento de la ruta.

El diseño de la ruta se concluyó, pero los recursos para la implementación del proyecto fueron insuficientes. El desarrollo de infraestructuras fue un destino de inversión para las remesas, por lo que muchos de los empleos creados acogieron a los migrantes retornados. El acceso a la Ruta de la Sal era controlado por el grupo cercano a RENAMUR y la integración a las actividades turísticas se determinaba por vínculos familiares con las beneficiarias de los proyectos asociados a la ruta. El proceso de apropiación del proyecto condujo a fragmentaciones parciales entre los actores: i) el grupo cercano a RENAMUR desplegaba capital social materializado en su capacidad para gestionar recursos, este grupo ostentaba y poseía la marca de la ruta, controlaba la central de reservas y por ende la distribución de turistas entre los establecimientos; ii) la red de emigrantes retornados, vinculados al proyecto a través de sus esposas, mostró mayor capacidad de apropiación del proyecto a través de la inversión y despliegue de capacidades aprendidas en su éxodo; y iii) Los salineros se integraron al proyecto a partir de vínculos familiares, pero no como grupo con participación clara, lo que generó el hecho paradójico de una ruta de la sal sin salineros.

La mayoría de los emprendimientos turísticos se asociaba con la figura de jefatura de hogar femenina, pues partía de la experiencia previa de nueve grupos productivos. El proyecto integró gradualmente a más personas, hasta sumar 105 participantes con intereses diferentes y basados en distintas estrategias, que operaban en función de su sentido práctico pero no siempre convergían en un mismo objetivo. El tránsito hacia una meta—apropiación simbólica de la sal prehispánica como recurso turístico supuso: i) el carácter emblemático del producto; ii) condiciones naturales favorables; iii) una base organizativa; iv) un entramado de atractivos culturales; v) una posición geográfica estratégica; vi) una oferta turística

with a population of 8220 inhabitants, mostly women and a quarter of households headed by women (Renard and Thomé, 2010).

Its incursion into tourism was through ecotourism, barely it articulate the territory, which later turns into an agricultural road derived from the uniqueness of a prehispanic salt with two millennia of history. The feasibility of the initiative was associated with the ability to integrate more local actors and the generation of a unique tourist offer. The articulation between local non-governmental organization group and the National Network of Rural Women (RENAMUR) is a key link women with consulting Earth and tourism, which is in charge of the design of the route factor. Male migration in Zapotitlan and the incidence of RENAMUR encouraged a female bias in the design and financing of the road.

The design of the route was concluded, but the resources to implement the project were insufficient. Infrastructure development was an investment destination for remittances, many of the jobs created welcomed returning migrants. Access to the Ruta de la Sal was controlled by close to RENAMUR group and integration with tourism activities is determined by family ties to the beneficiaries of the projects associated with the route. The process of appropriation of the project led to partial fragmentation among actors: i) the group near RENAMUR deployed social capital embodied in its ability to manage resources, this group held and had the mark of the route, controlled the central reservation and thus the distribution of tourists between establishments; ii) the network of returned emigrants, linked to the project through their wives, showed greater capacity for ownership of the project through investment and deployment of skills learned on their exodus and; iii) salt-workers joined the project from family ties, but not as a group with clear participation, prompting the paradoxical fact of a salt route, without them.

Most of the tourist enterprises were associated with the figure of female headship, left from the previous experience of nine production groups. The project gradually integrated more people, adding up to 105 participants with different interests and based on different strategies, operating according to their practical sense but not always converge on a common goal. The transition towards a goal - symbolic appropriation of prehispanic salt as a tourist resource meant: i) the iconic nature of the product; ii) favorable natural conditions; iii) an

exclusiva y vii) el interés de la comunidad. El papel de actores externos como el gobierno y los especialistas fue crucial en la reinterpretación turística de los recursos locales.

Los factores restrictivos implicaban que la comunidad no reunía las condiciones de infraestructura para el desarrollo turístico, una fuerte competencia por los escasos recursos locales, una valoración inadecuada del patrimonio agroalimentario y la falta de integración de los actores en un objetivo común. Existía una falta de coordinación institucional en los programas de desarrollo, que incentivó la disgregación de los recursos disponibles. A pesar del diseño de un producto de turismo agroalimentario, la oferta turística estaba disociada de los sistemas de producción local, derivado de una falta de conocimiento profundo de las dinámicas territoriales. Ello sugiere que la determinación del potencial turístico del territorio carecía de variables sociales.

Actualmente, la Ruta de la Sal es un proyecto que opera parcialmente, siendo los dueños de los alojamientos, migrantes y grupos de mujeres, quienes introducen al viajero en el territorio, vinculando al turista con los dueños de las salinas y el resto de los atractivos, lo que sugiere que a falta de un producto turístico integral persiste una lógica de consenso y negociación para estructurar una oferta turística no siempre constante ni disponible para los viajeros, lo que se traduce en una estrategia de supervivencia más que la activación del territorio basada en la acción colectiva.

La Ruta del Nopal, iniciativas locales y limitación institucional

La Delegación Milpa Alta contiene una porción considerable del suelo rural de la Ciudad de México (SEDEREC, 2012), es un espacio que coexiste con ambientes hiper-urbanizados y aporta servicios ambientales a toda su zona metropolitana. Sus pueblos originarios juegan un importante papel en la identidad alimentaria, a través de la producción y consumo de maíz nativo, cactáceas, productos silvestres e insectos. Produce 80% de nopal verdura (*Opuntia* spp.) del país y una de sus comunidades, San Pedro Actopan, es el mayor productor nacional de mole (salsa mexicana compleja de origen prehispánico y con toques barrocos). Una de las principales actividades productivas de la ciudad es el turismo, que paradójicamente no contempla su suelo rural y pueblos originarios. En años recientes, 2012, se inició un programa de Turismo Alternativo y Patrimonial por parte de la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las

organizational base; iv) a network of cultural attractions; v) a strategic geographical position; vi) an exclusive tourist and; and vii) the interest of the community. The role of external factors such as the government and experts was crucial in the tourist reinterpretation of local resources.

Restrictive factors meant that the community did not meet the conditions for tourism development infrastructure, strong competition for scarce local resources, inadequate assessment of the food heritage and the lack of integration of actors in a common purpose. There was a lack of coordination in development programs, which encouraged the breakdown of the resources available. Despite the design of a product of agri-food tourism, tourism was dissociated from local production systems, resulting from a lack of deep understanding of territorial dynamics. This suggests that the determination of the tourist potential of the territory lacked social variables.

Currently, the Ruta de la Sal is a project partially operational, with the owners of the accommodation, migrant and women's groups, who introduce the traveler to the territory, linking the tourist with the owners of the salt and the rest of the attractions, suggesting that the absence of a comprehensive tourism product logic of consensus and negotiation to structure a constant and not always available for tourist travelers persists, resulting in a survival strategy rather than land-based activation collective action.

The Ruta del Nopal, local initiatives and institutional constraint

Milpa Alta, contain a significant portion of rural land in the City of Mexico (SEDEREC, 2012), it is a space that coexists with hyper-urbanized environments and provides environmental services to the entire metropolitan area. Its native peoples play an important role in food identity, through the production and consumption of native corn, cactus, wild products and insects. Producing 80% of nopal (*Opuntia* spp.) In the country and their communities, San Pedro Actopan, is the largest domestic producer of mole (Mexican salsa complex of pre-Hispanic and baroque touches). One of the main productive activities of the city is tourism, which paradoxically does not provide its rural land and peoples. In recent years, 2012, a program of alternative and heritage tourism was initiated by the Ministry of Rural Development and Equity for Communities (SEDEREC), which reflects the increasing value of rural resources within public policies (Miranda and Monzo, 2003).

Comunidades (SEDEREC), lo que pone de manifiesto el valor creciente de los recursos rurales dentro de las políticas públicas (Miranda y Monzo, 2003).

Siempre ha existido una relación entre ocio y alimentos de los pueblos originarios de la Ciudad de México, lo cual se corrobora en los desplazamientos recreativos hacia las zonas rurales en busca de platos auténticos, pero ello no se había institucionalizado hasta que la SEDEREC, en conjunto con la Consultoría Tierra y Turismo, inician el diseño de las "Rutas Patrimoniales de la Ciudad de México". Entre sus primeras acciones destaca el diseño de la Ruta del Nopal a través de la detección de actores clave y los recursos estratégicos para la conformación de un producto turístico.

De manera participativa, se identificaron los elementos que servirían de base para el desarrollo de la ruta agroalimentaria, entre los que destacaban: la agricultura, la producción del nopal, la gastronomía local, la raíz náhuatl, la historia zapatista, lo rural dentro de la ciudad, la medicina tradicional y el sincretismo religioso. Con ello, se generó la propuesta de ruta que se conformaba de circuitos temáticos de tipo cultural, histórico, gastronómico, étnico, terapéutico, agroturístico y de naturaleza. El diseño se planteó con considerables avances, se consiguió crear un grupo articulado, productos turísticos validados, protocolos de calidad, bases para una figura asociativa y comisiones con tareas específicas. El problema devino de la escasa capacidad económica para implementar el proyecto y del choque de intereses entre diferentes grupos que se dividían entre una facción del gobierno local y un grupo de empresarios con antagonismo político.

La implementación de la ruta fue difícil posterior a su etapa de diseño. La organización se fragmentó y se creó la Ruta del Oro Verde bajo los principios de la Ruta del Nopal, diseñada con recursos públicos, pero operada por un grupo de jóvenes empresarios, con mayores capacidades para apropiarse del proyecto. Los grupos inicialmente conformados permanecieron pero actuaban en función de los beneficios que una u otra ruta representaba para sus proyectos particulares.

Este caso pone sobre la mesa los resultados de la desarticulación entre los sectores involucrados en las nuevas actividades, la falta de conocimiento del territorio, la ausencia de capacidades de gestión y la carencia de recursos financieros para implementar la Ruta. Resulta significativo que como en el caso de los salineros de Zapotitlán, la percepción de los productores de nopal sobre el turismo no sea positiva, pues la nueva actividad implica una forma

There has always been a relationship between leisure and food of the native peoples of Mexico City, which is corroborated in recreational travel to rural areas in search of authentic dishes, but it was not institutionalized until the SEDEREC, together with the land and tourism consulting, start designing the "Heritage Routes of Mexico City". Among the first actions include development of Ruta del Nopal through the detection of key actors and strategic resources for the creation of a tourist product.

A participatory manner, the elements that form the basis for the development of the food route, outstanding: agriculture, production of nopal, local gastronomy, the Nahuatl root, the Zapatista history, rural within the city, traditional medicine and religious syncretism. Thus, the proposed route was made up of themed tours of cultural, historic, gastronomic, ethnic, therapeutic, agri-tourism and nature type is generated. The design was raised with considerable progress was achieved to create an articulate group, validated tourism products, quality protocols, bases for an associative figure and commissions with specific tasks. The problem became the limited financial capacity to implement the project and the clash of interests between different groups was divided between a faction of local government and a group of businessmen with political antagonism.

The implementation was difficult after the design stage. The organization is fragmented and Ruta del Oro Verde was created under the principles of the Ruta del Nopal, designed with public funds but operated by a group of young entrepreneurs with greater capacities to take over the project. The initially formed groups remained but acted according to the benefits represented one or another route to their particular projects.

This case brings to the table the results of the lack of coordination between the sectors involved in new activities, lack of knowledge of the territory, the lack of management skills and lack of financial resources to implement the Road. Significant is that as in the case of the salt of Zapotitlán, the perception of nopal producers on tourism is not positive, then the new activity involves a form of competition for their traditional activities. Not so for restaurateurs and producers of Mole, who perceive in tourism direct benefits to their business and are today the main promoters of tourism.

Easter Island, diversification of a consolidated tourism product

Rapa Nui (Easter Island) is an island of 163.6 square kilometers in the Pacific Ocean. It is considered the place inhabited equidistant from any continental land portion

de competencia para sus actividades tradicionales. No es así para los restauranteros y productores de Mole, quienes perciben en el turismo beneficios directos a su actividad y son hoy los principales promotores del turismo.

Isla de Pascua, la diversificación de un producto turístico consolidado

Rapa Nui (Isla de Pascua) es una isla de 163.6 kilómetros cuadrados situada en el océano pacífico. Se considera el lugar habitado más equidistante de cualquier porción continental de la tierra (Shackley, 1998). Colonizada por nómadas polinesios (Hagelberg, 1995), fue anexada a Chile desde 1888. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (INE, 2014) tiene 5 761 habitantes de los cuales 198 viven en la zona rural, siendo 111 hombres y 87 mujeres, la mayoría trabajan en sus comunas de origen. El aislamiento de la isla, la fragilidad de su paisaje volcánico, su escasa biodiversidad y su precaria productividad agrícola inciden en la restricción de las actividades económicas (Hamilton, 2013), por lo que la búsqueda de alternativas complementarias ha sido constante.

Su principal actividad es el turismo arqueológico, asociado con los moais, emblemáticos monolitos de piedra con apariencia antropomórfica. Dicha actividad es estacional y es controlada por la etnia Rapa Nui, pero sus beneficios se concentran en una pequeña oligarquía, vinculada con los servicios de hospedaje y alimentación. A partir de 1996 fue declarada Patrimonio de la Humanidad como Paisaje Cultural, 70% de su territorio es Parque Nacional (Shackley, 1998).

Lo anterior, genera tensiones entre la comunidad, conflicto que se puede observar entre los habitantes rurales y urbanos de la isla. De acuerdo con datos del INE (2012) los flujos turísticos en Isla de Pascua aumentaron 19.9% en dicho año, con una cifra de 40 213 turistas. El incremento de turistas representó la oportunidad de diversificar la actividad, mediante la integración de otras variables culturales en una oferta marcadamente arqueológica. Desde la perspectiva territorial se ha visto la posibilidad de integrar otras actividades productivas a partir del vínculo entre cultura agroalimentaria y especialización en el sector turístico. La importancia de los recursos arqueológicos como capital turístico resalta la necesidad de enriquecer la oferta recreativa de la isla, mediante el equilibrio entre la representatividad y el consenso alrededor de los recursos locales (Linck, 2006).

(Shackley, 1998). Polynesians colonized by nomadic (Hagelberg, 1995), was annexed by Chile since 1888. According to the National Statistics Institute of Chile (INE, 2014) has 5761 inhabitants of which 198 live in rural areas, where 111 men and 87 women, most work in their home communes. The isolation of the island, the fragility of its volcanic landscape, its biodiversity and its precarious low agricultural productivity impact in restricting economic activities (Hamilton, 2013), so the search for complementary alternatives has been constant.

Its main activity is the archaeological tourism, associated with the statues, stone monoliths iconic anthropomorphic appearance. This activity is seasonal and is controlled by ethnic Rapa Nui, but its benefits are concentrated in a small oligarchy, linked with accommodation and food services. Since 1996 was declared World Heritage Cultural Landscape, 70% of its territory is National Park (Shackley, 1998).

This circumstances generate tension between the community, conflict can be observed between rural and urban inhabitants of the island. According to INE data (2012) tourist flows in Easter Island increased 19.9% in the year, with a figure of 40 213 tourists. The increase in tourists represented an opportunity to diversify the activity by integrating other cultural variables in a markedly archaeological offer. From the territorial perspective it has been the ability to integrate other production from the link between culture and agri-food specialization in tourism activities. The importance of archaeological resources as a tourist equity highlights the need to enrich the recreational offer of the island, with a balance between representativeness and consensus around local resources (Linck, 2006).

Initially, dining experiences developed in the Tahai viewpoint, and the beaches of Anakena and Ovahe. Similarly, ancient cooking techniques were rescued as the Ahl Tunu (cooking over hot stones); the umu (earth oven with hot stones) and cultivation of local products in the Manavai (rock gardens). The initiative to promote the agri-food tourism had an institutional character from the Municipality of Easter Island, the Tarai Henua Association and the Office of Science and Technology (OST). As a result, funds from the Inter-American Development Bank for the design of tourist proposals were obtained. The owners of farmland showed interest in new forms of tourism and formed a block of differentiated products and services.

Inicialmente, se desarrollaron experiencias gastronómicas en el mirador Tahai, y las playas de Anakena y Ovahe. Igualmente, se rescataron técnicas ancestrales de cocina como el Tunu Ahl (cocimiento sobre piedras calientes); el Umu (horno de tierra con piedras calientes) y el cultivo de productos locales en los Manavai (jardines de piedra). La iniciativa de promover el turismo agroalimentario tuvo un carácter institucional desde la Ilustre Municipalidad de Isla de Pascua, la Asociación Tarai Henua y la Oficina de Ciencia y Técnica (OCyT). Con ello, se obtuvieron fondos del Banco Interamericano de Desarrollo para el diseño de las propuestas turísticas. Los propietarios de predios agrícolas mostraron interés por las nuevas modalidades de turismo y conformaron un bloque de productos y servicios diferenciados.

Se implementaron emprendimientos de turismo agroalimentario que pretendían recuperar la producción agrícola tradicional en jardines de piedra, la pesca indígena y los saberes culinarios, con lo que se buscó un acercamiento a la cotidianidad Rapa Nui, a partir de dos lógicas valoradas en la globalización: diferenciación y diversificación. Mediante un modelo participativo, se desarrollaron productos turísticos basados en los saberes y recursos locales. Entre las actividades ofertadas se encontraban: clases de cocina ancestral, banquetes polinésicos, catering a sitios de interés, actividades de agroturismo, alojamientos rurales, restauración y recorridos de pesca indígena.

El diseño de los productos se impulsó desde el gobierno local y asociaciones civiles, con la guía especializada de expertos. El creciente interés de los predios agrícolas por participar en el turismo fue evidente. El perfil de las iniciativas de turismo agroalimentario fue marcadamente familiar, la iniciativa surgió de un grupo de mujeres, aunque en el planteamiento de los productos se involucró a la unidad familiar, en función de los roles asignados por género y edad. Se detectó una vinculación entre los hogares rurales y el turismo, pues la diversificación de usos de la vivienda asociaba la vida cotidiana con el turismo.

Las personas involucradas en el proceso, detectaron en sus predios la oportunidad de estructurar actividades diferenciadas. Ello permitió la conformación de un grupo de trabajo basado en experiencias productivas previas, para el aprovechamiento de los flujos turísticos mediante la búsqueda de viajeros en los 7 vuelos semanales que arriban a la isla. La propuesta tuvo buena recepción, dada la existencia de fondos públicos que pretendían conformar un producto turístico a partir de los capitales rurales que los propios actores califican como “no aprovechados”.

Ventures of agri-food tourism were introduced that sought to recover the traditional agricultural production in rock gardens, indigenous fishing and culinary knowledge, bringing an approach to everyday Rapa Nui was sought from two logical values at globalization: differentiation and diversification. Through a participatory model, tourist products based on local knowledge and resources developed. Among the activities offered were: ancestral cooking classes, Polynesian banquets, catering to places of interest, activities, agro-tourism, lodgings, catering and indigenous fishing tours.

The design of the products is promoted from the local government and civil associations, with specialized expert guide. The growing interest in agricultural land by participating in tourism was evident. The profile of agribusiness tourism initiatives was markedly familiar, the initiative came from a group of women, although the approach of the products are involved the family unit, depending on the roles assigned by gender and age. A link between rural households and tourism is detected, and then the diversification of uses of housing everyday life associated with tourism.

Those involved in the process, detected in their farms the opportunity to structure different activities. This allowed the creation of a working group prior productive experience, for the use of tourist flows by seeking travelers 7 weekly flights arriving in the island. The proposal was well received, given the existence of public funds intended to form a tourism product from rural capitals that the actors themselves qualify as "untapped".

The business unit was evident, as they do not own investment processes were documented, resulting in the vulnerability of actors to take their development process as an obligation of the State. The results of the strategy are emerging. Stakeholders mentioned difficulties to compete for funds, lack of business plans, ignorance and tensions around the tourist resources. To this lack of institutional coordination to join efforts around clear objectives, since there are several initiatives that do not converge on a single goal is added.

New social metabolism of food, in the Latin American context

It is observed that social metabolism of food, such as tourism resources is an option of territorial specialization for Latin American rural areas. The agricultural character of these

La dependencia institucional era evidente, pues no se documentaron procesos de inversión propia, lo que se traduce en la vulnerabilidad de los actores al asumir su proceso de desarrollo como obligación del Estado. Los resultados de la estrategia son incipientes. Los actores involucrados refieren dificultades para concursar por fondos, ausencia de planes de negocios, desconocimiento y tensiones alrededor de los recursos turísticos. A ello se añade la falta de coordinación institucional para sumar esfuerzos alrededor de objetivos claros, pues existen varias iniciativas que no convergen en un sólo objetivo.

Nuevos metabolismos sociales del alimento en el contexto latinoamericano

Se observa que la metabolización social de los alimentos como recursos turísticos es una opción de especialización territorial para los espacios rurales latinoamericanos. El carácter agropecuario de dichos espacios (FAO, 2014), determina que el vínculo entre alimentos y turismo (Espeitx, 2004) sea un aspecto crucial para establecer el potencial turístico de la región, asociado con la autenticidad y tipicidad de algunos productos locales. Pese a ello, el turismo en áreas rurales latinoamericanas se ha establecido desde evaluaciones convencionales, orientadas al mercado (Zimmer *et al.*, 2006), que inciden en modelos medianamente homogéneos. Aspecto que soslaya las particularidades sociales, económicas, etnológicas y políticas, que permiten la diferenciación territorial y por tanto, la factibilidad turística de las propuestas.

Así, los territorios con producciones agroalimentarias emblemáticas, adquieren nuevas valorizaciones materiales y simbólicas a través de procesos de agregación y retención de valor (Garrod *et al.*, 2006), mediante la estructuración de actividades y servicios que responden a la creciente cultura alimentaria (Espeitx, 2004). Lo anterior, constituye una innovación en el uso de los recursos locales, que excede sus funciones tradicionales como alimento, para cumplir funciones recreativas, lúdicas y cognoscitivas en el paradójico contexto de la globalización alimentaria (Renard, 1999).

La vinculación entre alimentos y turismo obedece a la necesaria reinención del turismo, a través de ofertas integrales ancladas al territorio, en oposición a las visiones estereotipadas del turismo rural con sesgo a los recursos naturales (Crosby *et al.*, 2009). En ese sentido, el alimento constituye un emblema territorial y un elemento de

areas (FAO, 2014), determined that the link between food and tourism (Espeitx, 2004) is crucial to establish the tourism potential of the region, associated with the genuineness and authenticity of some local products appearance. Nevertheless, tourism in Latin American rural areas has been established for conventional assessments, market-oriented (Zimmer *et al.*, 2006), affecting fairly homogeneous models. Aspect that ignores the social, economic, ethnological and political features, which allow the territorial differentiation and thus the feasibility of the proposed tour.

Thus, the territories emblematic agri-food products, acquire new material and symbolic valuations through processes of aggregation and retention value (Garrod *et al.*, 2006), by structuring activities and services that meet the growing food culture (Espeitx, 2004). This constitutes an innovation in the use of local resources, exceeding their traditional roles as food, to meet recreational, leisure and cognitive functions in the paradoxical context of food globalization (Renard, 1999).

The link between food and tourism due to the necessary reinvention of tourism, through comprehensive offerings anchored to the territory, as opposed to stereotyped views of rural tourism with bias to natural resources (Crosby *et al.*, 2009). In that sense, food is a territorial emblem and an element of differentiation, through an effect of otherness and exoticism in the ordering of relations between rural and urban worlds (García-Canclini, 2004).

The State is a promoter of productive restructuring of rural areas, through regulatory frameworks and resources to detonate tourism. Its investments are geared to product design and deployment of infrastructure aspects that give visible political positioning, but are not necessarily appropriate for the clearly heterogeneous social structures. The costs of implementing a tourism project unaccompanied always fall on communities with limited resources and precarious levels of organization. The metaphor of the social metabolism of food as a tourist resource is linked to the creation of connections between disparate elements to form a comprehensive tourism. Why do not the infrastructure or tourist designs, it is a human work of dialogue, negotiation and consensus, for which tourism policies have not had space.

The links not only occur internally, also involving relations with the external environment, social capital that gives access to the financial, human and intellectual resources to

diferenciación, mediante un efecto de alteridad y exotismo en el ordenamiento de las relaciones entre los mundos rural y urbano (García Canelini, 2004).

El Estado es un promotor de la restructuración productiva del medio rural, a través de marcos normativos y recursos para detonar el turismo. Sus inversiones se orientan al diseño de productos y el despliegue de infraestructuras, aspectos visibles que dan posicionamiento político, pero no necesariamente son apropiados por las estructuras sociales claramente heterogéneas. Los costos de implementación de un proyecto turístico sin acompañamiento siempre recaen sobre comunidades con recursos limitados y niveles de organización precarios. La metáfora del metabolismo social del alimento como recurso turístico está vinculada con la creación de conexiones entre elementos dispersos para formar una oferta turística integral. Ello no lo hacen las infraestructuras, ni los diseños turísticos, es una labor humana de diálogo, negociación y consenso, para la que las políticas turísticas no han tenido espacio.

Las vinculaciones no solamente se dan a nivel interno, igualmente implican relaciones con el ámbito externo, un capital social que da acceso a los recursos económicos, humanos e intelectuales, necesarios para la restructuración productiva del territorio. La apropiación turística de los recursos agroalimentarios locales, no es un aspecto convencional en las comunidades rurales, es un hecho que generalmente parte de una perspectiva externa (gobierno, especialistas, ONG,s). Las transformaciones demográficas, las presiones económicas y la feminización del campo (Fontecilla y Córdova, 2009) repercuten en el protagonismo de mujeres y jóvenes en la apropiación turística de los recursos locales. Ello genera tensiones, entre generaciones y géneros pues alrededor de la apropiación de los recursos suelen existir conflictos, que denotan una lucha por mantener la hegemonía local en los masculinizados sistemas productivos rurales.

Conclusiones

Una respuesta a la crisis rural latinoamericana se ha intentado a través de nuevas formas de metabolizar los alimentos locales como recursos turísticos. Ello, aumenta la complejidad de las estructuras productivas rurales en una

the productive restructuring of the territory. The tourist appropriation of local food resources, is not a conventional aspect in rural communities, it is a fact that usually part of an external perspective (government, experts, NGOs). The demographic, economic pressures and the feminization of the field (Fontecilla and Cordova, 2009) affect the role of women and youth in the tourist appropriation of local resources. This creates tensions between generations and genders as around the appropriation of resources there are often conflicts that indicate a struggle to maintain hegemony in the local rural production systems masculinized.

Conclusions

A response to the Latin American rural crisis was attempted through new forms of local foods metabolize as tourism resources. This increases the complexity of rural productive structures in a systemic nature activity such as tourism. The transit of traditional production systems to multifunctional production systems, involves the development of capacities of organization and collective action. This is an activity in embryonic process, whose ambivalence is evident, since it has potential to strengthen local economies and create jobs (Klein *et al.*, 2003); however, the access is limited because demand high levels of skills in the context of lag economic and educational.

The three scenarios analyzed denote that the food tourism is a complex social phenomenon (De la Torre, 2004) with various interfaces of political, economic, ecological and cultural. It is a phenomenon which expresses the common critical state of the rural and urban areas (Torres, 2009; Murphy and Scott, 2014; FAO, 2014), resulting in a polysemic activity with three meanings: i) for rural communities is a development opportunity; ii) for cities, a recreational object identity and reunion iii) for the institutions a mechanism for political positioning. Implying different levels and objectives in the processes of social appropriation of rural resources.

End of the English version



actividad de naturaleza sistémica como el turismo. El tránsito de sistemas productivos tradicionales a sistemas productivos multifuncionales, implica el desarrollo de capacidades de organización y acción colectiva. Se trata de una actividad en proceso embrionario, cuya ambivalencia es evidente, puesto que tiene potencial para fortalecer las economías locales y crear empleos (Klein *et al.*, 2003), pero cuyo acceso es limitado pues demanda altos niveles de calificación en contextos de rezago económico y educativo.

Los tres escenarios analizados denotan que el turismo agroalimentario constituye un fenómeno social complejo (De la Torre, 2004) con diversas interfaces de orden político, económico, ecológico y cultural. Se trata de un fenómeno que expresa el común estado crítico de los ámbitos rural y urbano (Torres, 2009; Murphy y Scott, 2014; FAO, 2014), dando como resultado una actividad polisémica con tres significados: i) para las comunidades rurales es una oportunidad de desarrollo; ii) para las ciudades un objeto recreativo de reencuentro identitario y iii) para las instituciones un mecanismo de posicionamiento político. Lo que implica diferentes niveles y objetivos en los procesos de apropiación social de los recursos rurales.

Agradecimientos

El presente ensayo es un producto de la fase de desarrollo teórico del proyecto “El turismo agroalimentario y sus perspectivas de desarrollo local. Organización Colectiva y Activación Territorial en el Estado de México”. Financiado por la Secretaría de Educación Pública (SEP), en el Programa de Mejoramiento del Profesorado, 2013.

Literatura citada

- Atancé, T. y Tío, C. 2000. La multifuncionalidad de la agricultura: Aspectos económicos e implicaciones sobre la política agraria. *Estudios Agrosociales y Pesqueros* 89:29-48.
- Barrera, E. 2009. Las Rutas alimentarias como instrumento para el desarrollo territorial: el caso de la Ruta de la Yerba Mate de Argentina. *Revista de la Universidad de Sonora* 26:19-22.
- Barrera, E. y Bringas, A. O. 2008. Food trails: Tourist architectures built on food identity. *Gastronomic Sciences. Food for Thought* 3:56-63.
- Berdegúe J. and Escobar, G. 2001. Rural non farm employment and incomes in Latin America: Overview and Policy Implications. *World Development* 29:395-409.
- Boisier, S. 2005. ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización? *Revista de la CEPAL* 86:42-68.
- Bourdieu, P. 1989. La distinción. Criterio y bases sociales del gusto. Taurus. Madrid. 597 p.
- Grammont, H. 2008. El Concepto de Nueva Ruralidad. In: Pérez, E. Farah, M. A. y C. de Grammont. H. La nueva ruralidad en América Latina, avances teóricos y evidencias empíricas. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá. 23-44 pp.
- Cebrián, F. 2008. Turismo rural y desarrollo local. Universidad de Sevilla y Universidad de Castilla de la Mancha. Sevilla. 336 p.
- CEPAL (Comisión Económica Para América y El Caribe). 2012. Cambio estructural para la igualdad. Una visión de desarrollo. Naciones Unidas. Santiago. 328 p.
- Chul Han, B. 2012. La sociedad del cansancio. Editorial Herder. Barcelona. 79 p.
- Crosby, A. 2009. Re- inventando el turismo rural. *Gestión y desarrollo. LAERTES. España*. 227 p.
- De la Torre, O. 2004. El turismo fenómeno social. Fondo de Cultura Económica. México. 160 p.
- Espeitx, E. 1996. Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra. *Agricultura y Sociedad*. 81:83-116.
- Espeitx, E. 2004. Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 2:193-213.
- FAO (Food and Agriculture Organization). 2014. Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe 2014. CEPAL, FAO, IICA. Costa Rica. 167 p.
- Fontecilla, A. y Córdova, R. 2009. Migración internacional y empoderamiento femenino en el manejo de recursos naturales en el centro de Veracruz. *Sociedades Rurales, Producción y Medio Ambiente*. 18:141-165.
- García, C. N. 2004. Diferentes, desiguales y desconectados, mapas de la interculturalidad. Gedisa. Barcelona. 224 p.
- García, R.; Tulla, A. M. y Valdovinos, N. 1995. *Geografía Rural*. Editorial Síntesis Madrid. 240 p.
- Garofoli, G. 1995. Desarrollo económico, organización de la producción y territorio. In: Vázquez-Barquero, A. y Garofoli, G. (Comps.). *Desarrollo económico local en Europa*, Colegio de Economistas de Madrid. 153-162 pp.
- Garrod, B; Wornell, R. and Youell, R. 2006. Re - conceptualizing rural resources as countryside capital: The case of rural tourism. *J. Rural Stud.* 22:117-128.
- Hagelberg, E. 1995. Genetic affinities of prehistoric eastern islanders: reply to Langdon. *Rapa Nui Journal* 9:16-19.
- Hamilton, S. 2013. Rapa Nui (Eastern Island)'s stone worlds. *Archaeology International* 16:96-109.
- Hernández, M. y Meza, I. (Coords.). 2006. Nueva ruralidad. Enfoques y propuestas para América Latina. CEDERSSA. México. 29-69 pp.
- Hiernaux, D. 2008. Una década de cambios: la geografía humana y el estudio del turismo. *Scripta Nova*. 270:12.
- INE (Instituto Nacional de Estadísticas de Chile). 2014. Resultados XVIII Censo de Población 2012. Tomo I. Instituto Nacional de Estadística. Santiago. 484 p.
- INE (Instituto Nacional de Estadísticas de Chile). 2012. Turismo informe anual. Instituto Nacional de Estadística, Santiago, Chile. 120 p.
- Kay, C. 2007. Pobreza rural en América Latina: teorías y estrategias de desarrollo. *Rev. Mex. Sociol.* 69:69-108.

- Klein, J. L.; Fontan, J. M. y Tremblay, D. G. 2003. Mundialización, acción colectiva e iniciativa local en la reconversión de Montreal. *EURE*. 86:69-88.
- Ladefoged, T.; Flaws, A. and Stevenson, C. 2013. The distribution of rock gardens on Rapa Nui (Easter Island) as determined from satellite imagery. *J. Archaeol. Sci.* 40:1203-1212.
- Linck, T. 2006. Las ambigüedades de la modernización: la economía patrimonial entre la representatividad y el consenso. *Pampa* 4:37-60.
- Long, N. 2007. Sociología del desarrollo: una perspectiva centrada en el actor. CIESAS. México, D. F. 499 p.
- Miranda, F. y Monzo, E. 2003. Capital social, estrategias individuales y colectivas. El impacto de programas públicos en tres comunidades campesinas de Chile. CEPAL, ECLAC. Santiago. 79 p.
- Moyano, E. 2008. Multifuncionalidad, territorio y desarrollo de las áreas rurales. *Rev. Ambiente* 81:6-20.
- Murphy, E. and Scott, M. 2014. Household vulnerability in rural areas: results of an index applied during housing crash, economic crisis and under austerity conditions. *GEOFORUM*. 51:75-86.
- Nurit, D. 1997. Economies: a cultural-economic perspective. *Int. Soc. Sci. J.* 49:463-154.
- Quispe, L. A. 2006. La necesidad de formación de capacidades para la gestión del desarrollo rural territorial. *Región y Sociedad*. 36:177-194.
- Renard, M. C. 1999. Los intersticios de la globalización: un label (Max Havelaar) para pequeños productores de café. CEMCA, México. 340 p.
- Renard, M. C. y Thome, H. 2010. La Ruta de la Sal Prehispánica, patrimonio alimentario, cultural y turismo rural, en Zapotitlán Salinas Puebla, México. Facultad de Economía, Universidad de Parma, Italia. 15 p.
- Ropke, O. 2005. Trends in the development of ecological economics from the late 1980's to the early 2000s. *Ecol. Econ.* 55:262-290.
- Schneider, S. 2009. La pluriactividad en el medio rural brasileño: características y perspectivas para la investigación. *In: C. de Grammont, H. (Comp.). La pluriactividad en el campo latinoamericano* FLACSO. Ecuador. 132-161 pp.
- SEDEREC (Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades). 2009. Programa de Turismo Alternativo y Patrimonial de la Ciudad de México. Gobierno del Distrito Federal. México. 55 p.
- SEDEREC (Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades). 2012. Programa de Desarrollo Agropecuario y Rural de la Ciudad de México, Gobierno de la Ciudad de México. México. 23 p.
- Shackley, M. 1998. The cultural landscape of Rapa Nui (Easter Island, Chile). *In: Shackley, M. (Ed.) Visitor management*, Nottingham Trent University. 62-82 pp.
- Thomé, O. H. 2010. Turismo en áreas rurales, hacia un enfoque de espacios compatibles entre el campo y la ciudad. *Sociología Rural*. 9:65-78.
- Toledo, V. 2008. Metabolismos Rurales: hacia una teoría económico-ecológica de la apropiación de la naturaleza. *Revista Iberoamericana de Economía Ecológica* 7:1-26.
- Toledo, V. y M. Gonzáles de Molina. 2007. El metabolismo social. *In: Garrido, F.; González de Molina, M.; Serrano, J. L. y Solana, J. L. (Eds.). El paradigma ecológico en las ciencias sociales*. Editorial Icaria. Barcelona. 304 p.
- Torres, E. 2009. Crisis urbana, cambio social y medios públicos de comunicación. *Perspectivas de la Comunicación* 2:109-122.
- Vandecastelaere, E.; Arfini, F.; Belletti, G. and Marescotti, A. 2009. Linking people, places and products. A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable Geographic Indications. FAO; SINER - GI. Rome. 193 p.
- Zimmer, P. y Grassmann, S. 2006. Evaluar el potencial turístico de un territorio. LEADER, España. 43 p.