

---

# APORTES y Transferencias

---



Año 7

Volumen 1

2003

Mar del Plata

Centro de Investigaciones Turísticas  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Universidad Nacional de Mar del Plata

Centro de Documentación

Instituto de Investigaciones  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Universidad Nacional de Mar del Plata  
cendocu@mdp.edu.ar  
<http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/>

## **MOVILIZACION DE RECURSOS LOCALES Y REFUERZO DE LA IDENTIDAD TERRITORIAL A TRAVES DEL TURISMO. EL EJEMPLO DE VILLARINO.**

Maria Isabel Haag

Universidad Nacional del Sur / *misabel@criba.edu.ar*

### **Resumen**

Introducción: En la actualidad es posible observar nuevas oportunidades y expectativas para las sociedades rurales. Los signos de identidad y culturales, los sistemas productivos locales, la protección del medio ambiente y de los paisajes, y la rehabilitación del patrimonio arquitectónico, son percibidos como medios para reconstruir la competitividad de los territorios rurales, y en este sentido la actividad turística desempeña un rol muy importante.

Objetivos: 1- Valorizar el patrimonio natural cultural del Distrito de Villarino, 2- valorar las especificidades territoriales, 3- valorar las ventajas diferenciales de cada localidad o del Municipio en su conjunto, 4- revalorizar los recursos locales abandonados, 5- revalorizar y patrimonializar los saberes y conocimientos locales.

Metodología: El procedimiento para el abordaje de la investigación se basó en: análisis bibliográfico, relevamiento del área de estudio, entrevistas a informantes claves, encuestas, definición de estrategias de acción.

Resultados: Los espacios que desean iniciarse al turismo, como Villarino, deben superar obstáculos que impiden la aceptación de nuevos visitantes, ya sean culturales: la resistencia de las comunidades locales que le temen a los "forasteros" (prejuicios, experiencias pasadas negativas, imagen negativa de sí mismos); obstáculos económicos y financieros: falta de conocimiento del potencial de creación de empleo existente, aislamiento de los distintos sectores de la actividad, dificultad de acceso a créditos; obstáculos administrativos por falta de coordinación entre los diferentes sectores intervinientes, obstáculos debido a la forma de vida: falta de servicios a la población y de actividades recreativas complementarias.

Conclusiones: La creación y difusión de imágenes "comunicativas" que potencien las características locales que "comunique el territorio", se ha convertido en un aspecto indispensable para revalorizar estos espacios, que persiguen la diversificación, la promoción de productos regionales de calidad y la venta directa y/u otros esquemas alternativos para conservar las zonas rurales, reforzando la cohesión social y apoyando la viabilidad de las actividades rurales.

**Palabras clave:** desarrollo local - identidad - especificidades territoriales - crisis rural - conocimientos locales - sistemas productivos locales

## **ORGANIZATION OF LOCAL RESOURCES AND REINFORCEMENT OF TERRITORIAL IDENTITY BY MEANS OF TOURISM: VILLARINO**

*Maria Isabel Haag*

### **Abstract**

*Introduction: At present, it is possible to observe new opportunities and expectations for rural societies. The symbols of culture and identity, local productive systems, protection of the environment and the revamping of architectural heritage are perceived as a means of reconstruction of the competitiveness of rural territories. In this respect, touristic activity plays a very important role.*

*Objectives: To appraise: 1 The natural cultural heritage of the Villarino district. 2 The territorial specifications. 3 The differential advantages of each town or Town Hall as a whole. 4 The neglected local resources. 5 The awareness of local knowledge of the area.*

*Methodology: The procedure for the current research was based on bibliographic analysis, evaluation of the area of study, interviews to key subjects, surveys and outlining of action strategies.*

*Results: The areas that seek to initiate touristic activity, such as Villarino, must overcome obstacles which prevent it from the acceptance of new visitors. Such obstacles can be classified into: Cultural, as concerned with the reticence of local communities to “foreigners” due to prejudice, negative experiences in the past, negative self-image as a town. Economic and financial, having to do with lack of knowledge of the area’s potential as an employment-generator, isolation from the different section of the touristic activity and difficulty in the obtention of loans. Management, owing to absence of coordination between the intervening sectors. Lifestyle, as regards lack of services for the local community and ancillary recreational activities.*

*Conclusions: The creation and spreading of communicative images tending to improve the local features that “communicate the territory” have become an essential aspect to vindicate these spaces whose main purposes are to diversify, promote quality regional products and direct sale, as well as other alternative plans to preserve rural areas, thus reinforcing social cohesion and encouraging the feasibility of rural activities.*

**Key words:** *local development - identity - territorial specifications - rural crisis - local knowledge - local productive systems*

**MOVILIZACION DE RECURSOS LOCALES  
Y REFUERZO DE LA IDENTIDAD TERRITORIAL  
A TRAVES DEL TURISMO. EL EJEMPLO DE VILLARINO.**

María Isabel Haag\*

Hoy en la Argentina hablar de espacio rural es hablar de crisis, de declive inexorable, de éxodo, de envejecimiento, etc. Estas cifras representan una situación que no es nueva en nuestro país: existen en la actualidad 360 pueblos en vísperas de desaparecer, y cada año, en Córdoba, 1000 hombres de campo dejan la actividad, perdiendo su categoría de productores agropecuarios.

El agro regional está atravesando por una crisis económica y financiera muy profunda. Por un lado, es consecuencia de la situación general que vive el país, aunque en esta región se agrava por circunstancias especiales tales como la sequía del año 1995 y la venta del capital ganadero que esta ocasionó, de manera tal que el valor total de la producción agrícola ganadera de los nueve partidos del sudoeste bonaerense, para el período 1995 – 1999 disminuyeron significativamente.

“La recuperación no puede financiarse con recursos propios, salvo excepciones, porque la rentabilidad prácticamente ha desaparecido y el crédito no está disponible o lo está a tasas de interés muy por encima de la rentabilidad actual y además, gravada por un impuesto adicional. La recuperación del agro regional, entonces, podrá producirse si mejoran las circunstancias externas desfavorables o si la política agropecuaria nacional acierta a corregir los factores que influyen negativamente en los costos” (CREEBBA – Indicador de la Actividad Económica, IAE Nro. 54, enero 2001).

Ubicado al S.O. de la Provincia de Buenos Aires, Villarino tiene una superficie de 11.400 km<sup>2</sup> (1.140.000 has.), de los cuales 1000 km<sup>2</sup> son urbanos y 10.400 km<sup>2</sup> rurales, correspondiéndole el segundo lugar entre los partidos de la provincia, en este municipio la situación de los productores es muy comprometida, no sólo desde el punto de vista de la actual campaña, sino estructuralmente, reafirmando lo sucedido en años anteriores:

1. Los productores del partido se encuentran sin capital de trabajo o con el mismo envejecido y sin capacidad de endeudarse con sus habituales proveedores de insumos, lo cual los condiciona fuertemente tanto para poner en marcha sus establecimientos agropecuarios como para desarrollar la propuesta tecnológica que el INTA posee para la región en secano, orientarse a la ganadería y hacer poca agricultura con criterio sustentable, bajo riego realizar ganadería intensiva en rotación con hortícola pero con valor agregado (producciones integradas, orgánicas etc.).

Zona de Riego	Zona de Secano
<ul style="list-style-type: none"> <li>- dependencia fuerte a un cultivo: la cebolla.</li> <li>- mayor competencia de mercados externos genera la caída de precios.</li> <li>- fluctuación de los precios de los productos primarios, en baja, que no permite cubrir los costos de producción.</li> <li>- gran cantidad de productores endeudados, con cifras que superan el total de su capital, endeudamiento que repercute sobre comerciantes y prestadores de servicios, quienes se endeudan para “mantenerse vivos”.</li> <li>- la disminución del cultivo de cebolla, impacta notablemente en el desempleo, particularmente en la comunidad boliviana, ya que la actividad vinculada con el cultivo de cebolla es su principal fuente de empleo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- crisis, que se profundiza a partir de la sequía de 1988.</li> <li>- dependencia del trigo, que impide cubrir los gastos de los productores.</li> <li>- alto nivel de endeudamiento</li> <li>- significativo éxodo rural hacia ciudades de carácter micro regional y regional.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia a partir de Fundación Génesis. 2000. “Plan de Desarrollo Local del Distrito de Villarino”.

2. Los altos costos, la presión impositiva y la actual coyuntura de precios tanto en lo referente a la agricultura como a productos ganaderos limita los resultados económicos de los establecimientos agropecuarios, potenciado por la baja rentabilidad actual disminuyendo de este modo la posibilidad de generar excedentes en la explotación como para hacer frente a las obligaciones contraídas con los organismos crediticios.

3. La capacidad potencial de generar excedentes en los sistemas de producción se encuentra fuertemente condicionada a la presencia de un capital de trabajo hoy inexistente que permita realizar las inversiones necesarias para llevar adelante la reconversión productiva de las explotaciones de la región.

4. Se trata de un problema grave de rentabilidad al que contribuye una dificultad de capitalización estructural.

5. Si bien las condiciones climáticas del año 2002 son buenas, en la actualidad esta situación no alcanza a compensar el defasaje económico estructural producido entre costos, rentabilidad y endeudamiento.

Una serie de indicadores, reflejan el cuadro de situación actual:

- . el día 31 de diciembre del año 2001 venció la declaración de emergencia y desastre agropecuario. No obstante esta cobertura, siguen llegando intimaciones y juicios a los productores. A propósito del tema un productor mencionó: “hace nueve años estamos en desastre agropecuario y los parches no sirven más para nada; necesitamos una refinanciación con tasa baja por parte del Banco Provincia y prórroga para pagar el plan de refinanciación del Nación”.
- . no se avisan soluciones para los excluidos de los subsidios que permiten acceder a la refinanciación del Banco de la Nación Argentina.
- . la mayoría de los deudores no ingresaron a la refinanciación del Banco de la Provincia de Buenos Aires mediante la ley N° 12.421, prorrogada hasta el 28 de diciembre del 2001.
- . falta de rentabilidad por retenciones encubiertas (20%)
- . insumos dolarizados: “cobramos con un dólar bajo y pagamos con un dólar alto”
- . aumento del precio del gas oil, que además no se consigue
- . medidas tomadas a espaldas del sector productivo
- . falta de financiamiento para el sector
- . están suspendidos los créditos de reconversión ganadera por parte del Banco de la Provincia de Buenos Aires, después de meses de acordar mejoras y reformas en el decreto provincial para facilitar el ingreso a los más afectados por la crisis.
- . los productores y los galpones de empaque del Valle Bonaerense del Río Colorado, como también los pocos ajeros, de la otrora capital nacional del ajo, Médanos, tienen su economía regional en crisis terminal; y no habrá cambios hasta que no se reviertan los efectos de la devaluación monetaria de Brasil.
- . existe una crisis sin precedentes en la industria frigorífica regional. Generan una gran angustia la inseguridad de cobro y el corte de la cadena de pagos, por lo que se vende al contado con enormes descuentos.
- quienes sembraron trigo por la bonanza del clima o por no poder hacer otra cosa,

terminaron la siembra con la desazón de haber gastado los últimos recursos en un gasoil con valor en aumento, incompatible en términos productivos con rentabilidad alguna. El gasoil, insumo fundamental en la labor agropecuaria, tiene más del 50% en gravámenes, carga del IVA y otros.

- . quienes siguen haciendo las tareas agropecuarias, realizando la inversión genuina de mayor riesgo y apostando a la Argentina productiva que hizo próspera a esta Nación, ven con decepción la incomprensión oficial y la falta de políticas agropecuarias activas para quienes junto con la Agroindustria, generan el 70% del producto bruto nacional.
- . el monto adeudado por los chacareros de Villarino y Carmen de Patagones, suma más de 200 millones de pesos.

En definitiva, esta crisis ha llevado al productor a un estado de exclusión, marginación y mendicidad y esto ha provocando el vaciamiento del interior del país, hecho que ya le ha costado 150.000 productores a la Argentina.

A lo mencionado anteriormente debe agregarse la ausencia de oportunidades de empleo, lo que genera éxodo, esto trae una disminución de la producción y del consumo local, lo que provoca una reducción de servicios y capacidad productiva, concentración de la tierra, deterioro ambiental, marginalidad, concentración urbana, entre otras.

El campo está en crisis y es necesario buscar nuevas alternativas y diversificar la producción, distintas opciones para mejorar la competitividad. Los precios de los cereales y del ganado están a precios tan bajos que no alcanzan las ganancias para mantener la estructura de los campos, sobre todo los de pequeñas dimensiones (la gran mayoría explotaciones de entre 200 y 400 has. aproximadamente). Muchos propietarios están endeudados, hipotecados y sin posibilidades de pagar. Aunque la mayoría se resiste a desprenderse de sus campos, otros optan por venderlos y emigran hacia las ciudades. Los productores en su mayoría se aferran a explotaciones tradicionales: trigo, cría y engorde de ganado, alguna oleaginosa, pero con escaso valor agregado y sin ningún tipo de industrialización.

Como consecuencia de ello, en varios municipios del interior de la provincia de Buenos Aires, se evidencia un cambio en la dinámica de funcionamiento, tanto económico como territorial. Anteriormente era factible observar como algunas ciudades cabeceras de distritos agrícolas, habían adquirido determinada infraestructura comercial y de servicios a partir de los requerimientos de las actividades agropecuarias, satisfaciendo las demandas de bienes y servicios de la población rural próxima, siendo en varias ocasiones el destino de flujos migratorios producidos por la modernización de las explotaciones agropecuarias.

Actualmente “estas ciudades presentan signos de estancamiento y declive por una razón fundamental: las transformaciones tecno – productivas que acontecen en la actividad agropecuaria desde hace más de dos décadas han comenzado a socavar sus mecanismos impulsores sobre la economía local, repercutiendo en la naturaleza del vínculo rural – urbano. Básicamente como consecuencia de la aparición de nuevos agentes más deslocalizados (pool de siembra) cuya operatoria en muchos casos recompone una red de abastecimiento que ya no se limitaría necesariamente a la oferta de servicios disponibles en el entorno urbano de las explotaciones agropecuarias. Obviamente esta situación tiene impactos más profundos en la malla de agro-ciudades de pequeño tamaño cuyas bases económicas están muy poco diversificadas ” (GORENSTEIN, S. y Otros. 1998).

El permanente proceso de urbanización del medio rural, consecuencia de la modernización agrícola, trae como consecuencia una mayor presión sobre la débil estructura laboral de estas áreas receptoras, ofreciendo muy pocas posibilidades los comercios minoristas y ciertos servicios personales, a lo que se suma la escasa población de estos centros y la debilidad económica por la que atraviesan, surgiendo nuevos procesos migratorios.

“Muchas situaciones de declive urbano que se observan tienen que ver con la disminución del rol impulsor de la base agrícola regional. Un proceso que ocurre de un modo natural a medida que avanza el proceso de desarrollo urbano pero que en otros casos, adopta una naturaleza de crisis debido a la ausencia de sectores alternativos que motoricen una nueva fase de desarrollo” (GORENSTEIN, S. y Otros. Op. Cit).

En la actualidad y debido a la evolución que el turismo ha tenido, conjuntamente con la crisis económica que atraviesa nuestro país, es que se ha producido una redefinición de la importancia de la actividad turística y de los conceptos de región como ejes de desarrollo.

A partir de lo mencionado se hace necesario buscar nuevas alternativas de producción sin dejar de ser productor agropecuario, con el fin de diversificar los ingresos de los actores sociales involucrados, generar nuevos puestos de trabajo y desarrollar las economías regionales, para lo cual es necesario generar, en el caso de optar por el turismo, nuevos productos turísticos, es decir, poner en valor turístico productos rurales, lograr un mayor valor agregado a los productos regionales, ampliar la oferta turística, etc.

Los espacios rurales tienen que poder andar por su propio pie: por un lado hay que seguir apoyando la actividad agraria, ya que ésta sigue siendo un componente



fundamental de la economía rural y muchas veces el principal, y por otro lado, hay que fomentar las actividades complementarias o alternativas, ya que la agricultura no puede garantizar por sí sola la viabilidad y el desarrollo equilibrado de muchos espacios rurales.

No obstante, hoy en día, las expectativas de las sociedades rurales son diferentes y se presentan nuevas oportunidades. Los signos de identidad y culturales, los sistemas productivos locales, la protección del medio ambiente y de los paisajes, y la rehabilitación del patrimonio arquitectónico, son percibidos como medios para reconstruir la competitividad de los territorios rurales, y en este sentido la actividad turística desempeña un rol muy importante como actividad complementaria, capaz de generar ingresos alternativos así como nuevas profesiones y empleos, pudiendo además convertirse en el principal recurso para la recuperación de diversas regiones afectadas por la parálisis de sus aparatos productivos y la desocupación y la creciente marginalidad que ella provoca.

Las características ambientales y culturales del agro, la existencia de numerosos mitos, el misterio y las fantasías de aventura asociadas al área rural, generan condiciones propicias para la explotación comercial, en un mercado que crecientemente demanda este tipo de productos. Por este motivo se sugiere que el usufructo turístico de los atributos naturales y culturales que posee el sector agropecuario deben observarse como una novedosa fuente de ingresos de la empresa agropecuaria.

La identidad local, la búsqueda de la diferencia, de una valorización de lo que es propio de cada territorio, implica el reconocimiento de una imagen diferenciadora, no sólo de cara al exterior, sino sobre todo, de cara al interior, por parte de los habitantes, de las instituciones y los organismos locales. Es el reconocimiento, es el re descubrir los aspectos distintivos de cada espacio, valorando incluso el patrimonio menor, las tradiciones desaparecidas y las prácticas y oficios “escondidos” en el seno de las familias.

Por lo tanto, la creación y difusión de imágenes “comunicativas” que potencien las características locales que “comuniquen el territorio”, se ha convertido en un aspecto indispensable para revalorizar estos espacios, que persiguen la diversificación, la promoción de productos regionales de calidad y la venta directa y / u otros esquemas alternativos para conservar las zonas rurales, reforzando la cohesión social y apoyando la viabilidad de las actividades rurales.

Resulta interesante entonces, que los territorios rurales marginados, transformen en recursos y oportunidades los elementos que hasta entonces eran percibidos

como puntos débiles u obstáculos y valorizar los recursos locales abandonados.

A partir de la problemática mencionada y en función de los beneficios que provoca el turismo en espacios rurales en crisis, sería interesante intentar consolidar al turismo como actividad complementaria para paliar la crisis estructural que afecta a la economía del Municipio, como una alternativa de valorizar los recursos del distrito y para reducir la dependencia a la actividad agropecuaria, concibiendo a Villarino como un espacio productivo y como un espacio de consumo, siendo para ello necesario tener en cuenta ciertos objetivos:

- lograr la revalorización y diferenciación de ciertos productos con una marca territorial, valorando las especificidades locales y logrando que la identidad se vuelque sobre el producto.
- poner en valor los recursos turísticos del Distrito creando nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos y adecuarlos a las nuevas tendencias de la demanda,
- lograr la promoción de productos y destinos bajo una marca exclusiva.
- potenciar redes con enlace territorial valorizadas por subjetividad de origen.
- incentivar la apropiación local de los proyectos, rescatando respuestas de los actores locales frente a la crisis

El Municipio se encuentra en inmejorables condiciones para desarrollar el turismo rural y de aventura: establecimientos rurales, con extensas superficies agrestes y de variada orografía permiten la práctica de las diferentes alternativas del turismo de aventura, turismo rural, cotos de caza mayor y menor, playas y lagunas con excepcionales balnearios, donde se puede practicar actividades recreativas, deportes náuticos y pesca. Todo esto destaca claramente la potencialidad del distrito en materia turística, pero la realidad también marca claramente un importante déficit en lo que respecta a infraestructura.

<b>DEBILIDADES</b>	<b>FORTALEZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escasa profesionalización y formación en el sector.</li> <li>- Escasa iniciativa interna y empresarial.</li> <li>- Falta de buenas infraestructuras de comunicaciones.</li> <li>- Escasa infraestructura hotelera.</li> <li>- Ausencia de actividades complementarias.</li> <li>- Falta de equipamiento público en las playas.</li> <li>- Estado de los caminos vecinales.</li> <li>- Falta de competitividad respecto a otros destinos.</li> <li>- Falta de promoción de los recursos turísticos propios (culturales).</li> <li>- Deficiente señalización del Municipio.</li> <li>- Escasa de calidad de los establecimientos.</li> <li>- Falta de marco legislativo que regule la actividad.</li> <li>- Ausencia de política crediticia.</li> <li>- Ausencia de souvenirs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Posibilidad de turismo todo el año. Ausencia de estacionalidad.</li> <li>- Buen clima para la práctica de actividades.</li> <li>- Excelente litoral.</li> <li>- Historia del Municipio.</li> <li>- Entorno paisajístico del Municipio.</li> <li>- Terrenos disponibles para la inversión.</li> <li>- Carácter de los habitantes del Municipio.</li> <li>- Tranquilidad, seguridad y buena imagen del Municipio.</li> <li>- Creciente asociacionismo.</li> <li>- Recursos naturales y culturales del Municipio. Enclave geográfico: playas, monte, salinas, lagunas, termas, etc.</li> <li>- Existencia de nuevos proyectos.</li> <li>- Amplia red de caminos rurales.</li> <li>- Accesibilidad.</li> <li>- Calidad ambiental.</li> <li>- Presencia de centros Académicos de importancia nacional y regional.</li> <li>- Proximidad a un centro emisor, por ej. Bahía Blanca.</li> <li>- Incipiente promoción del Municipio en la Provincia de Bs. As.</li> </ul>

Con respecto a los atractivos turísticos del Municipio, Benko, George, propone una tipología que consiste en distinguir por un lado, activos y recursos, y por otro, calificar los activos o los recursos según su naturaleza, ya sean genéricos o específicos.

Recursos: (potenciales) atractivos que existen, pero que no son explotados, son una reserva potencial esperando, un potencial latente.

Activos: son atractivos que sí están en actividad, que están siendo explotados.

Activo específico: el valor está ligado a un uso particular.

Atractivo Naturaleza	Recurso (potencial)	Activo (real)
Genérico	Colonia Monte La Plata Vivero Forestal Argerich Faro El Rincón Parque Eólico Mayor Buratovich Isla Ariadna	Balneario Chapalcó Termas Pedro Luro Hotel Estancia San Carlos Laguna La Salada Establec. Los Álamos Cabeza de Buey
Específico	Salinas La Aurora y La Barranca Médanos Voladores Isla Verde	Fortín Mercedes Balneario La Chiquita Museo Regional Misionero

Lo ideal, para un municipio que se interesa por promover el turismo, será que un recurso se transforme en activo real (en lo posible específico), lo cual se logra a partir de una diferenciación de otros activos y otorgándolo mayor valor local.

Un elemento a tener en cuenta es la necesidad de adaptar la oferta del destino a los cambios de la demanda, esto se logra a partir de:

La DIFERENCIACIÓN de productos en el entorno, es decir, aprovechar las singularidades de un destino para diferenciarlo del contexto en el que se encuentra y los recursos que hasta el momento no han sido considerados: patrimonio cultural, natural, etnográfico, etc. Es necesario detectar materia prima par activarla.

Se comienza por aprovechar recursos propios, siendo necesario realizar:

- inventario de recursos a explotar
- evaluación de los recursos:
  - a) intrínseco: interno: estado de conservación, accesibilidad, etc.
  - b) externo: valor para la demanda

Para lograr esto es necesario generar hechos concretos: ingresar productos en el mercado, lo que significará analizar los activos y descubrir lo que el mercado busca,

de modo de ajustar la oferta a un mercado potencial.

La DIVERSIFICACIÓN de actividades en el mismo lugar, es decir insertar nuevos elementos de la oferta a los existentes y estandarizarlos, resaltando el papel fundamental de la oferta complementaria.

### **Otras formas de diferenciar y diversificar:**

Retorno al territorio: buscar argumentos del patrimonio cultural, natural, ponerlos en valor y hacer de ellos el recurso turístico fundamental, siendo necesario tener en cuenta dos aspectos: capacidad de carga del recurso; gestión de flujos internos, ya que son espacios extremadamente sensibles; y manejo del tiempo, para no saturar los lugares.

Integración litoral tras país: mediante esta integración se logran dos objetivos: diversificar las ofertas de los destinos litorales y promover un desarrollo económico en zonas de tras país que habitualmente son áreas en crisis económica y demográfica.

### **El caso de Monte La Plata**

La Colonia Monte La Plata fue fundada por un grupo de siete familias provenientes de Odessa (Rusia), quienes salieron el 1 de marzo de 1906 desde Coronel Suárez en carro y llegaron el 9 de marzo de Monte La Plata, en proximidades de Teniente Origone, distante a 70 Km de la ciudad de Bahía Blanca.

Estos colonos, en su mayoría agricultores, eran poseedores de una gran religiosidad (católicos), esta se pone de manifiesto en el saludo que frecuentemente era usado en la colonia al encontrarse dos personas “gelobt sei Jesús Christus” (Alabado sea Jesucristo), a la vez que los varones se descubrían la cabeza. Esta, como otras tantas colonias que se establecieron en nuestro territorio, constituyendo comunidades aisladas, pudieron sobreponerse a las constantes dificultades y avatares a que estaban sometidos en el medio hostil elegido para su asentamiento, merced a una característica que poseían en común: su gran fe religiosa.

Monte La Plata, que en sus épocas de apogeo, albergó a más de medio millar de pobladores, es un centro cultural de antaño. Allí, además de la Escuela Alemana (1907), que siempre contó con un maestro alemán, quién debía ser católico practicante, dirigir los rezos, cantos y enseñar religión. Castellano, alemán, religión, música y matemática, fueron las materias más importantes, que se complementaban con canto y dibujo. En 1922 la matrícula registraba 44 alumnos, y en 1938, el último año de clases, 19. Actual-

mente las paredes están cubiertas por cuadros de los primeros pobladores y numerosos objetos (pulcramente cuidados que reviven una época plena de esfuerzos y adversidades, en la que los colonos afrontaron una permanente lucha contra el viento y la sequía), conformándose una especie de museo.

También se inauguró la segunda escuela del Partido de Villarino (en 1908); la Capilla Sagrado Corazón de Jesús (construida entre los años 1913 – 1914), fue por muchos años el centro misionero que, desde allí visitaba las familias católicas de los alrededores. Es decir, la palilla, la escuela alemana y el cementerio, quedan como testigos silenciosos del paso de la corriente migratoria ucraniana que a principios de siglo se estableció en el lugar.

“Su estructura conserva aún atractivos de interés, fundamentalmente para los numerosos descendientes de alemanes del Volga, que ven a escala reducida, todas las características de sus formas tradicionales de ocupación espacial ... el turismo en sí, no tiene un desarrollo significativo en el ámbito de la colonia, sin embargo debe ser considerado como una de las posibles alternativas complementarias, favoreciendo su integración con otros aspectos del patrimonio cultural así como su asociación con otras actividades económicas ... de esta manera pequeñas comunidades pueden transformarse en puntos significativos en el territorio y ayudar a conformar una trama de significados que den sentido territorial al espacio” (BUSTOS CARA, R. y HAAG, M.I; 2001).

Es necesario resaltar que los espacios que desean iniciarse al turismo, como Villarino, deben superar obstáculos que impiden la aceptación de nuevos visitantes, ya sean culturales: la resistencia de las comunidades locales que temen a los “forasteros (el caso de Monte La Plata)” (perjuicios, experiencias pasadas negativas, imagen negativa de sí mismos); obstáculos económicos y financieros: falta de conocimiento del potencial de creación de empleo existente, aislamiento de los distintos sectores de la actividad, dificultad de acceso a créditos; obstáculos administrativos por falta de coordinación entre los diferentes sectores intervinientes, obstáculos debido a la forma de vida: falta de servicios a la población y de actividades recreativas complementarias.

### **“Producto chacinados”**

Este es un ejemplo de una actividad que puede reactivar la economía local, a partir de que determinadas personas permanezcan en el lugar, ocupando mano de obra familiar y que a su vez mantengan “vivo” el paisaje.

La elaboración de chacinados es de larga data en la región y había adquirido mucha importancia, la que progresivamente se había perdido, pero que aun conserva-

ba cierta tradición en las familias del lugar, para consumo doméstico.

En la actualidad es posible observar como determinados chacareros nuevamente ponen en práctica dicha actividad y con muy buenos resultados. La importancia de este ejemplo es que se rescata una producción y un conocimiento local y la población se organiza en torno a este producto. Es entonces como el turismo y las actividades ligadas a lo neo rural, permiten organizar la recuperación de estas áreas en términos de equilibrio entre sistema productivo, población y paisaje.

Se rescata un conocimiento que ya existía, al igual que recetas y a partir de ello se genera un valor adicional a ese producto y se va construyendo una imagen en torno al mismo, convirtiéndose en una actividad más dentro de la economía local.

Es un producto que asume un valor territorial: “chacinados de Villarino”, toma el nombre de una región, retoma una tradición y abarca con su producción un encadenamiento desde la elaboración hasta su consumo.

La mayor parte de las zonas rurales de la región suelen vender su producción sin ningún tipo de transformación. Unas veces por el escaso volumen de producción y otras por la inexistencia de una mínima organización empresarial, una serie de productos, como el caso de chacinados y otros como miel, quesos, frutas, a pesar de su gran calidad, no generan la riqueza económica que podrían dar. Todos ellos pueden convertirse en un recurso económico notable, si una vez divulgados a través de la oferta gastronómica como recurso turístico, se potencia su comercialización, sometiéndolos al menos a un proceso de primera transformación.

Benko, George menciona que las regiones, o aún los territorios, se han vuelto las fuentes de ventajas competitivas”, agregando como ejemplo el caso de champagne: si bien se producen excelentes vinos espumantes en California, el champagne no es un producto deslocalizable. Su valor, como el de otras producciones está anclado en su territorio. Los territorios con sus especificidades no son borradas bajo los flujos económicos de la mundialización”.

Con esto se demuestra como es posible rescatar productos, articular el sistema productivo y ayudar a construir una imagen. Esto tiene sentido si se asocia a un valor simbólico, porque no es una producción masiva. En definitiva, se rescatan valores territoriales, es decir se patrimonializan valores locales. A veces hay que crearlos, otras veces hay que descubrirlos y entonces articular el sistema productivo y el turismo.

## **Conclusión**

“Los impactos territoriales son de muy distinto signo, aunque todos ellos responden a las diversas formas de articulación de las sociedades en un sistema global. En este sentido, la creciente importancia que alcanza la incorporación a ese espacio de flujos hace necesario, que los distintos ámbitos territoriales aprovechen sus propias ventajas para conseguir integrarse con una buena posición en dicho espacio”. (PORTER, M.E. 1991).

En relación con lo anterior comienzan a revalorizarse y a identificarse recursos alternativos, generalizándose cada vez más la idea de que todo proyecto de desarrollo requiere la utilización imaginativa, racional, equilibrada y dinámica de todos los bienes patrimoniales, ya sean monetarios, humanos, turísticos, físico – ambientales, culturales, territoriales.

Es necesario tener en cuenta, que en esta nueva economía global, la competitividad se ve crecientemente determinada por la capacidad para desarrollar innovaciones, y será esta capacidad innovadora la que permita utilizar mejor los propios recursos. Tener en cuenta los factores locales en las dinámicas económicas aparece hoy, como una evidencia y una imperiosa necesidad. Se trata en definitiva, de una preocupación relativamente reciente que abre la vía hacia la diversificación de las políticas económicas, sociales y culturales.

## **Nota**

\* Doctorada en Geografía. Becaria de la Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires. Trabajo realizado en el marco del Proyecto de Investigación: “Territorio, Innovación y Gobernabilidad. Las Mediaciones Territoriales del Desarrollo Local”. Universidad Nacional del Sur, SECYT; y el Proyecto “Recomposiciones Territoriales dans la Zone de Transition Sud – Pampeene”. ECOS – SEPCIP (código A99H01).

## **Bibliografía**

- . Alaburquerque, F. 1996. “Dos facetas del desarrollo económico y local: fomento productivo y políticas frente a la pobreza”. ILPES, Santiago de Chile.
- . Borja, J. y Castells, M. 1996. “Local y global. La gestión de las ciudades en la era



de la información”. Ed. Taurus.

. Burin, D. y Heras, A. Compiladores. 2001. “Desarrollo Local. Una respuesta a escala humana a la globalización”. Ed. Ciccus y La Crujía. Argentina.

. Bustos Cara, R., 2000. “Marcos comprensivos estructurantes del mensaje turístico. Turismo étnico-cultural en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires” en Bróndolo M. y otros (Compiladores) “Turismo: Desarrollo local y regional”. Ediusns, Bahía Blanca.

. Bustos Cara, R. y Haag, M I. 2001. “Turismo étnico cultural. De potencialidad genérica a activo específico. III Congreso Latinoamericano de Investigación Turística. Valdivia. Chile.

. Cors Iglesias, M. 1998. “L’Agroturisme i les residencies – casa de pages al Solsones”. Universitat de Barcelona. España.

. Creeba – Indicador de la Actividad Económica, IAE Nro. 54, enero 2001.

. De Juan Alonso, J. M. 1998. “Estructura del Mercado turístico”. I Maestría en Gestión Pública del Turismo. Universidad Internacional de Andalucía. España.

. Esade. 1998. La competitividad turística del Municipio. Estudios de Gestión Turística. Nro. 3. España.

. Fundación Génesis. 2000. “Plan de Desarrollo Local del Distrito de Villarino. Diagnóstico de situación y Propuesta de trabajo”.

. García Delgado, D. (comp.) 1997. “Hacia un nuevo modelo de gestión local – Municipio y sociedad civil en Argentina”. FLACSO. Buenos Aires.

. Gorestein, S. y Burachik, G. 1998. “Nuevos enfoques en las políticas territoriales. Primeras evidencias en la Pcia. de Buenos Aires”. En Ciudades y Regiones frente al avance de la Globalización. Gorestein, S. y Bustos Cara, R. Compiladores. Ed. Ediusns. Bahía Blanca. Argentina.

. INDEC. Censo Nacional de Población y Vivienda 1980.

. INDEC. Censo Nacional de Población y Vivienda 1991.

. Marchena Gómez, M. 1996. El desarrollo sostenible del turismo: papel del Municipio. Seminario “Desarrollo Sostenible del Turismo”. La Habana. Cuba.

. Municipalidad de Villarino. 1997. “Médanos Centenario”. Médanos.

. Municipalidad del Distrito de Saavedra. 1998. “Plan de Desarrollo Estratégico de l Distrito de Saavedra”. Pigué.

. OMT. 1997. “Previsiones del Turismo Mundial hasta el año 2000 y después”.

. Sánchez, R., Pezzola, N. y Cepeda, J. 1998. “Caracterización Edafoclimática del área de influencia del INTA EEA Hilario Ascasubi. Partidos de Villarino y Patagones. Pcia. de Bueno Aires”. INTA E.E.A. Hilario Ascasubi.

. Sili, M. 2000. “Los Espacios de la Crisis Rural. Geografía de una Pampa Olvidada”. Ediusns y Fundación Génesis. Bahía Blanca. Argentina.

. Sili, M. 1996. “Crise et Recomposition du Monde Rural de La Pampa”. These de Doctorat en Développement Rural. Universidad de Toulouse. Francia.

. Vera, F. y otros. 1997. “Análisis territorial del turismo”. Ed. Ariel. España.