



2

“El turismo como excusa”. La (re)articulación del territorio a través del turismo rural comunitario en los Valles Calchaquíes de Salta (Argentina)*

“Tourism as an Excuse”. The (re)articulation of the Territory through Community Rural Tourism in the Valles Calchaquíes de Salta [Argentina]

Carlos Roberto Cáceres¹

* Recibido em: 07.03.2020.
Aprovado em: 21.05.2020.

¹ Magíster en Políticas Ambientales y Territoriales por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Licenciado y Profesor en Geografía por la Universidad Nacional de Luján (UNLu). Doctorando en Ciencias Sociales y Humanas por la UNLu. Becario doctoral del CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas). Docente e Investigador en el departamento de Ciencias Sociales de la UNLu. Investigador en el GIEPEC (Grupo Interdisciplinario de Estudios del Paisaje; Espacio y Cultura) radicado en el Instituto de Investigaciones Geográficas de la UNLu. Correo electrónico: carlos.r.caceres@hotmail.com

Resumen: En el sur de los Valles Calchaquíes de la provincia de Salta, han surgido recientemente modalidades alternativas de turismo que, como toda práctica social, han generado transformaciones en la dinámica socio-territorial. Interesa en este trabajo analizar las características que adquiere el turismo rural comunitario en esta región de Argentina. Específicamente se abordará el caso de la Red de Turismo Campesino (RTC), cuya gestión comunitaria se presenta como una alternativa al desarrollo y, consecuentemente, genera una (re)articulación de las familias campesinas, aquellas que el sistema había excluido. Particularmente, se analizarán las representaciones que poseen los campesinos respecto al “turismo como excusa”, en relación al mercado del trabajo y el mejoramiento de las condiciones de vida. Asimismo, interesa abordar cómo el territorio se revaloriza turísticamente y cómo este nuevo actor social lo promueve, resignificando las prácticas socio-productivas en el espacio rural mencionado.

Palabras clave: Turismo rural comunitario. Red de Turismo Campesino. Salta. Desarrollo

Abstract: In the south of the Calchaquíes Valleys of the province of Salta, alternative forms of tourism have recently emerged which, like all social practices, have generated transformations in the socio-territorial dynamics. It is interesting in this work to analyze the characteristics that rural community tourism acquires in this region of Argentina. Specifically, the case of the Rural Tourism Farmer (RTC) will be addressed, whose community management is presented as an alternative to development and, consequently, generates a (re) articulation of rural families, those that the system had excluded. In particular, the representations that peasants have regarding “tourism as an excuse” will be analyzed, in relation to the labor market and the improvement of living conditions. Likewise, it is interesting to address how the territory is revalued in terms of tourism and how this new social actor promotes it, resignifying the socio-productive practices in the aforementioned rural space.

Keywords: Rural community tourism. Rural Tourism Farmer. Salta. Development

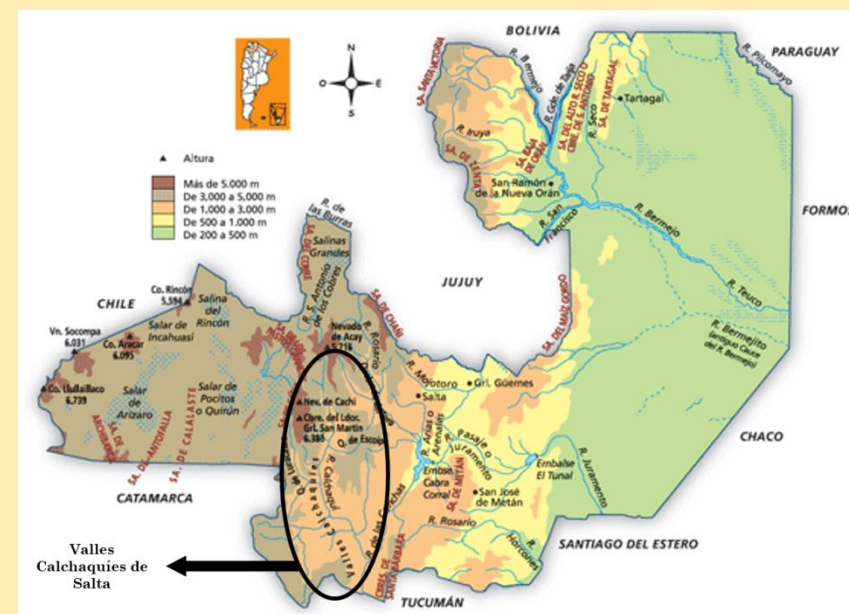
² Una aclaración que resulta necesaria incorporar aquí, tiene que ver con el empleo de la idea de comunidad por parte de los socios de la RTC. En los distintos materiales consultados (audiovisuales, textos elaborados por la comisión directiva -y su asesor técnico-) y también en las distintas entrevistas realizadas, los campesinos del valle Calchaquí de Salta, asocian la idea de comunidad con aquellos parajes o poblados en los que viven los distintos socios del emprendimiento y en donde se desarrollan las diversas actividades del turismo campesino que promocionan. De esta manera, cuando los miembros de la RTC (a través de las entrevistas y en los videos publicitarios o los documentos elaborados por ellos) se refieren a “comunidades”, estarán haciendo alusión a los grupos que habitan cada paraje que compone el territorio de acción de la Red.

El Neoliberalismo imperante, ha generado fuertes transformaciones en las estructuras territoriales (urbanas y rurales), provocando el surgimiento de nuevos grupos sociales y, consecuentemente, nuevas tendencias territoriales. Paralelamente a ello, el territorio es revalorizado en las distintas escalas, ya sea como objeto de estudio o como instrumento de políticas de desarrollo. En efecto, será como consecuencia de tales reestructuraciones del capital, que surgen distintos movimientos locales en respuesta a los efectos que traen aparejado esas transformaciones. Uno de ellos los integran las organizaciones sociales de base comunitaria, que promulgan un desarrollo socio-territorial genuino. De hecho, este es el marco que contextualiza el surgimiento de la Red de Turismo Campesino (RTC) en el valle Calchaquí de Salta.

Ubicados en el noroeste de la República Argentina, los valles Calchaquíes, constituyen una depresión geológica que se extienden en sentido norte-sur a lo largo 520 km y ocupan el oeste de Tucumán; la porción noreste de la provincia de Catamarca y en Salta, se ubican al centro-este de la provincia y coinciden en parte con los departamentos de La Poma, Cachi, Molinos, San Carlos y Cafayate (ver Figura 1). Según el último censo, la población del conjunto de estos departamentos ascendía a 36.571 habitantes (representando al 3 % de la población provincial). A su vez, el caso de turismo rural comunitario de la RTC, se despliega en términos territoriales, en 6 (seis) comunidades² rurales del departamento de San Carlos y en 3 (tres) en el departamento de Cafayate (volveremos sobre esto más adelante). La población aquí asentada se asume con una “identidad

vallista”, mezcla de culturas criollas y originarias que se remontan al período precolombino, principalmente a la comunidad diaguita-calchaquí (ARQUEROS y MANZANAL, 2004).

Figura 1 – Localización de los valles Calchaquíes de Salta



Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo de Salta

Las actividades económicas de los Valles Calchaquíes de Salta están basadas fundamentalmente en la producción agropecuaria (con serias limitaciones respecto a la disponibilidad de agua) y el turismo. Las actividades agropecuarias tienen una historia importante en la zona; entre los productores la mayoría cuenta con explotaciones de tipo familiar (con diferente grado de capitalización) y combinan la producción agrícola y ganadera para el autoconsumo con la producción de cultivos comerciales. Entre las producciones regionales podemos encontrar la cría para uso múltiple de ganado



caprino y ovino. Asimismo, dentro de la producción agrícola bajo riego, podemos encontrar al cultivo de la vid para la elaboración de vinos, a la siembra de forrajeras, aromáticas como el pimiento para pimentón, comino, anís, el cultivo de tomates y cebollas y variedades diversas de frutales. El turismo también tiene una presencia relevante desde comienzos del siglo XX, especialmente al Sur de los Valles Calchaquíes, donde la localidad de Cafayate comenzó a ser visitada con fines turísticos. Recientemente, ésta y otras localidades del Valle también han recibido a turistas atraídos por nuevos productos ligados a lo rural y a lo agropecuario, como la ruta y el museo del vino (CÁCERES, 2016), el turismo gastronómico regional y también por el turismo rural, de contacto con la vida campesina (como el que aquí desarrollaremos).

Este trabajo estará organizado de la siguiente manera: en un primer apartado, se realizará una aproximación conceptual respecto del turismo rural, seguido de un apartado en la que se explicita los sustentos teóricos y alcances del turismo rural comunitario. En el apartado número tres, se discute en términos generales la política turística comunitaria en Argentina y, en particular, en la provincia de Salta. Ya en el apartado cuatro, se indagará en el proceso de organización de la RTC, la cooperativa agroturística que es objeto de este artículo. Inmediatamente, se conocerán los atractivos turísticos que esta organización comunitaria, ofrece para su práctica turística campesina. A continuación, analizarán los alcances de esta modalidad turística en el valle Calchaquí, haciendo especial hincapié en el desarrollo local (y comunitario). Por último, se esbozarán

algunas reflexiones en relación a este proceso de (re)articulación de los poblados rurales (muy distantes entre sí) a través de este emprendimiento de turismo comunitario. Éste será, a su vez, un cierre que invite a nuevas reinterpretaciones del caso aquí analizado. En términos metodológicos, para este trabajo se sistematizaron varias fuentes primarias y secundarias, como entrevistas a campesinos socios de la RTC, asesor técnico en terreno y distintos funcionarios del ámbito local y provincial (realizadas entre agosto de 2010 y julio de 2017). Estas entrevistas se realizaron en más de una oportunidad, debido a que la RTC era un emprendimiento reciente y como tal, las transformaciones a su interior eran también muy dinámicas. A su vez, estas actualizaciones de las entrevistas buscaban captar la voz de los distintos actores, que razones de distancias entre los poblados y dificultades en el transporte, no siempre estuvieron presentes en las asambleas o en las jornadas de capacitación. Además, se han analizado documentos (folletería, DVDs, revistas de turismo) para dar cuenta de los aspectos sobre los que se pone el acento al promocionar esta propuesta que se presenta novedosa en el panorama turístico local.

El contexto: acerca del turismo rural

En la actualidad asistimos a un proceso de revalorización de lo rural por parte de los sujetos urbanos. La necesidad de implementar otras (nuevas y variadas) alternativas productivas no agropecuarias en el territorio rural conllevó a una organización diferente del mismo.



Así el espacio rural se torna complejo, variante, con nuevas realidades sociales que tienen su impronta territorial. En efecto, el mundo rural se (re)territorializa y se funde en un mar de escalas; redes y sectores sociales, que le imprimen una realidad cambiante y diferente a las imágenes tradicionales o naturalizadas de los espacios rurales.

Precisamente, aquellas transformaciones recientes de los espacios rurales marcan el surgimiento de lo que algunos especialistas denominan “Nueva Ruralidad”. Así, desde varias disciplinas académicas, se ha intentado dar cuenta de estos cambios. Resulta necesario aquí un breve acercamiento a esta categoría debido a que la práctica del turismo rural comunitario (como el caso que aquí analizaremos) viene a diversificar las actividades tradicionalmente asociadas a ámbitos rurales, bajo una ‘revalorización romántica de lo rural’ (PÉREZ, 2001). Existe un cierto consenso en considerar que la Nueva Ruralidad, está asociada a un proceso de “des-agricación del espacio rural”, en relación al incremento de las actividades no-agrícolas (como áreas de segunda residencia; multiplicidad laboral; emprendimientos turístico-recreativos, etc.) (LLAMBÍ INSUA y PÉREZ, 2007; TEUBAL, 2001). Paralelamente, estas nuevas actividades rurales traen consigo el surgimiento de nuevos actores sociales que transformaron la base social del espacio rural, pudiendo desencadenar situaciones de empobrecimiento e incluso desaparición de los tradicionales actores del medio rural. Ciertamente, este es el contexto en el que se inscribe el caso que se analizará en este artículo.

Las nuevas prácticas sociales vinculadas al consumo de lo “natural” (CASTREE, 2003; CORDERO ULATE, 2006) y lo cultural (URRY, 1996), en relación directa con la nueva ruralidad y, además, a las recurrentes crisis del sector agropecuario, han propiciado y contextualizado el surgimiento de la actividad turística en áreas rurales. En este sentido, los pobladores agropecuarios comienzan a visualizar en el turismo rural una salida alternativa a la crisis sectorial y, deseosos de superarla, se incorporan en la actividad turística con bajos costos de iniciación (TRONCOSO, 2003) e incluso, en algunos casos, se lanzan a ella con el objetivo de detener la desaparición de pueblos rurales.

El antropólogo español Agustín Santana Talavera (2002) considera que el Turismo Rural (en adelante TR) se caracteriza por definir el estilo de vida rural como un atractivo turístico más. Esto es, al crear estereotipos e idealizaciones de aquel modo de vida cargado de representaciones subjetivas de los ambientes rurales (la independencia, salud, contacto con la naturaleza, tranquilidad y conservación del patrimonio cultural), claramente enfrentados con la vida urbana (SANTANA TALAVERA, 2002). En efecto, la creación de imágenes del mundo rural para su promoción como atractivos de ese espacio, tiene su base en la dicotomía campo-ciudad, en donde se atribuye al primero valoraciones positivas respecto del modo de vida, sumido en un entorno natural, muy distinto al de la ciudad de donde provienen los turistas y de donde surgen esos estereotipos. A esto mismo, Verbole (2002) llamó “imaginario rural” y que quienes participan de un emprendimiento turístico toman para



comercializarlo. Así, la “idea de ruralidad”, se construye y promociona en y desde la ciudad (POSADA, 1999), al generar prácticas que (re)valorizan su supuesta condición de “refugio” de naturaleza intocada (DIEGUES, 2000), pero también como un refugio de tradiciones, prácticas y costumbres rurales. En definitiva, se trata de un “depósito o reservorios donde encontrar valores que han sido arrasados por la urbanización e industrialización modernas” (TRONCOSO, 2003, p. 3)

Este “renacimiento del espacio rural” asociado al TR, en ocasiones viene de la mano de las elites dominantes que (re)valorizan ciertos rasgos (tangibles e intangibles) de la vida del campo y lo anexan al conjunto de atractivos. Así, se elaboran desde el aparato gubernamental y económico local proyectos tendientes a “recuperar” aquellos bienes culturales, inmuebles en desuso o infravalorados para colocarlos dentro de la “rueda” de la actividad turística y que ello represente márgenes de ganancia en el mediano o corto plazo. Tales proyectos, se promueven desde los municipios rurales y desde grupos inversores, como una suerte de camino al desarrollo local.

Turismo rural comunitario: entre las definiciones, procesos y alcances

Es amplia la literatura existente respecto al Turismo Rural Comunitario (en adelante TRCo). Sin embargo, no se logra confluir en una definición concreta y de carácter universal debido a que es un

concepto “amorfo”- aún en construcción - que elude los intentos de una definición sólida (SINGH; TIMOTHY y DOWLING, 2003). Se trata ésta de una sub-modalidad del TR que tiene su auge hace apenas unas décadas. Hay que destacar que las formas de definirlo tienen un carácter propositivo que expresan un conjunto de ideales o anhelos, antes que constituir resultados de análisis de situaciones concretas. En términos de Goodwin y Santilli (2009), el TRCo se ha caracterizado por su flexibilidad teórica y se utiliza sin rigor claro. Plantean que el hilo conductor de los proyectos comunitarios ha estado centrado en la conservación del ambiente y el desarrollo socio-económico, principalmente, en alrededores de áreas protegidas. Esta sub-modalidad turística centra sus bases en la premisa de la conservación y en la participación activa de los residentes locales en el desarrollo de proyectos comunitarios. El éxito de estas propuestas tiene beneficiarios directos: la misma comunidad de la cual emana el proyecto turístico (GOODWIN y SANTILLI, 2009). En efecto, el TRCo se presenta como una modalidad con ideas contrarias al turismo llamado convencional (o masivo). Promueve un turismo administrado por las comunidades, un gobierno participativo, proactivo y en donde la redistribución de los beneficios excede a los miembros que participan en el emprendimiento. Situación totalmente opuesta a lo que ocurre con el turismo de masas, en la que los beneficios para los residentes locales caen como “gotas desde arriba” (SCHEYVENS, 2003).

Como vimos, muchas son las lecturas que indican que este tipo de práctica se caracteriza por potenciar (y demandar) que los



actores locales muestren un fuerte interés proactivo en la gestión de los proyectos turísticos comunitarios. Ahora bien, podríamos plantearnos los siguientes interrogantes: ¿qué se entiende por desarrollo turístico comunitario? ¿de qué elementos está compuesto? ¿qué nuevos roles han asumido las comunidades en el contexto de la refuncionalización del espacio rural? ¿cómo resulta la dinámica campesina frente a estos nuevos roles y actividades? ¿basta con la participación local para alcanzar el desarrollo?

Para tratar de responder a esos interrogantes, recurrimos a la obra que Telfer (2003) llamó “*Development issues in destination communities*”. En ese artículo, el autor sintetiza que no existe una definición final del desarrollo, sino sólo sugerencias de lo que él mismo debería implicar en contextos particulares. Así, entiende que el desarrollo debe contar con transformaciones estructurales en ámbitos asociados a la política, la cultura, lo social y la economía. Plantea que el TRCo podría generar un tipo de Desarrollo Alternativo, debido a que el turismo sigue siendo recomendado por las entidades gubernamentales; promovidos por organismos privados y por asociaciones sin fines de lucro, básicamente por su ‘bondad’ como agente de desarrollo.

Telfer (2003), entiende al Desarrollo Turístico Comunitario como resultado de la conjunción de cinco variables, de las cuales cada una es subsidiaria de la otra. Esto es, son interdependientes. Tales variables son: (1) Empoderamiento; (2) Participación; (3) Colaboración; (4) Capacidad comunitaria y (5) Cambio comunitario. Este desarrollo alternativo, tiende a centrarse en: (i) las necesidades

básicas de la sociedad; (ii) el ambiente; (iii) la capacitación y participación de la población local; (iv) el desarrollo sostenible; (v) los aspectos fundamentales del empoderamiento de la población local; (vi) la autonomía y (vii) la justicia social. En suma, esta alternativa del desarrollo, conjuga estrategias de políticas turísticas que subrayen la pequeña escala (emprendimientos locales), la participación comunitaria, el cuidado del ambiente y la sostenibilidad cultural, a lo que otros autores suman aspectos étnicos y de género.

Tal como acabamos de mencionar, una de las dimensiones del desarrollo lo representa la idea del empoderamiento, pero éste no es una categoría que se pueda definir con mucha facilidad. Paradójicamente, es un término que se utiliza muy a menudo por diversos organismos sociales y bajo distintos objetivos políticos. Regina Scheyvens (2003), marca cuatro dimensiones del empoderamiento (ver Tabla 1) y señala que son ellas las caras del desarrollo. No representan un tránsito escalonado hacia el desarrollo (es decir que no son evolucionistas), sino que puede en algunos emprendimientos turísticos se den ciertas mejoras en términos sociales o políticos, por ejemplo, y otras dimensiones muestren atrasos. Cada avance en las dimensiones del empoderamiento es importante y aporta al desarrollo global del emprendimiento turístico comunitario. Ahora bien, podríamos también pensar qué sucede cuando el grupo comunitario (o a nivel individual) alcanza niveles elevados de poder y qué cambios en la estructura organizativa del grupo, se producen. Por otra parte, ¿qué se hace con el poder generado? Al respecto, existen aún muchos grises, debido al tiempo



reciente que llevan desarrollándose este tipo de emprendimientos de TRCo. Es decir, en algunos casos son muy recientes como evaluar

apresuradamente, las transformaciones que el empoderamiento, como elemento del desarrollo, ha generado.

Tabla 1: Dimensiones del Empoderamiento

Dimensión del Empoderamiento	Características
Empoderamiento Económico	Hace referencia a la permanencia de la diversificación en términos de opciones de supervivencia e ingresos. Además se debe propagar los beneficios económicos obtenidos por la práctica turística a toda la comunidad.
Empoderamiento Social	Se alcanzará cuando se logre una cohesión efectiva y se consolide la participación en el turismo. Resultará en un empoderamiento social, cuando las ganancias se utilicen para financiar proyectos de desarrollo social, identificados por la comunidad, tales como sistemas de abastecimiento de agua o clínicas de salud, en el área local. Contrariamente, puede ocurrir un “desempoderamiento social”, si el turismo resulta en la delincuencia, mendicidad, desplazamiento de las tierras tradicionales, la pérdida de autenticidad o prostitución, etc.
Empoderamiento Psicológico	Se debería de alcanzar en una comunidad cuando logra confiar en su capacidad para participar equitativa y efectivamente en turismo. Proponiendo, planificando y gestionando la práctica. Así, se fortalece la autoestima de la comunidad y de aquellos que logran un papel pro-activo en la toma de decisiones.
Empoderamiento Político	Se logra cuando los miembros de la comunidad, políticamente fortalecidos, participan en turismo y sus voces y preocupaciones guían el desarrollo de cualquier iniciativa turística viable en la zona. Es necesario advertir, la presencia de distintos grupos sociales al interior de cada comunidad con intereses antagónicos. Se logrará el empoderamiento político siempre que se trabaje democráticamente con aquellos intereses distintos y se acomoden a los intereses de la mayoría. Para ejercer control sobre el desarrollo del turismo en la comunidad, quizás sea necesaria la participación en otras organizaciones regionales, con el fin de “custodiar” de cerca los recursos turísticos de la comunidad y reclamar siempre que esta forma de hacer turismo, sea contraria a los intereses comunales.

Fuente: Elaboración propia en base a Scheyvens (2003)

En efecto, este tipo de modalidad turística dentro de la oferta de los espacios rurales permitiría una participación efectiva de distintos actores sociales (en muchos casos descendientes de pueblos originarios), que se incorporan a la actividad turística con fines de complementar sus ingresos tradicionalmente acotados en el calendario anual. Es decir, no buscan en el TRCo el sustento diario sino un complemento económico, al mismo tiempo que les permita continuar con sus actividades cotidianas de campesinos. Así, este tipo de emprendimientos buscaría beneficiar a las familias más

desfavorecidas del ámbito rural, promocionando como atractivos turísticos a aquellos recursos naturales locales, revalorizando lo tradicional, lo cotidiano y lo cultural. No obstante, es necesario destacar, como ya se dijo, el carácter propositivo de estos ideales. Constituyen objetivos o aspiraciones de quienes a su cargo la gestión y/o participan de este tipo de emprendimientos turísticos, que puede que la realidad contradiga sustancialmente. Serán estos ideales los que se buscarán contrarrestar o afirmar, cuando analicemos el caso de la Red de Turismo Campesino de Salta.



Acerca del turismo rural comunitario en Argentina y Salta

En la última década del siglo pasado, se pusieron en práctica en Argentina distintas medidas económicas que posibilitaron el desmantelamiento de las políticas públicas de carácter universal. Fueron muchas las familias rurales que se han visto perjudicadas por las medidas económicas gubernamentales y, consecuentemente, han comenzado un proceso de migración hacia las cabeceras de provincias o zonas más prósperas. Otro de los resultados de esta declinación de las actividades primarias fue el incremento de familias empleadas en tareas no agropecuarias (TRONCOSO, 2003) por ejemplo, en actividades de servicio como la del turismo en espacios rurales.

De esta manera se asume que la crisis del sector agropecuario, producto de la puesta en práctica de las políticas neoliberales, dio impulso a la actividad turística en espacios rurales. En algunos casos, esta medida se fue convirtiendo gradualmente, en unas de opciones adoptadas por los dueños de los predios, capaz de permitirles mantener sus establecimientos (ROMÁN Y CICOLELLA, 2009). Contrariamente a esto, fueron surgiendo otros actores sociales no agropecuarios que, vislumbrando las posibilidades de un negocio en expansión, se fueron incorporando a esta práctica turística. En suma, son dos grandes grupos los que gestionan esta actividad en Argentina: los que la situación socioeconómica y política (en definitiva, el contexto) “los empuja” a ello y aquellos grupos más acomodados de

la sociedad, que ven un nicho de creciente rentabilidad en el espacio rural con fines turísticos y hacia allí dirigen sus inversiones. Esto se articula con el renovado interés por lo rural desde el punto de vista turístico. Así, se inicia un proceso de (re)valorización del espacio rural como destino turístico por propios y extraños, que tiende a aquella idea que “lo natural, lo auténtico, lo puro o lo personal serían algunos de los factores que sólo podrían hallarse en el mundo rural” (POSADA, 1999, p. 67).

En sintonía con ello, recientemente en la provincia de Salta se han multiplicado las propuestas turísticas para su disfrute, reforzando su lugar central entre los principales destinos a escala nacional. Esta diversidad de posibilidades de consumir turísticamente el territorio salteño está asociada a la (re)valorización turística de las yungas en el este de la provincia; sectores de la puna salteña (tal es el caso de Tolar Grande), el circuito tradicionalista y folklórico de los Gauchos de Güemes hacia el sur de la provincia, entre otros. Todos estos nuevos recorridos se suman a los destinos ya consolidados como la ciudad de Salta; Iruya; San Antonio de los Cobres (asociado al Tren a las Nubes); Cachi y Cafayate (en el valle Calchaquí). Consecuentemente, esta multiplicación de propuestas turísticas en Salta, está asociada a fuertes adecuaciones territoriales en respuesta a las nuevas demandas de los turistas que llegan a la provincia. De hecho, la política turística provincial busca resaltar la idea de que Salta cuenta con un territorio diverso, capaz de ofrecer un sinfín de oportunidades para realizar distintas actividades turísticas. Esta diversificación de opciones para el consumo turístico del territorio



salteño va acompañada de propuestas novedosas, tal es el caso del TRCo ofertado por la Red de Turismo Campesino (en adelante RTC).

El turismo comunitario en Salta viene acompañado de un fuerte impulso que desde Nación se viene desarrollando como por ejemplo con la creación en 2006, de lo que en la actualidad constituye la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATuRC). En relación a la planificación del turismo comunitario en Salta, es importante mencionar tres aspectos: (i) En 2011, se crea un área de turismo comunitario dentro del organigrama del Ministerio de Cultura y Turismo de la provincia de Salta (en adelante MinCulTur). Esto implica reconocer y destinar esfuerzos y recursos a una forma de hacer turismo que no era la predominante ni prioritaria a nivel provincial. (ii) Por otro lado, la cuestión del turismo comunitario es incluida en el Plan Estratégico de Turismo Salta SI + (2010-2020). El plan consta de varios programas generales concebidos para desarrollar una temática específica con presencia en distintos destinos del territorio provincial, entre estos programas se encuentra el de TRCo. Asimismo, el mismo plan estratégico prevé otras herramientas de planificación para atender a esta modalidad turística: “se propone la elaboración de un Plan Estratégico de Turismo Comunitario, donde (...) sean los propios pueblos originarios quienes desarrollen sus contenidos y prioridades de aplicación” (Gobierno de la provincia de Salta, 2012, p. 95). (iii) Por último, en 2013 desde el MinCulTur se crea una reglamentación especial para esta modalidad turística, se trata de la Resolución N° 195/2013 (CÁCERES, TRONCOSO y VANEVIC, 2013).

Así, la política turística comunitaria es entendida como un encadenamiento de lazos de responsabilidades entre el Estado y las distintas comunidades locales, que paulatinamente se han ido volcando a este tipo de emprendimiento. En efecto, el Ministro de Turismo de la Nación entiende que,

el turismo rural comunitario es gestionado en el marco de la cosmovisión y procesos de las comunidades indígenas y campesinas bajo los principios de respeto, participación, equidad, autodeterminación y conservación del patrimonio, y según el paradigma del comercio justo y el turismo responsable. Ello exige una fuerte presencia y acompañamiento del Estado en su rol de facilitador y coordinador, tanto en los procesos endógenos de desarrollo turístico de las comunidades, como también en las actividades estratégicas que garanticen mejoras en las condiciones de vida locales (MINTUR, 2012, p. 13).

Este impulso al turismo rural se suma a distintas iniciativas con el fin de reconocer los derechos de las comunidades originarias. Esto propició la conformación de comunidades étnicas formalmente reconocidas, así como diversas experiencias colectivas, entre ellas algunas orientadas al ofrecimiento de servicios turísticos. De esta manera, la RATuRC promueve la autogestión de las familias originarias y campesinas. A su vez, se pretende que cada emprendimiento comunitario, en los primeros años de trabajo, sea dirigido en forma mixta: (i) por los socios de la organización comunitaria de turismo y (ii) por asesores técnicos, provenientes de organismos públicos estatales. Esto es así debido a que la RATuRC tiene objetivos específicos como, por ejemplo, el acompañar la



gestión local del turismo comunitario, desde la facilitación técnica de procesos en terreno y la generación de estrategias específicas de promoción y comercialización del producto turístico. Una vez generado el empoderamiento de la comunidad y que el proyecto cobre fuerza, supone el retiro del saber experto. Es decir, que los técnicos en terreno, actúan como una suerte de “puente” entre los organismos de gobierno y la comunidad. Dentro de sus tareas está generar encuentros o talleres entre referentes de los gobiernos locales, provinciales y nacionales con los miembros de las comunidades, en un marco que incentive la planificación participativa, instancias de capacitación de los residentes locales y se promueva la autonomía del emprendimiento y se genere un trabajo en red con las otras experiencias de TRCo (ROMÁN y CICCOLELLA, 2009; CÁCERES, 2016).

Acerca del proceso de organización de la RTC de los valles Calchaquíes de Salta

La crisis de las actividades tradicionales en la zona, la iniciativa de algunos programas de desarrollo rural y el interés del turismo en propuestas de TRCo enmarcarán el contexto en el que a fines de 2008 permitió el surgimiento de la Red de Turismo Campesino en el sur de los Valles Calchaquíes Salteños (RTC). Esta organización está integrada por casi 50 familias de campesinos y artesanos interesados en desarrollar el turismo rural comunitario. La RTC despliega su oferta de servicios turísticos, en 9 (nueve) parajes eminentemente rurales del Valle Calchaquí y muy distantes entre sí,

correspondiéndose con los poblados de Santa Rosa, Payogastilla, La Merced, El Barrial, Corralito y San Antonio de Animaná (todos distribuidos en el departamento de San Carlos) y San Luis de Chuscha, El Divisadero y Las Conchas, pertenecientes al departamento de Cafayate (ver Figura 2).

Si bien la RTC se consolida como cooperativa agroturística al alcanzar su Personería Jurídica en diciembre de 2008, los socios mantuvieron reuniones organizativas desde 2004. No obstante esto, será necesario retrotraernos unos años atrás para analizar el contexto social y productivo del Valle, para lograr conocer los inicios de esta organización comunitaria. Es el año 2002 en el que comienzan a tener presencia en los Valles Calchaquíes, varias instituciones de escala provincial y nacional, a través de reuniones informativas sobre la tenencia de la tierra, el manejo de agua para riego, capacitaciones, asesoramiento legal y productivo, asistencia técnica y financiamiento de obras comunitarias. Entre las instituciones gubernamentales, estaban presentes el Programa Social Agropecuario (PSA); el Proyecto de Desarrollo de Pequeños Productores agropecuarios (PROINDER, dependiente del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Nación) y el INTA. Además, en algunas oportunidades, intervino en las reuniones de capacitación campesina una organización de base local denominada Red Valles de Altura (RedVa). Estas dependencias oficiales generaron un espacio de debate y organización intercomunitaria, denominado “Encuentro Zonal” (en adelante, EZ). Será entonces en estos EZ en donde cada paraje envía a un delegado representante (elegido por los miembros



de cada poblado) al lugar donde se desarrolle tal Encuentro, para que discutan y se capaciten en cuestiones referidas a la producción. De este espacio se desprende una nueva mesa de diálogo interesada en el desarrollo de la actividad turística en este sector de los Valles. En una entrevista personal en el pueblo de San Carlos con un artesano de la madera, quien supo ocupar un cargo de gestión en los primeros años de la RTC, menciona que

en realidad, el trabajo del PSA se vino dando de manera natural aquí. Ellos implantaron un modelo de trabajo en las comunidades, de reuniones comunitarias y cada comunidad elegía a un delegado, y esos delegados nos encontrábamos en San Carlos, como “Encuentro Zonal”. Esos delegados de cada comunidad, planteaban distintas problemáticas, avances y todo lo que sea con respecto a la comunidad. Es así, que una comunidad pide que dirijan una nota al PSA solicitando un apoyo para revisar el tema turístico (artesano de la madera, San Carlos).

Figura 2 – “Despliegue territorial de la RTC”



Fuente: Red de Turismo Campesino

En suma, estas reuniones permitieron, por otra parte, el surgimiento de Asociaciones o Cooperativas de Trabajo comunitario que nuclean a los productores vallistas en un tipo de organización de base, tendientes a resolver los problemas locales con iniciativas también locales. Es decir, que las decisiones “externas” no se apliquen en este territorio sin antes someterlo a discusión y debate en



los ex-Encuentros Zonales hoy Asambleas, al tiempo que desde la misma organización puedan emanar posturas, propuestas, etc.

De esta manera, vemos que la cuestión del turismo fue puesta en la mesa de trabajo por parte de los mismos campesinos. Es decir, la idea de trabajar en turismo no fue impuesta en el territorio como planes de Desarrollo desde la órbita Estatal. Así, esta modalidad turística comunitaria fue concebida para ser coordinada por un asesor técnico en terreno (en este caso proveniente del PSA), buscando ser un facilitador, para que la organización logre alcanzar niveles de autonomía crecientes. Esto es, que consiga autogestionarse, para que el técnico del Estado pueda retirarse y la organización de base comunitaria y campesina “pueda caminar sola” (RTC, 2009). Este asesoramiento de la experiencia comunitaria ha servido para que otros emprendimientos logren tener presencia ininterrumpida de un técnico en terreno, que trabaje mancomunadamente, que proponga, pero, según señalan desde la RTC, (sobre todas las cosas) que escuche lo que los propios campesinos e indígenas tienen para decir. Eso lo vuelve participativo, horizontal y les permite planificar sus actividades (RTC, 2009).

En una entrevista personal a quien fuera el primer presidente de la RTC, cuando fue consultado respecto a la gestión de este emprendimiento de turismo comunitario en esta región de los Valles Calchaquies, sostuvo:

mi política siempre ha sido no tomar decisiones sin el consentimiento de los demás. Entonces yo, como presidente, no asumo toda la

responsabilidad, siempre voy con el consejo y si nos equivocamos nos equivocamos todos. Creemos que el trabajo democrático dentro de la RTC es muy valioso porque permite que todos estén bien informados, que todos seamos partícipes. La gestión campesina no la realiza uno, sino que en forma conjunta: algunos son más callados, otros opinan menos, otros me dicen que diga tal cosa, etc. (Socio fundador de la RTC, San Carlos).

Existe fe en el éxito del proyecto cuando se origina de forma comunitaria. Así, un socio fundador señala que bajo estas condiciones el proyecto se extiende en el tiempo, mientras que aquellos que surgen por iniciativa del Estado o una ONG, se “cae” al poco tiempo. Sostienen además que este tipo de emprendimiento comunitario no busca enriquecimiento de los campesinos, esto es una experiencia que complementa sus ingresos derivados de la actividad agropecuaria. Así, concluye que,

siempre hemos tenido en claro que **el objetivo no era buscar la plata**. El objetivo era armar un emprendimiento porque después la plata viene sola y sobre todo cuando un proyecto viene desde arriba (armado desde un Estado u ONG) se pierde y se cae, te podría decir que el 90 % de los proyectos se caen, pero cuando el proyecto nace desde la base, después de haber arribado el financiamiento es muy probable que dure, como es el caso de la Red de Turismo Campesino, **cuando un proyecto sale de la gente, dura** (Artesano de la madera, San Carlos, énfasis agregado) (resaltado del autor).

Por su parte, en términos del asesor técnico, la RTC como organización de base campesina y territorial busca crear una oferta comercial de servicios y productos que generen trabajo, oportunidad,



“dignidad y respeto desde la mirada campesina y pensada para un mercado viajero con valores éticos y perfil no masivo” (RAGNO, 2009, p. 4).

Otro de los socios fundadores de la RTC, menciona en una entrevista personal que este período (2002/4-2008) es considerado de “Informalidad de la Red”, aunque sostiene que este momento fue necesario para capacitar, pero también descartar a aquellos que entendían al turismo desde la óptica comercial, con un fuerte sesgo individualista y no con fines comunales. Así, quien ocupara un cargo jerárquico en el comienzo de la RTC define que esta perspectiva de entender al turismo representa un proyecto de vida. Y sostiene que

Antes de recibir turistas, fueron tres años de trabajo con teoría no tanto para aprender teoría, sino para filtrar a aquel que no entendiera que **este es un proyecto de vida**. Hay que tener convicción para trabajar en turismo. Por eso, desde el 2005/2006 fueron muchos años de trabajo y de charlas (Socio fundador, artesano en madera del Paraje San Carlos, énfasis agregado). (resaltado del autor).

Respecto a las capacitaciones que han recibido los campesinos cuando se estaba conformando la RTC, se desarrollaron desde 2004 en adelante y, en palabras de quien fuera su primer presidente, en principio siguieron las siguientes líneas: (i) Conservación del patrimonio arqueológico-cultural; (ii) Recuperación de comidas tradicionales autóctonas y (iii) Cursos de primeros auxilios. En relación al tema de la capacitación, en uno de los primeros materiales de promoción audiovisual de la RTC (2007),

una campesina del Paraje El Divisadero expresaba que “cada vez que vamos hay cosas nuevas, que nos enseñan, nos dieron cursos para preparar las comidas, cómo preparar camas, de todo”. Otra de las cuestiones que enorgullece a quienes gestionan este emprendimiento comunitario es que los primeros capacitados, hoy son los que capacitan a otros socios, ya no en términos de modalidades turísticas, capacidad de carga de los alojamientos familiares, sino en distintas terminaciones y presentación final de las artesanías que se pondrán a la venta en el local central que la RTC posee en San Carlos.

La Red de Turismo Campesino: nuevos atractivos culturales en Salta

La existencia de la RTC viene de la mano de nuevos atractivos turísticos para el destino. La red y otros actores han promocionado varios de ellos. En una publicación reciente del Ministerio de Turismo de la Nación, se indica que los viajeros pueden en este lugar vivenciar la vida campesina de cerca y experimentar la cotidianidad del campo, instalando la idea de lo vivencial de esta experiencia turística. De este modo, la RTC en su página web indica que su propuesta se basa en productos artesanales de origen campesino e indican que su oferta turística está compuesta por

Jornadas campestres, alojamiento familiar. Gastronomía típica, artesanías diversas y caminatas a través de una propuesta de turismo rural comunitario, vivencial e intercultural; en un ambiente natural de los valles semiáridos, de



fincas familiares y sencillez (...) Las charlas en familia, la elaboración de empanadas, la cocina en hornos de barro, o buscar leña, regar los frutales, sembrar pimentón podar las viñas, embotellar vino, aprender a tejer en telar o hacer cerámica, caminar por nuestras comunidades, pasear a caballo, conocer sitios arqueológicos, compartir fiestas comunitarias o simplemente admirar las estrellas o tomar mate bajo la sombra de un algarrobo; pueden ser algunas de las actividades que el viajero hace durante su estadía vivencial junto a nosotros (<http://www.turismocampesino.org/>, 2017).

Son dos las agencias de turismo responsable que tienen a su cargo la promoción de emprendimientos turísticos comunitarios desde la ciudad de Salta. En ambas, se indica que este tipo de turismo es muy activo, en términos de las actividades que los turistas pueden desarrollar en el Valle. Asimismo, sostienen que los principales atractivos con los que esta experiencia turística cuenta, son aquellos vinculados con la vida campesina, con las actividades cotidianas del campo (ver imagen N° 3). En relación a los atractivos de la RTC, una representante de la agencia de turismo responsable, expresaba en una entrevista personal, que

los campesinos te reciben en sus casas, en medio de un paisaje divino. Entonces ellos te muestran sus modos de vida y te hacen participar de las actividades, ya sea por ejemplo cocinar, preparar el pan o ver cómo el trabajo con los animales, incluso podés trabajar. Depende del lugar y de lo que ellos hagan en la región donde están. O podés ir a ver el lugar, participar, hacer caminatas o paseos cortos. Es todo bastante activo (Empresa de Turismo Responsable, entrevista personal).

Esta idea del turismo comunitario como una modalidad de disfrute 'activo', está íntimamente relacionada con lo que la RTC indica en su página web, respecto a aquellas actividades que los turistas pueden experimentar en el emprendimiento turístico. Se sostiene que el viajero que elige el TRCo, puede

aprender a cocinar platos regionales, utilizar horno de barro, conocer las tradiciones locales, cuidar un rebaño de cabras, conocer el cuidado de las viñas y la elaboración de vinos artesanales, visitar sitios arqueológicos, aprender oficios artesanales como el uso del telar o la cerámica, compartir festividades religiosas, saber las prácticas de cultivo del pimentón o algunas especias o divertirse regando las fincas a través de acequias y vertientes, preparación de la tierra, abonado, arada con tractor o con animales, moliendas, siembras y cosechas (<http://www.turismocampesino.org/>, 2017).

En una entrevista personal con quien tenía a su cargo la presidencia de la RTC, comentaba que, 'buscamos que el viajero comparta la vida cotidiana del campesino, dormir en alojamiento campesino, cosechar la uva, ordeñar la cabra, hacer pan casero, buscar leña y esas actividades que se dan en las zonas rurales' (Artesano de la madera. Paraje San Carlos). Otro de los socios la RTC, del Paraje El Divisadero, sostenía en una entrevista personal que los atractivos con los que cuenta este emprendimiento comunitario son, 'sin lugar a dudas, los paisajes de los diferentes lugares, acompañados con la infraestructura de las casas, es decir la ubicación, los materiales con la que están construidas y el diseño. Otro atractivo, también puede ser la atención de los dueños de los



lugares, que son los campesinos' (Productor agropecuario, Paraje El Divisadero). Por su parte, y aportando más información a lo que venimos trabajando en torno a los atractivos de la RTC, en una entrevista personal con quien tiene a su cargo la actual presidencia de la organización comunitaria, sostenía que 'los atractivos de la RTC son los entornos naturales donde están asentados los parajes. Pero lo que al turista le atrae son los animales, la actividad agropecuaria. Es como que se refuerza la actividad agropecuaria. Eso es lo distinto de nuestra oferta' (Socia ceramista y presidente de la RTC, Paraje Corralito).

En definitiva, la oferta de la RTC se basa en el ambiente familiar y comunitario que promueven, y los paisajes serranos. Además, "ofrece compartir lo cotidiano de las actividades o bien respeta los colores originales de la artesanía en puchos, chales y demás piezas únicas". En la presentación de otros de los socios de la organización comunitaria, se destaca el trabajo en cuero de otro socio, mencionando que: "Cada pieza es elaborada con mucha dedicación buscando una perfecta terminación y deseando una buena recepción de quien más a ser promocionado, quizás el más importante del emprendimiento turístico en esta región del Valle. Quienes gestionan este emprendimiento sostienen que el trabajo desarrollado por la RTC para generar una experiencia "distinta", con atractivos particulares, implicó el uso de reuniones tendientes a la

³ Haciendo referencia a lo artesanal de la agropecuaria. Eso es lo distinto de la RTC se presenta en la página web de la organización, a una socia y artesana del tejido que reside en el Paraje de El Divisadero, como: "Clarita es artesana del tejido en telar y en bastidor, conserva las técnicas aprendidas desde niña y mantiene el trabajo delicado que caracteriza las prendas (...). Trabaja con fibras de oveja y de llama, utiliza tinturas naturales, los hilos y las costuras o bien respeta los colores originales de la artesanía en puchos, chales y demás piezas únicas". En la presentación de otros de los socios de la organización comunitaria, se destaca el trabajo en cuero de otro socio, mencionando que: "Cada pieza es elaborada con mucha dedicación buscando una perfecta terminación y deseando una buena recepción de quien más a ser promocionado, quizás el más importante del emprendimiento turístico en esta región del Valle".

⁴ En una de las descripciones de los parajes donde viven familias socias de la RTC, en relación a la experiencia única de visitar la zona, se puede encontrar la siguiente presentación: "Se invita a conocer la finca, el cultivo del pimiento para pimentón, aprender sobre el sistema de riego tradicional, adentrarse al cuidado de la hacienda local, búsqueda de la identidad compartida entre ancianos y jóvenes, artesanos o haciendo senderismo por las serranías coloradas al pie del cerro El Zorrillo".

(<http://www.turismocampesino.org/>, 2017).

⁵ Respecto a lo agropecuario, una de las zonas promocionadas en la página web de la RTC, es la del Paraje La

recuperación del trabajo comunitario, puesta en valor de expresiones culturales como la arquitectura tradicional, la gastronomía y festividades; valoración de sitios arqueológicos y la responsabilidad en su conservación y respeto por parte de las comunidades, revaloración local del rol de la mujer como destinataria de la cultura viva y de cohesión social (<http://www.turismocampesino.org/>, 2017).

De esta manera, vemos como la RTC redefine activamente la atraktividad turística del sur de los Valles Calchaquíes Salteños, al "crear" atractivos específicos en torno a su propuesta. Así, la RTC es un actor activo en los procesos de selección de determinados aspectos físico-naturales y socioculturales del lugar, atendiendo a las demandas actuales de los turistas. Definitivamente, este nuevo actor turístico contribuye a reforzar imaginarios turísticos de "regreso a la naturaleza" y a la cultura de los espacios rurales. Efectivamente, los atractivos que la RTC integra a los ofertados en destino valles Calchaquíes de Salta, y que permite su diversificación, están asociados a lo artesanal³, lo experiencial⁴, a lo agropecuario⁵, que rescatan su carácter eminentemente campesino y ponen en valor las técnicas ancestrales de la cultura diaguita-calchaquí.



Figura 3: Nuevos atractivos de los Valles Calchaquíes de Salta: La RTC



Fuente: Fotografías propias (2018)

Como se mencionó anteriormente, el producto turístico promocionado por la RTC, pone énfasis en la cotidianidad campesina, en los rasgos culturales y el acervo de tradiciones. Pero también es valorado positivamente el paisaje natural que rodea a los emprendimientos. En uno de los primeros materiales audiovisuales con el que la RTC se da a conocer se mencionan que;

“El viajero puede quedarse aquí medio día o un día completo, cuidar la hacienda y charlar con el dueño de casa, amable y sencillo anfitrión” (<http://www.turismocampesino.org/>, 2017).

“Esta y otras obras quedan registradas en el periódico virtual Iruya.com, a través de una nota denominada “Una cooperativa de turismo construye en Salta una red de agua domiciliaria”.

En la misma, se puede encontrar una descripción de este emprendimiento comunitario en los Valles Calchaquíes y se enumeran los logros comunitarios que la RTC, ha llegado a concretar en la zona: “A través de la actividad turística o mediante gestiones institucionales, la RTC ha concretado algunas obras o actividades como, por ejemplo, mejoras en el paisaje natural que rodea a los emprendimientos. En uno de los primeros materiales audiovisuales con el que la RTC se da a conocer se mencionan que; capacitación de dirigentes campesinos; erradicación de letrinas y mejoras de vivienda. El día

domingo 28 de diciembre de 2008, se inauguró una red comunitaria de agua domiciliaria en el paraje El Divisadero” (Iruya.com, 2009).

la Red de Turismo Campesino es un producto turístico integral ofrecido por un conjunto de familias y comunidades campesinas que habitamos en los Valles Calchaquíes de la provincia de Salta, en el Noroeste Argentino. (...) Vivimos en un entorno natural de gran valor paisajístico y en cercanías a centros convencionales. Por ello decidimos participar activamente del sistema turístico de la región, pero con un producto propio, que nos permita recibir al turismo sin perder nuestra identidad de gente de campo (RTC, 2007).

De esta manera, estos atractivos pasan a ser *commodities* turísticas (BARRETTO, 2007; HARVEY, 2005) en donde el pasado cultural, las tradiciones y el entorno paisajístico, constituyen productos turísticos para el mercado postfordista de la actualidad. Es decir, que como mercancías turísticas se incorporan en paquetes turísticos ofrecidos por los mismos campesinos o por las agencias de viajes de turismo responsable, al elaborar, por ejemplo, circuitos de guiados por diversos paisajes, valorizando elementos físico-naturales del paisaje de los Valles. Además, el estilo de vida, la cotidianidad del campo y las labores artesanales, constituyen otros aspectos culturales del producto RTC ofrecido, a través de los servicios. De hecho, el alojamiento campesino y la gastronomía regional, son sólo ejemplos de esas “*commodities vallistas*”. En efecto, lo cotidiano de la vida campesina es *aggiornado* (o “adornado”), según pautas culturales occidentales, que concluyen en transfiguraciones de situaciones y estilos de vida del campo, vendibles como cualquier otra mercancía turística. En cierta forma, este territorio turístico preparado para el intercambio, no es más que un “territorio



manufacturado” (en el sentido de creación social) que busca captar la atención de quienes visitan este sector de la provincia de Salta. Esta nueva espacialidad turística, genera el surgimiento de una nueva geografía cultural en el Valle Calchaquí, fusionada con patrones culturales de los visitantes, que orienta y ordena al territorio con criterios que le son funcionales al mercado turístico y que los socios de la RTC, tienen en cuenta para el desarrollo de su propuesta comunitaria.

Más allá del turismo rural comunitario: buscar el desarrollo calchaquí

Al comienzo, la perspectiva que poseían los residentes de los departamentos de San Carlos y Cafayate sobre la actividad turística en la zona era negativa. Cuando comienza a instalarse la idea de generar un tipo de turismo en la zona que incluya a las comunidades originarias y campesinas, “generó altos niveles de desconfianza” (Productor agropecuario y de dulces artesanales - Paraje San Antonio). Hubo sectores que se resistían al turismo porque se creía que incrementaría los niveles de dependencia y marginalidad, debido a que las ganancias que genera, refuerzan las históricas diferenciaciones sociales y también territoriales. Será a través de obras concretas de infraestructura gestionadas para que esta modalidad turística pueda desarrollarse hacia el interior de las explotaciones rurales - talleres de producción de artesanías, local de

venta al público en San Carlos, casas familiares; etc. - que esa concepción del turismo iría cambiando entre los campesinos del Valle. La RTC iniciará una serie de acciones orientadas a mejorar las condiciones de vida y fortalecer la organización, es decir, aquellas cuestiones que la literatura asocia con el desarrollo turístico comunitario (TELFER, 2003).

Así, el mejoramiento comunitario de los caminos rurales que conectan los pueblos con las cabeceras de los departamentos administrativos más importantes de este sector de la provincia, el equipamiento de botiquines sanitarios para ganado y de uso comunitario, la ampliación del tendido eléctrico en algunos parajes rurales y la construcción de una red de agua domiciliaria⁶ en otros sectores del Valle hicieron que de este “beneficio” participaran más familias de las que se encuentran asociadas a la RTC. En efecto, estas transformaciones del territorio con fines comunitarios, eran necesarias por dos motivos: (i) por una parte, era imperioso mejorar el acceso al agua de las familias del Valle (lo que redundaría en una mejora en su calidad de vida) y (ii) por otro lado, se realizaban con el objeto de avanzar en la concreción de la infraestructura necesaria para la atención y la comodidad de los futuros visitantes. De esta manera, la imagen del turismo como negocio, se fue tornando en un tipo de turismo sustentado en la base comunitaria.

Este acceso al derecho al agua en este sector de los Valles fue posible gracias al financiamiento de las obras por parte de la Embajada de Suiza en Argentina. La RTC gestionó y recibió \$ 40.000 para el total de la obra, con la cual se pudo brindar agua a 25 de las



33 familias de la zona (ver Figura 4). Cabe destacar que, de esas 25 familias beneficiadas con el agua potable, solo 8 son socios de la RTC. Cuando la obra se puso en marcha, las personas del paraje El Divisadero, “se unió y se puso a piquear y a cavar para enterrar las mangueras, ya que con esos 40.000 se compró materiales y la contraparte lo hizo la comunidad” (Socio fundador de la RTC, San Carlos).

De esta manera, quienes tienen a su cargo la gestión de este emprendimiento de TRCo explican que el turismo aquí, es una excusa para mejorar las condiciones de vida de los campesinos. Se mejoran las viviendas para alojamiento, se les acerca energía eléctrica, se les otorga calefones solares, se los provee de agua potable, con la excusa de recibir turistas, lo cierto es que los campesinos, no necesariamente reciben o alojan a los viajeros de manera constante, pero la mejora ya está hecha. En una entrevista personal, el ex - presidente de la RTC sostuvo

Nos fuimos dando cuenta que la única forma de diferenciar la actividad turística fue tomar la actividad como una herramienta para mejorar las necesidades básicas de las comunidades. O sea, vamos a **hacer turismo como una excusa para mejorar las casas**, tengo mi bañito privado, elimino el pozo letrina y tengo mi bañito con agua caliente para recibir turistas. Entonces, las familias están habilitadas cuando tienen esas condiciones, pero el bañito es de las familias durante todo el año, se bañan con agua caliente, se mejoran la infraestructura, la cocina, equipamientos que lo comparten con los turistas (Artesano en madera, San Carlos, Énfasis agregado) (resaltado propio).

Figura 4: La RTC y las obras de agua de uso comunitario



Fuente: Fotografías propias (2017)

Asimismo, este tipo de acción colaboró para que la Red de Turismo, logre “mayor presencia política” en los Valles Calchaquíes, que el mismo Estado. En muchas oportunidades, fue en el local de atención al público de San Carlos, en donde se capacitó a los pobladores del Valle, más allá de cuestiones referidas a lo



estrictamente turístico. En efecto, a este proceso de crecimiento de la participación política de los pueblos originarios y campesinos es a lo que Scheyvens (2003), denomina como empoderamiento político. Esto es, la participación activa de sectores de la población históricamente silenciados, que haciendo uso de su derecho a reclamar y demandar ante las autoridades locales, participan en la “custodia” de sus recursos (escénicos, productivos, etc.).

De esta manera, las familias campesinas le asignaron un “valor político” a la RTC, al considerar que respondía a sus demandas con mayor velocidad que la política local. En este sentido, un ex-dirigente de la Red de Turismo Campesino considera que esta organización es verdaderamente comunitaria, puesto que se le otorga un valor importante a la participación conjunta, de todos y que el trabajo debe concebirse como democrático, ya que esto permite que todos estén informados y conozcan sus derechos, al tiempo que propicia un clima de toma de decisiones que cuentan con el consentimiento de todos. Además, agrega que

en realidad, los intendentes de los cuatro municipios que la RTC abarca (y lo digo diplomáticamente), le tienen miedo, porque estamos en todas las comunidades, entonces podemos reclamar lo que nos corresponde (Artesano de la manera, San Carlos).

Esta modalidad turística genera que los campesinos y quienes participan del emprendimiento comunitario, reclamen en los órganos de gobierno que correspondan y peticionen por mejoras en infraestructuras de uso vecinal, al mismo tiempo que los capacita en

términos de competitividad en la comercialización de los productos por ellos generados. En efecto, son varios los socios fundadores que consideran que este tipo de turismo ha permitido el surgimiento de un nivel de dirigencia y de gestión no muy común en el Valle e impulsado por ellos. Así, han podido ayudar a mejorar la casa de algunas de las familias campesinas, a través de un proyecto financiado por el Programa de Pequeñas Donaciones de las Naciones Unidas y del PROINDER. Se le otorgó a cada familia favorecida una suma que ronda los \$ 3.000 / \$ 4.000, con lo cual darán comienzo a las obras de refacciones a algún ambiente de la casa que poseen o comenzarán los cimientos de algo nuevo. Así lo expresaba un socio fundador, quien ocupara un alto cargo de dirigencia en la RTC,

cada familia, en cada comunidad, tiene su casita con mucho esfuerzo. Después de los \$3.000 que pudieron haber recibido y su esfuerzo pudieron mejorar sus condiciones de vida. Y ahí vemos cómo quizás \$3.000 no te realiza una casa completa, pero te **genera en la gente un entusiasmo** y van mejorando su casa y van recibiendo turistas, entonces después hay un interés en mejorarla año a año (Artesano en madera, San Carlos, énfasis agregado).

Entonces, los viajeros que visitan el emprendimiento comunitario de la RTC, son alojados en las propias viviendas de las familias campesinas que brindan este servicio y que recientemente, han sido mejoradas. Cada uno de estos alojamientos, cuenta con una o hasta tres habitaciones dobles destinadas a la privacidad de los huéspedes, mientras que el comedor diario y el baño es de uso compartido con la familia campesina anfitriona. En la misma línea,



el asesor técnico de la RTC sostiene que la reestructuración de las viviendas de los campesinos para alojar a los turistas continúa con los patrones arquitectónicos tradicionales y que busca que los viajeros convivan en un ámbito seguro y estéticamente agradable. Asimismo, este mejoramiento de la residencia permite que los campesinos posean una vivienda digna. Así,

el viajero se aloja en una casa de familia de arquitectura tradicional, pero no por ello tienen las necesidades no satisfechas, por eso hemos garantizado con inversiones mejorar esas habitaciones, mejorar el baño, mejorar la cocina para que, por un lado, el viajero conviva en un ámbito seguro, estéticamente agradable, arquitectónicamente respetando la tradición local, pero sobre todo este mejoramiento de viviendas, nos ha permitido que la gente tenga una vivienda digna (Asesor técnico. RTC, 2009).

Resulta interesante destacar la iniciativa y el entusiasmo generado entre los campesinos al recibir los fondos para poder mejorar su vivienda. Esto genera, más allá de la mejora en la calidad de vida de los campesinos del Valle, niveles impensados de involucramiento y participación social en cuestiones referidas a su contexto social inmediato, que antes desestimaba. Además, teniendo en cuenta que el 80% de los socios de la RTC son mujeres, se ha creado en un espacio que las contiene, sobre todo en situaciones de abuso y/o maltrato. Existen personas encargadas de gestionar reuniones con aquellas mujeres que lo necesiten, en espacios comunes de la Red o para petitionar frente al Estado municipal. Esto también resulta novedoso en el Valle, porque esto otorga mayor protagonismo a aquellos grupos silenciados por años. Muchas de las

mujeres que son socias de la RTC han perdido a sus maridos o nunca los han tenido. Así se refería un socio fundador, al respecto de esto: “Hablando de madres solteras, ahí tenés a Rosa en su timidez, tan solitaria, solitaria de la vida, del Estado, su único escape de esa soledad es la RTC, ya que ésta la contiene” (Artesano de la madera. Paraje San Carlos).

Vemos que este emprendimiento turístico de base comunitaria se va expandiendo hacia otros ámbitos, al punto tal que el objetivo de trabajar en turismo pareciera que queda relegado. Centra su atención en temas que no le conciernen directamente. Así, este tipo de experiencia comunitaria ha generado un tipo de empoderamiento social (SCHEYVENS, 2003), al reivindicar la identidad de las culturas originarias de los pobladores del Valle. De esta manera, la RTC “busca recuperar y revalorizar la actividad artesanal, no busca parecer a una artesanía europea, sino revalorizar y recuperar las comidas tradicionales, es un antecedente para recuperar lo ancestral, lo diaguíta-calchaquí” (Artesano de la madera. Paraje San Carlos). Otros socios siguen dando cuenta de que con la RTC se desea, “reivindicar el trabajo artesanal con todas las normas, igual es un trabajo muy sacrificado y artesanal” (Productor de vino artesanal. Paraje Santa Rosa).

Por otra parte, para lograr afianzar las bases de esta modalidad turística, el emprendimiento comunitario de la RTC precisa de créditos con los que encarar las obras (ya sea una nueva o mejorar la infraestructura existente), las capacitaciones, adquirir insumos, etc. Quizás, con la intención de mantenerse vigente o ampliar y solidificar



mucho más la “marca de la organización” comunitaria, en los años que la cooperativa lleva funcionando, siempre ha existido una dependencia del financiamiento y una necesidad imperiosa de generar nuevos proyectos (el financiamiento obtenido por parte de la Embajada de Suiza en Argentina, que ya hemos mencionado, constituye sólo uno de los proyectos desarrollados por la RTC y que han resultado financiados). De hecho, quienes ocupan cargos de gestión de la RTC, sostienen que mientras están encarando un proyecto, van analizando nuevas propuestas, ya que consideran que son “vitales para el emprendimiento de turismo” (Productor agropecuario y tesorero de la RTC - Paraje El Divisadero). Será para ilustrar con mayor detalle, que a continuación se transcribe un fragmento de una entrevista con otra artesana y socia de la RTC.

Tenemos varios proyectos por delante. Mirá, nos salió un proyectito que se llama “Jóvenes Ciudadanos”, que es para mejorar la comunicación en Santa Rosa y también con ese proyecto se prevé la elaboración de dos salas dulceras. Hay otro proyecto que tiene que ver con la energía solar, yo tengo un calefón solar que hemos comprado para cada comunidad que lo prueba para alojamiento. Elaboramos otro proyecto de energía alternativa y que nos aprobaron (que es de Holanda) que ronda los \$ 40.000, que son más que nada para reforzar el tema de la calefacción. (Presidenta y artesana ceramista del Paraje Corralito).

Efectivamente, la propuesta turística de la RTC no se trata de un proyecto que se sustente a través de los ingresos generados por el turismo, sino que depende de fuentes y oportunidades de financiamiento externas para dar lugar a los proyectos que se

entienden como logros para el bienestar de la población de la zona. No obstante, el turismo para esta organización comunitaria del sur salteño representa una excusa (o un argumento) que da sentido a este colectivo que, como tal, puede acceder a financiamientos que les permiten otros logros que apuntan a cubrir las necesidades de la población de este sector del Valle.

A modo de cierre: (Re)articulación turística y comunitaria de los valles Calchaquíes salteños

La actualidad campesina del sur del valle Calchaquí de Salta, se presenta como un período de cambios en el protagonismo, en la participación y en la gestión de sus recursos escénicos, naturales y también culturales. Esto ha permitido una reivindicación del sector, al revalorizar la autogestión local y la participación ciudadana, a través del tipo de turismo que proponen. Precisamente, esto marca una nueva forma que adopta la dinámica turística en la zona, esta vez devenida en “comunitaria”. Uno de los cambios acontecidos en la dinámica campesina está referida a la (re)articulación territorial de aquellos parajes rurales en los que se despliega la práctica turística y se asientan los pobladores rurales nucleados en la RTC. En efecto, la presencia de la RTC en el sur de los Valles Calchaquíes de Salta, ha generado un “acercamiento de los parajes” a través de este emprendimiento turístico que comparten. Así, el territorio inconexo, atomizado y distante de la RTC nuclea, a través de esta organización



comunitaria, a campesinos que habitan áreas muy distantes del territorio rural calchaquí, conformando redes turísticas. De esta manera, la cooperativa agroturística no sólo hace circular información, sino que también elabora los circuitos posibles que pueden recorrer los turistas. De esta manera, la RTC establece nuevos usos del territorio (de circulación, de hospedaje, gastronómicos), lo que conlleva que además circulen recursos económicos derivados de esta actividad por los distintos parajes rurales que componen la red.

En este artículo hemos analizado los alcances logrados por la propuesta de la RTC. Detallamos, que esta idea del TRCo fue tomada por quienes gestionan este emprendimiento como una “excusa”, debido a que fue mediante la idea de trabajar en turismo que los campesinos han accedido a créditos para mejorar la vivienda que habitan. Sin dudas, esto dio lugar a mejoras en su calidad de vida desde un punto de vista distinto, con una actividad complementaria a la que estos campesinos y artesanos, no estaban acostumbrados. Así, una socia de la RTC que presta servicios de alojamiento y vende sus artesanías de cerámica, frente a los últimos subsidios recibidos por la cooperativa, comenta que se han adquirido calefones, paneles y cocinas solares, que muchos de ellos utilizan para recibir a los viajeros. Y expresa, “desde que tengo calefón, no he vuelto a prender más el calefón a leña, ¡no sabes lo que es!, hierve el agua y al otro día a la mañana está caliente, es impresionante” (Presidente y artesana ceramista - Paraje Corralito).

De esta manera, asistimos una nueva tendencia en los valles Calchaquíes del sur salteño, de revalorización comunal del territorio

con fines turísticos. Así, la RTC constituye una organización social que busca generar un desarrollo de las condiciones de vida de los campesinos vallistos, para lo cual considera necesario el involucramiento y la participación en la toma de decisiones, al tiempo que revaloriza al territorio, ahora devenido en turístico. De alguna manera, esto también (re)define las características del espacio rural, el que en esencia ha diversificado sus usos. Quizás, la actividad agropecuaria sigue siendo la más importante, pero como vimos, ya no la única (POSADA, 1999)

Otros de los cambios por los que han pasado los productores regionales del sur del valle Calchaquí salteño están asociados a la gestión del territorio turístico generado en su organización comunitaria. Tradicionalmente, los pobladores vallistos han visto que la gestión del territorio turístico local ha estado en manos del sector privado, empresarios (muchos de ellos extranjeros) y el gobierno municipal no ha demostrado involucramiento ni interés en la actividad, razón por la cual la puesta en marcha de la RTC fue todo un aprendizaje y un reto que se propusieron asumir. De igual manera, quien tiene a su cargo la Dirección de la Secretaría de Cultura y Turismo del departamento de San Carlos, cuando fue consultado respecto a este tema reafirma lo expuesto y concluye que

fue la RTC la que ha marcado el rumbo del turismo en la zona. Nosotros venimos con una corta experiencia en este rubro del turismo. Nosotros somos cuna de artesanos y el turismo es nuevo para nosotros. Es más, como la RTC es más antigua que la creación de Cultura y Turismo en San Carlos, muchas veces ellos nos



capacitaron a nosotros en este sector. Acá en San Carlos, no hay tradición de turismo, por eso no hay muchas plazas disponibles, pero sí hay prestadores que están a las afueras del pueblo que reciben a los turistas (Director de la Secretaría de Cultura y Turismo de San Carlos).

Asimismo, como se ha sostenido en otro apartado de este artículo, la misma organización comunitaria de turismo tiene más presencia social para la comunidad, que el mismo Estado municipal. De esta manera, ha sido la RTC quien con capacitaciones a los socios y a los trabajadores del sector público municipal, ha generado niveles de empoderamiento político y de gestión, no conocidos en la zona hasta este momento.

Otra de las cuestiones que interesa destacar aquí es la participación social comunitaria. La misma se convirtió para la RTC en una herramienta clave, en una especie de *slogan turístico*. Siempre que se pudo, la participación comunitaria o simplemente “lo comunitario”, fue utilizada para la gestión turística del territorio y con el que buscan hallar el desarrollo local, la conservación de los aspectos culturales y de los físico-naturales. De esta manera, se buscó hacer un turismo sustentable traducido en acciones o prácticas que desean generar beneficios sociales, económicos y ambientales, esperando minimizar o evitar los efectos negativos del turismo en este sector del Valle Calchaquí. Para que estos beneficios sociales, económicos y ambientales se presenten como “logros” de la RTC, fue necesario un sistema organizativo que les permitiera a la red definir, regular y gestionar el uso de su territorio turístico, controlando de

cerca la cantidad y distribución de turistas, monitoreando las actividades desarrolladas.

Bibliografía

ARQUEROS, María Ximena y MANZANAL, Mabel. *Interacciones y vinculaciones interinstitucionales para el desarrollo territorial-rural: el caso de San Carlos en Salta*. En: Primeras Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales del NOA. UNSa. Salta, 2004.

BARRETTO, Margarita. *Turismo y cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas*. Tenerife: Asociación Canaria de Antropología y PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 2007.

CÁCERES, Carlos, TRONCOSO, Claudia y VANEVIC, Pablo. Nuevas modalidades turísticas en Argentina. Experiencias de turismo comunitario en la provincia de Salta. En: *XII Jornadas Nacionales de Investigación en Turismo y VI Simposio “El turismo y los nuevos paradigmas educativos”*. Ushuaia: CONDET y la UNTF, 2013.

CÁCERES, Carlos. *Valorización turística en el sur de los Valles Calchaquíes salteños. Transformaciones socio-territoriales a partir de la conformación de la Red de Turismo Campesino*. Tesis (Maestría en Políticas Ambientales y Territoriales) – Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2016.



CASTREE, Noel. ¿Commodifying what nature? *Progress Human Geograpy*, n. 23, 2003, p. 273-297,.

CORDERO ULATE, Allen. *Nuevos ejes de acumulación y naturaleza. El caso del turismo*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), 2006.

DIEGUES, Antonio Carlos Sant'Ana. *El mito moderno de la naturaleza intocada*. Quito: Ediciones Abya-Ala, 2000.

GOODWIN, Harold y SANTILLI, Rosa. “¿Community-based tourism: a success?”. Bonn: German Development Agency, 2009. (International Centre for Responsible Tourism - ICRT Occasional Paper 11).

HARVEY, David. “El arte de la renta: la globalización y la mercantilización de la cultura”. En: HARVEY, David y SMITH, Neil, *Capital Financiero, propiedad inmobiliaria y cultura*. Barcelona: Museu d'Art Contemporani de Barcelona; Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra, 2005.

LLAMBÍ INSUA, Luis y PÉREZ, Edelmira. Nuevas ruralidades y viejos campesinismos. *Agenda para una nueva sociología rural latinoamericana. Cuadernos de Desarrollo Rural*, n. 59, 2007, p. 37-61.

PÉREZ, Edelmira. Hacia una nueva visión de lo rural. En, GIARRACA, Norma (Comp.) *¿Una nueva ruralidad en América Latina?*. Buenos Aires: CLACSO, 2001, p. 17-29.

POSADA, Marcelo. El espacio rural entre la producción y el consumo: algunas referencias para el caso argentino. En: *Revista Eure*, v. 25, n. 75, 1999, p. 63-76.

RAGNO, Ramiro. “La red de turismo campesino (RTC) de Salta: Una experiencia genuina de desarrollo rural participativo y un espacio de acción e identidad”. En: página web de la RTC. www.turismocampesino.org 2009.

ROMÁN, María y CICCALLELA, Mariana. *Turismo rural en Argentina: conceptos, situaciones y perspectivas*. Buenos Aires: IICA, 2009.

SANTANA TALAVERA, Agustín. Desarrollo y conflictos en torno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social. In: RIEDL, Mário; ALMEIDA, Joaquim Anécio; VIANA, Andyara Lima Barbosa (Orgs.). *Turismo rural: tendências e sustentabilidades* Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002, p. 13-50.

SCHEYVENS, Regina. Local involvement in managing tourism. In: SINGH, Shalini; TIMOTHY, Dallen; DOWLING, Ross. (Eds.) *Tourism in destination communities*. London: CABI Publishing, 2003, p. 229-252.

SINGH, Shalini; TIMOTHY, Dallen y DOWLING, Ross. Tourism and destination communities. In:_____ (Eds.) *Tourism in destination communities*. London: CABI Publishing, 2003, p. 3-18.

TELFER, David. Development issues in destination communities. In: SINGH, Shalini; TIMOTHY, Dallen; DOWLING, Ross. (Eds.)



Tourism in destination communities. London: CABI Publishing, 2003, p. 155-180.

TEUBAL, Miguel. Globalización y nueva ruralidad en América Latina? En: GIARRACA, Norma (comp.) *¿Una nueva ruralidad en América Latina?*, Buenos Aires: CLACSO, 2001, p. 45-66.

TRONCOSO, Claudia. El turismo como alternativa a la crisis agraria: posibilidades y limitaciones. *Actas de la III Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales*. Facultad de Ciencias Económicas. UBA. Buenos Aires, 2003.

URRY, John. *La mirada del turista*. Lima: Escuela Profesional de Turismo y Hotelería; Universidad de San Martín de Porres, 2004 [1990].

VERBOLE, Alenka. A busca pelo imaginário rural. In: RIEDL, Mário; ALMEIDA, Joaquim Anécio; VIANA, Andyara Lima Barbosa (Orgs.). *Turismo rural: tendências e sustentabilidades* Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002, p. 117-140.

FUENTES

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA. *Informe de Gestión de Turismo Rural Comunitario. Conceptualización, alcance, integración y acciones*. Salta, 2013.

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA. *Plan Estratégico de Turismo Salta Sí + (2010-2020)*, Salta, 2012.

MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN. *“Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, actualización 2012-2020”*, Buenos Aires, 2011.

MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN. *RATURC, Guía Red Argentina de Turismo Rural Comunitario = Argentine network of rural community tourism*. Ministerio de Turismo de la Nación; Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación; Ediciones INTA; PRONATUR; Ministerio de Desarrollo Social, 2012.

RED DE TURISMO CAMPESINO. *Un sendero en los Valles*. DVD. Gobierno de la provincia de Salta. Programa de Pequeñas donaciones de las Naciones Unidas. Secretaría de Turismo de la Nación. Duración 45 minutos. (2009)

SECRETARÍA DE TURISMO DE LA NACIÓN; CONSEJO FEDERAL DE TURISMO, CÁMARA ARGENTINA DE TURISMO Y LA ADMINISTRACIÓN DE PARQUES NACIONALES. *“Ley Nacional de Turismo: 25.997: ‘El comienzo del cambio’*. 2005.

SITIOS WEBS VISITADOS

<http://www.turismocampesino.org/> (Acesso em 20/07/2019)

<http://www.eltribuno.info/el-espíritu-comunitario-el-mayor-tesoro-los-valles-calchaquies-n272194> (Acesso em 05/08/2020)

<http://noticias.iruya.com/salta/index.php/economia-mainmenu-746/servicios/22284-una-cooperativa-de-turismo-construye-en-salta-una-red-de-agua-domiciliaria.html> (Acesso em 12/08/2020)