

LICENCIATURA EN TURISMO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNLP

EL TURISMO RURAL COMUNITARIO

RED DE TURISMO CAMPESINO DE LOS VALLES
CALCHAQUÌES

ALUMNA: Chalde Romagnoli Floreana
LEGAJO: 75312/4
DIRECTORA: Rampello Patricia
E-MAIL: flor_9117@hotmail.com

MAYO 2019

Agradezco a mi familia y amigos por el apoyo incondicional,
a mi directora por su paciencia y dedicación.

ÍNDICE

Resumen.....	1
ABREVIATURAS.....	2
CAPÍTULO I: Introducción.....	3
Presentación del tema de investigación.....	3
Fundamentación.....	5
Objetivos de investigación.....	5
Metodología.....	6
CAPÍTULO II: El turismo en el espacio rural.....	7
La reestructuración del espacio rural.....	7
La nueva ruralidad.....	7
Turismo Rural Comunitario.....	9
Conceptualización.....	9
La Política Turística Nacional y el Turismo Rural.....	12
Turismo Rural Comunitario.....	13
La Política Turística Nacional y el Turismo Comunitario.....	15
La Política Turística de Salta y el Turismo Comunitario.....	16
CAPÍTULO III: El cooperativismo como estrategia de organización en turismo.....	18
CAPÍTULO IV: La Red de Turismo Comunitario de los Valles Calchaquíes.....	25
Contextualización geográfica y descripción general de los Valles Calchaquíes.....	25
Condiciones físico - naturales.....	25
Características productivas.....	27
Aspectos sociodemográficos.....	28
Proceso histórico en los Valles Calchaquíes.....	29
La red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes.....	29
Caracterización.....	29
Servicios turísticos ofrecidos.....	31
Sistema de organización interno de la RTC.....	33
Perfil del turista.....	33
Promoción.....	34
Capacitaciones.....	34
Trabajo en territorio.....	34
CAPÍTULO V: Experiencia Asociativa.....	35
Surgimiento de la Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes.....	35
Obstáculos a la conformación de la RTC.....	37
Actores sociales involucrados en la participación y consolidación de la RTC.....	38
Mecanismos de participación de los miembros de la RTC.....	38
Avances y retrocesos del proceso asociativo de la RTC.....	39

Aportes de la RTC al desarrollo y promoción comunitaria en el Valle.....	40
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES.....	42
BIBLIOGRAFÍA.....	44
SITIOS WEB VISITADOS:	47
ANEXOS	48

RESUMEN

El turismo rural comunitario es una forma de gestión de la actividad turística donde las poblaciones rurales organizadas colectivamente son las que deciden impulsar la actividad turística como una forma de incrementar y complementar sus ingresos, sin abandonar su actividad principal.

La crisis de las actividades tradicionales en la zona de los Valles Calchaquíes, la iniciativa de algunos programas de desarrollo rural (el Programa Social Agropecuario –PSA–, por ejemplo) y el interés del turismo en propuestas de Turismo Rural Comunitario –TRC– (como la Red de Turismo Comunitario –RTC–), enmarcan el contexto que, a fines de 2008, permite el surgimiento de la Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes.

El presente trabajo de investigación se propone analizar el turismo rural comunitario en los Valles Calchaquíes, específicamente, el proceso asociativo que se originó bajo las circunstancias descritas. Es decir, la conformación de una cooperativa auto- gestionada por familias campesinas que más allá de la producción agropecuaria y las artesanías tradicionales, ofrecen una propuesta de turismo rural comunitario mediante la Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes salteño (RTC).

Palabras Claves: Turismo, Turismo Rural Comunitario, Asociativismo.

ABREVIATURAS

ACI: Alianza Cooperativa Internacional

EZ: Encuentro Zonal

INTA: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuario

MINTUR: Ministerio de Turismo de la Nación

MAGYP: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación

NBI: Necesidades Básicas Insatisfechas

NOA: Noroeste Argentino

SAGPYA: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos

SECTUR: Secretaría de Turismo

PROINDER: Proyecto de Desarrollo de Pequeños Productores Agropecuarios

PNUD: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

PSA: Programa Social Agropecuario

PFETS: Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable

PRONATUR: Proyecto Nacional de Turismo Rural

PROSAP: Programa de Servicios Agrícolas Provinciales

RATURC: Red Argentina de Turismo Rural Comunitario

RTC: Red de Turismo Comunitario

REDTURS: Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina

TR: Turismo Rural

TC: Turismo Comunitario

TRC: Turismo Rural Comunitario

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

PRESENTACIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

A fines del siglo XX, en el marco de la globalización, se experimentaron una serie de cambios que incluyen una mayor relevancia del sistema financiero a nivel mundial, de las tecnologías informacionales, así como también de la aparición de nuevas formas de reorganización de las actividades productivas orientadas a la producción flexible y fragmentada, acompañada de nuevas características del consumo por mayor grado de diversificación. (Cáceres, Troncoso, 2013).

Dentro de este marco en Argentina aconteció el quiebre de la industria nacional y el aumento del desempleo producto de una desmedida apertura comercial, la privatización de las empresas del Estado y la implementación del Plan de Convertibilidad que llevó al abandono de toda política monetaria, a la sobrevaluación del peso, a la desregulación total del sector financiero y a la flexibilización y ajuste laboral (Rapoport 2007).

En la región de los Valles Calchaquíos Salteños, siendo la producción agropecuaria. Una de las principales actividades económicas, atravesaron diversas situaciones de crisis. La mayoría de los productores agropecuarios de tipo familiar que combinaban la producción de cultivos comerciales (pimiento para pimentón, comino, tomate, cebolla, zanahoria, poroto y vid) con el autoconsumo. (Arqueros y Manzanal, 2004), se vieron ante la imposibilidad de acceder a créditos para tecnificar y mejorar las condiciones de competitividad en el nuevo contexto, además de otros problemas como el acceso al agua de riego y la falta de oportunidades de comercialización.

“Con el objetivo de intentar sobrellevar la situación del sector, se creó el Programa Social Agropecuario (PSA) del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación en 1999 para la prestación de asistencia técnica y financiera además de capacitación y apoyo a la comercialización. Se intentó de este modo solucionar las situaciones de carencias rurales y detener las migraciones. Este programa beneficiaba a los productores minifundistas de modo de mejorar las actividades productivas y los niveles de ingreso de los productores; a la vez de generar un espacio de participación que facilite el surgimiento de organizaciones capaces de gestionar y representar los intereses de los mismos frente a otros actores”. (Manzanal, 2007).

La presencia del PSA en esta zona estuvo orientada a la diversificación de actividades productivas existentes y también al incentivo del desarrollo del turismo. En efecto, el turismo fue considerado como una alternativa de ingresos y una posible solución al problema del desempleo. (Cáceres y Troncoso 2015).

El turismo como fenómeno de la sociedad post-fordista experimento a su vez cambios en su desarrollo dando paso hacia un turismo alternativo orientado a demandas más puntuales, específicas y heterogéneas en términos de destinos, prácticas y demandantes (Bertoncello, 2002). En este sentido, la provincia de Salta inició la apertura y paulatina consolidación del segmento de turismo rural comunitario, pasando a formar parte de la estrategia provincial de desarrollo turístico y posicionándose como pionera en el sector a nivel país.

El turismo rural es una sub-modalidad que tiene su auge hace apenas unas décadas, se lo define como toda forma de organización sustentada en la propiedad y autogestión sostenible de los recursos patrimoniales de la comunidad, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios que se generan para el bienestar de sus miembros (Maldonado, 2005). La propuesta se centra en los aspectos mencionados por Goodwin y Santilli (2009) es decir, en la conservación del ambiente, el desarrollo socio-económico, y principalmente en la participación activa de los residentes locales en la concreción

de proyectos comunitarios.

El turismo rural tiene estrecha relación con el territorio en que se desenvuelve la actividad, y constituye aspectos de una práctica de tipo comunitaria. Para Jordi Gascón debe entenderse como: "Un tipo de turismo pequeño, establecido en zonas rurales y en el que la población local, a través de sus estructuras organizativas, ejerce un papel significativo en su control y gestión [...]. Es destacable porque se dirige a los sectores más desfavorecidos de la sociedad y establece sinergias con otras políticas de desarrollo (económicas en el ámbito agropecuario, de patrimonio cultural, medioambientales, etc.)"¹.

Entonces, es necesario remarcar, que el turismo comunitario, si bien pertenece a la categoría de turismo rural, es una alternativa de desarrollo para los pueblos, una puerta al crecimiento local más que un paquete de medidas preconcebidas para conseguir un incremento económico en el corto plazo. Por lo tanto, el turismo comunitario va más allá porque pretende tener control estratégico y no solo operativo de la actividad (Cioce, Sampaio,2007).

En Argentina el Ministerio de Turismo de la Nación en conjunto con el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Presidencia de la Nación impulsó en 2006 la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RaTuRC), con el objetivo de acompañar, asesorar y trabajar con las familias que viven en áreas rurales para brindarles la oportunidad de generar ingresos a través del turismo, para que las comunidades tengan beneficios directa e indirectamente, para fomentar la inclusión, para promover el comercio justo, para gestionar al turismo bajo las premisas de la sustentabilidad y mejorar realmente su calidad debida.

Este proyecto promueve la actividad turística por parte de las comunidades de pueblos originarios y campesinos en ámbitos rurales siendo una opción sólida en relación a las nuevas dinámicas del mercado, al tratarse de productos que valoran la identidad cultural y fomentan intercambios vivenciales, permitiendo al visitante, disfrutar de experiencias originales que combinan atractivos culturales y ecológicos, al margen de los del turismo de masas (Maldonado, 2007).

En función del contexto descrito la investigación se propone analizar el turismo rural comunitario en los Valles Calchaquíes, específicamente el proceso asociativo que se originó bajo las circunstancias descriptas. Es decir, la conformación de una cooperativa autogestionada por familias campesinas que, más allá de la producción agropecuaria y las artesanías tradicionales, ofrecen una propuesta de turismo rural comunitario mediante la Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes salteño (RTC).

El territorio de los Valles Calchaquíes Salteños constituye un sistema de valles y montañas localizados en el sector noroeste de la Argentina que se extiende por en unos 520 km de norte a sur. Este valle atraviesa la región central de la provincia de Salta, el extremo oeste de la provincia de Tucumán y el sector noroeste de la provincia de Catamarca. Las comunidades o los parajes en los que viven los integrantes de la red son: El Divisadero, San Luis de Chuscha, San Antonio de Animaná, Corralito, El Barrial, San Carlos, Santa Rosa, La Banda de Abajo y Cafayate. Las mismas están ubicadas en la provincia de Salta, donde se centra nuestra investigación.

La propuesta de esta tesis será explicar por qué el turismo rural comunitario se constituyó en una oportunidad para las comunidades indígenas y campesinas de los Valles Calchaquíes en el marco de una estrategia de cooperativismo bajo los principios de la economía y la equidad

¹ Gascón, J. (2011). *El turismo comunitario y diferenciación campesina. Consideraciones a partir de un caso andino*. En, Mundo agrario. Vol. 11, N° 22. ISSN: 15155994. Centro de Estudios Históricos Rurales. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. U. N. de La Plata, pág. 10.

social; y cuál es el rol y articulación de los actores participantes directa o indirectamente en el proceso asociativo a varios años de su conformación.

FUNDAMENTACIÓN

El interés en el estudio de esta modalidad de turismo lo demuestran las variadas investigaciones realizadas en los últimos años en el ámbito científico y académico. Algunos de los mismos son la base que impulsa la presente investigación. En este sentido, la tesis realizada por Carlos Cáceres titulada “Valorización turística en el sur de los Valles Calchaquíes salteños. Transformaciones socio-territoriales a partir de la conformación de la Red de Turismo Comunitario” aporta a la comprensión del proceso de (re)valorización de la zona incorporando al turismo comunitario como nueva modalidad turística y la conformación de la Red de Turismo Campesino como nuevo prestador de servicios turísticos.

En el caso de Carlos Stengurt su análisis respecto de la RTC se orienta en dirección a las Tecnologías de la Información y la Comunicación siendo las mismas un posible vehículo para el desarrollo de los miembros de la Red. Este autor aborda al turismo comunitario de una forma positiva y manifiesta que las comunidades locales pueden alcanzar el desarrollo local implementando prácticas turísticas. Por último, Fairsteian (2011) analiza el funcionamiento interno y las estrategias de la RTC, para definir ingresos alternativos a partir de la producción agropecuaria desarrolladas por los pequeños productores de la zona.

Sin embargo, el presente estudio pretende focalizar en el análisis de la conformación de la Red de Turismo Campesino con base en el cooperativismo, entendido como un instrumento de cambio, de progreso y de transformación. (Castelli, Blas José; s/a, 17). Es decir, como una propuesta alternativa para crear fuentes de trabajo, reforzando el espíritu integrador mediante la organización de la red. Para este último logro se necesita de espíritu comunitario de modo de impactar en la toma de decisiones, en la redistribución concreta de los beneficios entre las familias socias y en la lucha por la igualdad de oportunidades para el sector campesino.

La red supone expresar una forma de hacer y de pensar participativa, equitativa, igualitaria en pos de promover la economía local, el saber campesino como valor agregado, la seguridad agroalimentaria tradicional y el comercio asociativo a precios justos en mercados responsables.

Esta investigación puede representar un aporte para las comunidades y para el ámbito académico explicando la relación existente entre los procesos asociativos y el turismo, en particular en el caso de estudio: Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes. Asimismo puede colaborar para que los municipios de los pueblos que integran la red, como también el Ministerio de Turismo de Salta, conozcan cómo ha influido este tipo de procesos entre sus integrantes y en articulación con otros actores sociales.

OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Analizar la Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes de Salta en relación al rol de los actores locales e identificar los avances y retrocesos del proceso asociativo en pos de la consolidación del turismo rural comunitario.

Objetivos Específicos

- Describir el contexto en el cual se da surgimiento a la conformación de la RTC.
- Indagar acerca de los actores y su participación en la consolidación de la RTC.
- Conocer los mecanismo de participación de los miembros de la RTC
- Reconocer el impacto de las decisiones de los miembros de la RTC en el desarrollo del turismo en la zona.

METODOLOGÍA

En relación directa con el tema de tesis, se procedió a seleccionar las técnicas e instrumentos que mejor se adecuaban al planteamiento del problema de investigación para la recolección y análisis de la información. La metodología a utilizar fue de tipo cualitativa. Para el logro de los objetivos se utilizó la recolección de información por medio de fuentes primarias y secundarias.

La información primaria es aquella que se recogió directamente de las fuentes mediante procesos especiales de recolección de datos. El método a utilizar en esta investigación fue la entrevista semi-estructurada, el mismo se escogió teniendo en cuenta sus características como herramienta privilegiada para acceder a la información desde la perspectiva de los actores involucrados. Por ello mismo se eligieron minuciosamente distintos actores propios de la RTC y otros vinculados al sector más específico que actuaron vía correo electrónico y telefónicamente, para luego concretar un encuentro personal con cada uno de ellos. Además, se tuvieron en cuenta las conversaciones casuales con miembros de dicha red en busca de tópicos de relevancia que complementaran el trabajo de tesis.

En cambio, en la información de fuentes secundarias, los datos se encontraban ya disponibles, para el caso a analizar, se consultó bibliografía relacionada con la temática, artículos periodísticos, documentos y páginas de internet, con el objetivo de complementar y profundizar la información brindada por las personas entrevistadas.

Además de los antes mencionados se utilizó el método de observación participante mediante el cual se vivenció la experiencia del turismo comunitario en el territorio analizado y de los eventos y encuentros zonales que realizaron los integrantes de la red.

CAPÍTULO II: EL TURISMO EN EL ESPACIO RURAL

LA REESTRUCTURACIÓN DEL ESPACIO RURAL

LA NUEVA RURALIDAD

Durante mucho tiempo el espacio rural tuvo como principales criterios la diferenciación resultante de la cantidad de habitantes por localidad, como también el carácter sectorial asociado con la actividad agropecuaria.

Según Abramovay (2000) esta visión era reduccionista porque parte de una idea no neutral que ubicaba a "lo rural" en contraposición con "lo urbano" considerando al primero como una categoría residual respecto de lo segundo. El mismo autor aboga por una definición de este espacio complejo, que no condene a "lo rural" a la idea de atraso económico, cultural y éxodo poblacional.

Entre finales de la década del 80' y comienzos de la siguiente se produjo una ruptura respecto de esta concepción sobre el espacio rural basado en:

- Los cambios demográficos como resultado del éxodo masivo en los años sesenta en Europa y en América Latina.
- Los cambios económicos como consecuencia del declive de la agricultura y, en algunos países por la nueva visión que el mundo urbano tiene del medio rural que ha dado lugar a una mayor diversificación.
- Los cambios institucionales: debido a la descentralización política que pretende dar mayor poder a los territorios locales y regionales, obviamente con desigualdades en los distintos países y continentes. (Ceña, 1993).

En el marco de los cambios mencionados surge el concepto de nueva ruralidad. Los espacios rurales se reestructuran bajo nuevas formas de organización, de un espacio para la producción a otro para el consumo. Se trata de traspasar la lógica productivista en la que era entendido el espacio rural en el contexto anterior para dar lugar a comprender la multiplicidad de funciones que este espacio puede ofrecer. Pérez (2001) define al medio rural como un conjunto de regiones o zonas cuya población desarrolla diversas actividades o se desempeña en distintos sectores, como la agricultura, la artesanía, las industrias pequeñas y medianas, el comercio, los servicios, la ganadería, la pesca, la minería, la extracción de recursos naturales y el turismo, entre otros. En dichas regiones o zonas hay asentamientos que se relacionan entre sí y con el exterior, y en los cuales interactúan una serie de instituciones, públicas y privadas.

Por lo cual, lo rural trasciende lo agropecuario, y mantiene nexos fuertes de intercambio con lo urbano, en la provisión no solo de alimentos sino también de gran cantidad de bienes y servicios, entre los que vale la pena destacar la oferta y cuidado de los recursos naturales, los espacios para el descanso, y los aportes al mantenimiento y desarrollo de la cultura (Pérez, 2001). El ámbito rural hoy se los concibe como un ámbito de múltiples actividades, entre las cuales la producción alimenticia quizá siga siendo la más importante, pero ya no la única (Nogar Graciela, 2010).

El sector agropecuario se encuentra a la búsqueda de nuevas oportunidades de mercado, tanto de nuevos productos como servicios para complementar a las actividades tradicionales, resultando atractivas aquellas que optimicen el recurso de capital y eleven la productividad. En la década del '90, en nuestro país la crítica situación de una parte del sector agropecuario fue lo que dio impulso al turismo rural configurándose, en algunos casos, como la única manera de mantener sus establecimientos.

Este nuevo escenario contribuyó a revalorizar recursos ignorados o poco considerados, que a través de diferentes estrategias reorientan la innovación y la formación de capital humano (Nogar y Jacinto, 2010). La incorporación de la actividad turística al sector rural no sólo enfrenta una demanda en crecimiento sino que también incorpora factores ociosos (mano de obra y capital), lo que resulta de gran interés a los productores.

Monterroso y Zizumbo (2009) entienden que los actores sociales son la prioridad, de modo que la población rural, pueda hacerle frente a la pobreza buscando alternativas que le ayuden a solucionar sus problemas, que logran solo si van más allá de las actividades agrícolas tradicionales.

En esta perspectiva se considera que el desarrollo rural se alcanza cuando se atienden las necesidades de todo tipo de los pobladores rurales, es decir, cuando se toma en cuenta que el medio rural ayuda a la resolución de las mismas. Cuando, además, se atiende el deterioro y se procura la conservación de los recursos naturales y culturales enclavados en las regiones que componen el medio rural. Bajo estos argumentos se realizan amplios esfuerzos para reconfigurar los ámbitos rurales, siendo una de las estrategias la instrumentación de proyectos turísticos desde las propias comunidades rurales (Monterroso y Zizumbo, 2009).

Sin embargo, la postura de Manzanal no es estática lineal y reconoce la transformación de los espacios rurales en el marco de la implementación de políticas públicas neoliberales que incorporó a nuevos sujetos sociales en la búsqueda de obtención de ingresos, insertando a las comunidades al mercado controlado por el sistema económico dominante y hegemónico. A partir del cual se desarrollan en los espacios rurales procesos contradictorios que se caracterizan por la pérdida de sus tradiciones particulares y también la revalorización de otras mediante el turismo rural, la conservación del medio ambiente; a la vez de las tensiones y conflictos que introducen los grandes complejos agroindustriales (Manzanal, 2006).

Para García Ramón este proceso responde al término pluriactividad como una perspectiva que expresa la realización de trabajos agrícolas junto a otros de tipo artesanal y/o el intercambio de trabajos entre distintas familias, como una forma de relación de cambio. En las áreas dinamizadas por sistemas productivos capitalizados la pluriactividad se operacionaliza además, con fenómenos de agricultura a tiempo parcial, diversidad de empleos familiares o el obrero campesino. El estímulo a estas estrategias se sustenta en la necesidad de mantener a la población en los espacios rurales. Es una forma de complementar los ingresos a través de la maximización racional del uso sobrante de los factores. Como ejemplo de lo anunciado, se observa el turismo rural como una estrategia que revaloriza ciertos recursos y saberes optimizando el uso sobrante de los factores: mano de obra femenina y jóvenes, recursos no productivos (ambiente, patrimonio, saberes) entre otros. (Nogar, 2009).

Las nuevas actividades a las que se dedican los agricultores en el marco de la pluriactividad o multifuncionalidad, son las siguientes:

- Actividades semi agrícolas, especialmente la venta de productos agrícolas en el propio predio y con diversos grados de agregación de valor.
- Recreación y turismo basado en los recursos del establecimiento: camping, agroturismo, sistema de alojamiento del tipo "bed a breakfast", granjas museos, caza, pesca, granjas educativas, etc.
- Otras actividades económicas que produzcan autoempleo del propietario del predio o aún empleos fuera del campo, que lo convierte en agricultor part-time. (Barrera, Ernesto, 2006).

Posada (1999) también señala la rápida transformación observada hacia finales del siglo XX, no sólo en los aspectos físicos y funcionales del espacio rural, sino principalmente en el cambio de la manera de valorar a lo rural por parte de lo urbano. "(...)no para el consumo de lo producido, sino para el consumo del espacio en sí. El turismo rural en sus múltiples facetas, es un claro

ejemplo de esto.

En ese sentido, “el desarrollo de la vida urbana generó una sensación de agobio y de asfixia, mientras que los habitantes rurales conservan fresca la memoria colectiva de su espacio natural. Frente a esta situación, el deseo de unos y la añoranza de otros no tardó en confluir en un movimiento ideológico-cultural de revalorización de lo rural” (Nogar, 2009). En poco tiempo la sociedad comenzó a re-visitar conceptualmente el campo y se le asignaron valores como lo natural, lo auténtico, lo puro o lo personal. La reivindicación de lo rural se conforma, entonces en una construcción social realizada desde el sector urbano. De este modo, se asiste al rescate de valores “tradicionales” del medio rural.

Como consecuencia de esto el campo pasa a ser un objeto de consumo por parte de la ciudad. Los habitantes urbanos comienzan a trasladarse hacia el campo experimentando una gran diversidad de expresiones de consumo de lo rural, acompañadas de un crecimiento moderado pero sostenido de la demanda.

TURISMO RURAL COMUNITARIO

CONCEPTUALIZACIÓN

Una primera aproximación nos lleva a definir al turismo como un proceso societario, ya que tiene fuertes implicancias en las relaciones sociales entre los individuos y grupos de las áreas geográficas que conecta, al tiempo que estas relaciones le dan forma. El fenómeno turístico consiste en el desplazamiento temporal de individuos o grupos de personas que por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual hacia otro, donde realizan actividades recreativas, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural (De la Torre, 1980).

En relación a las múltiples definiciones de turismo es importante destacar la predominancia de la visión meramente económica, mientras que en los últimos tiempos su estudio involucra dimensiones referidas al espacio físico, la cultura y lo ambiental por tratarse de un modo de expresión de las sociedades contemporáneas.

El auge del turismo se lo ubica temporalmente luego de la Segunda Guerra Mundial, con el surgimiento del denominado “turismo de masas”. La mejora en la legislación laboral proporcionó el derecho a las vacaciones pagas y amplió la disponibilidad de tiempo libre en los sectores sociales medios. La sociedad incorpora a las prácticas turísticas en la esfera del consumo incrementando los desplazamientos y la difusión de información sobre lugares, culturas y costumbres, motivando de esta manera el deseo de conocer “lo otro” (Bertoncello, 1998; 2002). De esta manera la masificación de determinados destinos se produjo en los balnearios marítimos, siendo el turismo de sol y playa paradigma del turismo fordista.

A finales del siglo XX, la consolidación de la globalización económica, ha generado una reorganización de las actividades económicas, en concordancia con el avance de las tecnologías informacionales y la producción flexible se produjeron cambios en el ámbito político, el desmantelamiento del Estado de bienestar y la expansión del neoliberalismo. En este contexto el turismo, se incorpora a esta nueva organización socio-económica a partir del cual los destinos tradicionales sufren procesos de degradación o deterioro, y surgen modalidades turísticas alternativas, orientadas a demandas fragmentadas y heterogéneas más puntuales y específicas, “turismo de nichos”, en términos de atractivos turísticos, prácticas y demandantes (Bertoncello, 2002).

Según Marchena (1993), las transformaciones y los cambios que sucedieron en la actividad turística a partir de los años 90 están referidas a:

- Agotamiento del modelo sol y playa, de vacaciones masivas, largas y económicas bajo el sol. En referencia al envejecimiento de ciertos productos tradicionales, masificados y de impacto ambiental negativo.
- La aparición de nuevas tendencias debido a nuevas motivaciones en la demanda y como consecuencia, la aparición de nuevos productos.
- Importancia creciente del carácter territorial y social de la actividad turística, es decir del territorio y la sociedad local como factores claves del negocio turístico.
- Reorientación de los flujos hacia nuevas áreas no tradicionales y el surgimiento de nuevos destinos.
- Una demanda cada vez más exigente con respecto al medio ambiente y la calidad de los servicios.
- Paso del turismo masivo y poco segmentado hacia estrategias más diferenciadas y cualitativas.
- Cambios estructurales en el turismo internacional debido al impacto de las nuevas tecnologías y la revolución informática que permite la conexión más fluida entre los espacios y el achicamiento de las distancias.

“El turismo alternativo, también conocido como pos-fordista o posindustrial, y caracterizado por promover estructuras de viaje más flexibles y heterogéneas en distintos espacios naturales (áreas naturales protegidas y no protegidas) y artificiales (urbanos y rurales) que diversifican la organización de las empresas turísticas y, particularmente en los países subdesarrollados, reconoce e incorpora a la población local como un actor social necesario en dicha organización. Esta incorporación hace posible un mayor control sobre los impactos ambientales, económicos y sociales que ocurren en los destinos turísticos” (Osorio,2010).

El turismo alternativo se presenta como una experiencia que permite el compromiso activo del turista (Bertoncello, 1998), a través de una estrecha interacción con los integrantes de la comunidad del destino elegido comprometiéndose con la preservación del medio ambiente y el patrimonio.

Marchena Gómez, lo resume bajo tres aspectos:

- Desconcentración temporal (al flexibilizarse el calendario laboral).
- Descentralización espacial (al incorporar nuevos destinos y/o revitalizar otros ya existentes).
- Surgimiento de nuevos actores vinculados a la oferta turística.

El turismo alternativo incluye diferentes modalidades turísticas: el ecoturismo, el turismo aventura, el turismo cultural, el etnoturismo y entre ellas las relacionadas con los espacios rurales (turismo rural), turismo comunitario y turismo campesino. Las mismas han cobrado relevancia en varios lugares.

Desde el año 2000, en nuestro país se evidencia un proceso de multiplicación de ofertas turísticas vinculadas con estas modalidades. A fines de los años 80" y principios de los 90" surge en nuestro país el Turismo Rural en el contexto de la nueva organización socioeconómica. La nueva ruralidad, la multifuncionalidad de los espacios rurales y la importancia del empleo rural no agrícola se combinó con los procesos de degradación de los destinos y modalidades turísticas tradicionales haciendo posible la elección y promoción, desde distintos sectores, de nuevos destinos y nuevas formas de hacer turismo.

Así el turismo rural se presentó como una segunda actividad que permitiría no dejar de lado la actividad principal, representando una nueva alternativa económica para el sector. La crítica situación de una parte del sector agropecuario argentino fue lo que dio impulso al turismo rural, configurándose, en algunos casos, como la única manera viable de mantener sus establecimientos (Mendivil, 2009).

Con el surgimiento de la actividad turística en áreas rurales, los pobladores agropecuarios comienzan a visualizar en el turismo rural una salida alternativa a la crisis sectorial y deseosos de superarla, se incorporan a 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 (Posada 1999).

Se puede definir al turismo rural como toda modalidad turístico-recreativa que se desarrolla en establecimientos del ámbito rural o en sus inmediaciones y que permite al visitante conocer, compartir y aprender otras costumbres, tradiciones, a través de actividades cotidianas, productivas y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto y el valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos rurales. El turismo rural puede asumir diversas modalidades de operación, transacción y comercialización, que puede combinarse, de acuerdo a la demanda de los turistas y a las posibilidades de los oferentes (PRONATUR, 2009).

En este sentido, el TR se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de productos turísticos alternativos y se perfila como una de las actividades que más integra las dimensiones de la ruralidad (Barrera, 2006). Por su parte Aparicio (2004) entiende al mismo como motor de desarrollo local y muestra su importancia fundamental para una comunidad. Gannon (1994) lo define como toda gama de actividades y amenidades provistas por campesinos y personas rurales para atraer turistas a su área, para así generar un ingreso extra para sus negocios. Asimismo García (1996) afirma que es aquella actividad que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado e íntimamente relacionados con el medio rural.

Por su parte Barrera (2009) señala que el TR no es un negocio de hotelería, sino uno que ofrece a los visitantes la singularidad de la cultura y los paisajes de las zonas rurales, volcadas en un producto turístico cargado de identidad local. En este sentido el TR es visto como una estrategia de desarrollo, integrado con el resto de las actividades económicas, que da lugar a una diversificación productiva del área rural.

Es difícil encontrar una definición única y universal para este término, como también diferenciarla de otras modalidades como agroturismo, turismo verde o ecológico, turismo de avistaje o de caza, etc. Pero, lo que sí queda claro, es que se trata de productos que buscan captar la mayor cantidad de turistas posibles, al modificar levemente los subproductos y componentes del producto en general, adecuándolo a los nuevos requerimientos del mercado y fundamentalmente se deben adaptar a los costos de inversión que dichos cambios requieren (Santana Talavera, 2002, en Cáceres, 2015).

Los autores coinciden en afirmar que esta nueva tipología turística se estructura sobre la idea de "sustentabilidad". Es decir, perdurar ecológicamente en el largo plazo respondiendo a los intereses de las poblaciones locales, de modo que el impacto sobre el medio garantice un destino turístico sustentable (Cáceres, 2015).

Barrera (2009) fundamenta la importancia del TR señalando que fomenta:

- La diversificación de la economía
- La creación de empleo y fomento del arraigo rural
- La inserción de la mujer y de los jóvenes
- La revalorización del patrimonio gastronómico, arquitectónico, ambiental, es decir, todo el legado cultural
- El incremento de ingresos por el agregado de valor y mejora en la comercialización de la producción
- El fomento del asociativismo
- La mejora de la calidad de los alimentos y artesanías.

Dentro de las modalidades que puede asumir el TR se encuentra el Agroturismo, Ecoturismo, Turismo Aventura, Turismo Cultural, Turismo Cultural, Turismo Deportivo, Turismo Científico, Turismo Educativo, Turismo de Salud, Turismo Gastronómico y el Turismo Comunitario. En esta tesis nos interesa analizar el Turismo Comunitario en el cual prevalece la valorización de la identidad cultural y el fomento de las actividades vivenciales dentro de los núcleos comunitarios.

LA POLÍTICA TURÍSTICA NACIONAL Y EL TURISMO RURAL

Desde mediados de la década del 2000, comienza a observarse a nivel mundial, el crecimiento del turismo, como así también de sus beneficios y todas aquellas actividades asociadas a él. El Estado Nacional reconoce al turismo como una política prioritaria mediante la Ley Nacional 25.997 del año 2005 “Declárese de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país. La actividad turística resulta prioritaria dentro de las políticas del Estado” (SECTUR, s/f: 18).

En esta misma línea, la SECTUR (s/f), señala que: “Calificar el desarrollo de una actividad como “Política de Estado” implica considerarla, fundamentalmente, como eje central de la gestión gubernamental a la cual deben concurrir coordinadamente los distintos actores públicos y privados, orientando hacia su concreción los recursos humanos y económicos necesarios para otorgarle sustento.”.

Paralelamente y en cumplimiento de los postulados de la Ley de Turismo se desarrolla en el año 2005 el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS), el cual tiene como ejes el desarrollo económico con inclusión social y la conservación del patrimonio turístico nacional. Así es que señala que uno de los pilares de esta práctica será: “El respeto por la identidad y la participación de las comunidades, y del sector privado en la toma de decisiones. El turismo entendido de esta manera, se transforma en una actividad económicamente rentable, ambientalmente responsable, generadora de ingresos genuinos, de empleos decentes, y que contribuye tanto al bienestar de las personas como a la construcción de un país más justo y solidario” (MINTUR, 2011: 22).

A partir de lo cual, el Ministerio de Turismo de la Nación inició un proceso de diversificación de las modalidades de esta práctica de ocio, al mismo tiempo que se tejen nuevas redes de actores y se afianzan otras. Se impulsa, también de este modo el tan esperado desarrollo equilibrado del territorio turístico nacional, basado en parte en la diversificación en término de modalidades. En este sentido cabe mencionar como antecedente al Programa Nacional “RAÍCES” que surgió en el año 2000. RAÍCES fue el primer programa de turismo rural a nivel nacional, donde por primera vez la SAGPyA y la SECTUR trabajaron de forma conjunta. El mismo se presentó en el año 2000 y su objetivo general fue promocionar la actividad, diversificar los ingresos de los productores agropecuarios y de los empresarios turísticos. Con ello se pretende incorporar a la actividad agrícola ganadera todos los usos potenciales del suelo, incluyendo la comercialización de servicios turísticos sustentados en la naturaleza y cultura.

Este programa está destinado al sector rural, especialmente a los pequeños y medianos productores tradicionalmente generadores de materias primas, pero con posibilidades de realizar otras actividades para diversificar sus ingresos, entre los cuales el turismo rural presenta grandes perspectivas a través de la incorporación de la comercialización y prestación de servicios sustentados en la naturaleza y la cultural rural (Román y Ciccolella, 2009).

El programa fue el antecedente del Proyecto Nacional de Turismo Rural (PRONATUR), elaborado a fines de 2007 y coordinado por la SAGPyA, la SECTUR y el INTA. Esta última institución tuvo bajo su responsabilidad la capacitación de técnicos y emprendedores, vinculados al turismo rural. Las acciones de capacitación, asistencia técnica y transferencia de tecnología fueron dirigidas a crear una “masa crítica” de productores de turismo rural en condiciones de ofrecer un servicio de calidad, orientado a las necesidades de la demanda

interna y externa. Su finalización fue en el año 2011.

Por el otro, el Proyecto Nacional de Turismo Rural (PRONATUR) trabajó con la coordinación de las tres instituciones gubernamentales con fuerte injerencia en el turismo rural: la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos, la Secretaría de Turismo Nacional y el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuario (INTA).

TURISMO RURAL COMUNITARIO

Existe una amplia literatura respecto del turismo rural comunitario (TRC). Sin embargo no se logra unir en una definición concreta y universal. Se trata de una submodalidad del turismo rural que tiene su auge hace apenas unas décadas (Maldonado, 2007). El mismo “es aquel producto específico cuya principal motivación es el encuentro intercultural de calidad y mutuo interés con la población local y en el que la producción está sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados, para el bienestar de sus miembros” (Palomo Pérez, 2006).

En nuestro país, el Ministerio de Turismo de la Nación (MINTUR, 2009) lo define como “una práctica de turismo responsable que permite que las personas en sus viajes intercambien vivencias profundas con las comunidades locales teniendo como motivación principal el aprecio a los valores patrimoniales intangibles de la cultura viva”. Asimismo, considera que el TRC es aquel que, siendo gestionado por pueblos originarios y campesinos posibilita que los turistas reconozcan su forma de organización tradicional, sus saberes y su cosmovisión, en un proceso que genere a los prestadores ingresos equitativos, en función de la diversificación de sus actividades productivas principales.

De acuerdo a Solís Carrión, el Turismo Comunitario se está consolidando como una estrategia de desarrollo local, protagonizada por comunidades que habían sido tradicionalmente objetos de desarrollo antes que sujetos del mismo. La autora explica que este tipo de turismo se caracteriza por una forma de gestión basada, principalmente, por el respeto a las formas tradicionales de organización de una comunidad y que reúne tres perspectivas fundamentales:

- Una sensibilidad especial con el entorno natural y las particularidades culturales,
- La búsqueda de sostenibilidad integral (social y natural),
- El control efectivo del negocio turístico por parte de las comunidades.

Se trata de un nuevo modelo autogestionario de administración turística que principalmente implica:

- a) una democratización en el manejo de los emprendimientos y negocios turísticos;
- b) una distribución más equitativa de los beneficios económicos y sociales del turismo;
- c) una fuente de ingresos para las familias y la comunidad;
- d) una alternativa económica basada en el patrimonio cultural y natural, cuya conservación y puesta en valor permite implementar un modelo de desarrollo sostenible con identidad;
- e) un instrumento que co-ayude a la consolidación y gestión integral de los territorios indígena-campesino-originarios;
- f) una estrategia que evite la migración creando oportunidades y calidad de vida en las propias comunidades.

En esta tipología turística el elemento distintivo es la participación real de las comunidades receptoras en la gestión de la actividad. El rol activo de los habitantes del destino turístico se expresa en su colaboración dentro de la planificación, implementación y control de la actividad. Esto hace que sea posible la sustentabilidad conseguida gracias al empoderamiento social y a

su vez supone un provecho del turismo en base comunitaria. Asimismo, la participación de la sociedad local es fundamental para asegurar la generación y reinversión de los beneficios en el territorio local y para superar las contradicciones del crecimiento (Troncoso, 2010).

Otro rasgo importante es la preservación de la identidad étnica, la valoración y la trasmisión del patrimonio cultural y natural en todas sus formas. Las fuerzas del mercado pueden garantizar la promoción pero no su preservación y transmisión para las generaciones futuras. La Cumbre de Río destaca el papel fundamental que desempeñan en la gestión del medio ambiente, la preservación de la diversidad biológica y el desarrollo en general, los pueblos indígenas y sus comunidades como también las comunidades locales, debido a sus conocimientos y prácticas tradicionales. Por ende, los Estados deben reconocer y reforzar su identidad, cultura e intereses, promoviendo su participación en el desarrollo sostenible.

Respecto a lo comunitario indígena, y de acuerdo a Maldonado (2005), el mismo puede ser entendido como un sujeto social histórico, con derechos y obligaciones, cuya cohesión interna se sustenta en la identidad étnica, la posesión de un patrimonio común y la aceptación de un conjunto de principios, valores, normas e instituciones consuetudinarios, cuyo fin último es el bienestar común y la supervivencia del grupo con su identidad propia.

En un sentido más amplio, “lo comunitario designa un sujeto colectivo, con derechos y obligaciones, constituido en base a la adhesión voluntaria de sus miembros (individuos o familias), con o sin sustento institucional en el derecho consuetudinario o en una territorialidad común. La identidad puede nutrirse de un conjunto de objetivos, valores y normas de participación codificados por sus miembros” (Maldonado Carlos, 2005).

Otro aporte importante del autor, es la toma de conciencia sobre el patrimonio de la comunidad: “...El patrimonio comunitario está conformado por el conjunto de valores y creencias, conocimientos y prácticas, técnicas y habilidades, instrumentos y artefactos, representaciones y lugares, tierras y territorios, al igual que todo género de manifestaciones tangibles e intangibles compartidas por un pueblo, a través de las cuales se expresan sus modos de vida y organización social, su identidad cultural y sus relaciones con el entorno natural...” (Maldonado Carlos, 2005).

Por su parte Ernest Cañada señala las principales aportaciones del turismo comunitario:

- Diversificación productiva, creación de empleo y generación de recursos directos: El turismo ha sido una vía de diversificación de las actividades productivas de las comunidades rurales, además la puesta en marcha de este tipo de actividad ha generado nuevas fuentes de empleo, las cuales no solo han generado ingresos monetarios sino que hay permitido a las familias mejorar su bienestar y condiciones de vida.
- Mantenimiento de propiedades y mejora de infraestructuras: El desarrollo turístico por parte de las comunidades ha contribuido a la revalorización de los bienes y recursos comunitarios (tierra, agua), como también las infraestructuras familiares y comunitarias han tenido diferentes usos, beneficiando también a las poblaciones locales.
- Dinamización de la economía local: Los beneficios generados por la actividad turística también han sido utilizados en el progreso y fortalecimiento de otras actividades productivas dentro de las mismas cooperativas o comunidades rurales.
- Protección y democratización en el acceso de los espacios rurales: El turismo comunitario pone a disposición de la mayoría de la población espacios, infraestructuras y servicios. Y por otra parte la mayoría de las iniciativas comunitarias se han desarrollado a la par que estrategias de protección y cuidado del medio ambiente, impulsadas por la local.
- Cambios en las relaciones de género: Los trabajos de atención y servicio a los turistas han recaído, en su mayoría, en las mujeres de las comunidades, este protagonismo que adquirieron les ha permitido incrementar su participación en los asuntos públicos de la comunidad, como también ha generado cambios en las relaciones de poder entre hombres y mujeres.

- Oportunidades de enriquecimiento cultural: Las actividades turísticas en los espacios rurales ha representado una oportunidad para la revalorización y reconocimiento de lo rural, su cultura material (arquitectura, trabajos, cocina) y sus diferentes expresiones artísticas (música, bailes, canciones). Por otro lado, el contacto con población de otros lugares y países ha sido una oportunidad especial para la gente del campo para enriquecerse culturalmente (Cañada, 2010).

Mientras que Goodwin y Santilli (2009), consideran que hay una gran variedad de razones que identifican a las iniciativas de TRC como proyectos exitosos, al entender que se cumplen la mayoría de las cinco principales razones para este tipo de iniciativas: capital social y empoderamiento, desarrollo económico local, los medios de subsistencia, conservación y medio ambiente y viabilidad comercial.

Sin embargo, existen otros autores que plantean la necesidad de repensar los supuestos efectos positivos de esta práctica turística. Es así que en la última década diferentes estudios están descubriendo que existen serios problemas de la viabilidad, tanto por el hecho de que la demanda parece estancada mientras que la oferta ha tenido un crecimiento exponencial (Díez & Bazzani, 2005; Notzke, 2006) como porque los mercados son excesivamente elásticos (Santana, 2009). Pero principalmente porque el acceso a los turistas siempre está mediatizado por agentes foráneos (tour- operadores, guías, transportistas, etc.), lo que no permite un control real del negocio por parte de la población local, por el contrario es aprovechado por esos mediadores para imponer sus condiciones.

Otro ámbito de debate es su impacto en las relaciones de género: generalmente se plantea que este tipo de turismo puede mejorar la autoestima de la mujer, pero también puede ocurrir que acabe con sus roles tradicionales y que la mujer asuma la mayor parte del esfuerzo en la nueva actividad, ya que implica tareas del ámbito doméstico como el alojamiento o la alimentación de los visitantes. Por otro lado, hay especialistas que advierten del riesgo de que la nueva actividad turística, desvíe tiempo y esfuerzo en desmedro de las prácticas laborales tradicionales. (Gascón, 2011).

Otro de los puntos que señalan los especialistas es la dificultad de la “población local para controlar y gestionar una actividad compleja y para la que tienen escasa o nula formación, o que mayoritariamente son iniciativas promovida por agentes foráneos (ONG, políticas gubernamentales) y no propuestas endógenas. Igualmente se le acusa de ser un mecanismo a nivel “micro” de mercantilización de la naturaleza. Incluso se empieza a dudar de su real capacidad para generar ingresos que permitan reducir los niveles de pobreza de la población local, factor que era uno de sus principales atractivos” (Gascón, 2011).

Un aspecto sobre el que cada vez se presta más atención es la distribución de los beneficios y la conflictividad que esta actividad puede generar dentro de la comunidad (Scheyvens, 2003). Respecto de los beneficios, es importante atender el modo de administración y distribución de las ganancias propias de la actividad, y también hacer hincapié en si los cambios sociales, culturales y ambientales que puede generar la actividad turística se ven compensados con las ganancias económicas que estas generan.

LA POLÍTICA TURÍSTICA NACIONAL Y EL TURISMO COMUNITARIO

En la última década las acciones políticas en general y turísticas en particular, muestran el apoyo desde el Estado a los emprendimientos de TRC. En efecto, en el año 2006, surge en la SECTUR un área para trabajar cuestiones referidas a las experiencias de TRC existentes en nuestro país. Así, nace la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (en adelante RATuRC), conocida en un primer momento como la Red Federal de Turismo en Ámbitos Rurales (Cáceres, 2015).

La misma se presenta como una entidad que promueve: “La autogestión comunitaria del turismo de pueblos originarios y comunidades campesinas, fortaleciendo y difundiendo la oferta de turismo rural comunitario como un nuevo producto turístico que permite captar nuevos segmentos y nichos de mercado” (Ministerio de Turismo de la Nación, 2012).

Entre sus objetivos, se plantea:

- Fortalecer el desarrollo participativo de emprendimientos turísticos comunitarios, en el marco de sus propias estrategias, miradas y procesos.
- Consolidar la red nacional de referentes técnicos en terreno.
- Gestar una estrategia comercial específica y facilitar un marco normativo adecuado al turismo rural comunitario.
- Incentivar y acompañar la gestión de redes regionales.
- Promover el intercambio de experiencias locales.

La política turística comunitaria, es entendida como un encadenamiento de lazos de responsabilidades entre el Estado y las distintas comunidades locales (Cáceres, 2013). En efecto, el Ministerio 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).

De esta manera, en términos de Román y Ciccolella (2009), la misión de la RATuRC es: “contribuir al desarrollo local mediante el fortalecimiento de la gestión comunitaria del turismo de pueblos originarios y comunidades campesinas, sustentada en principios de reciprocidad, participación y valoración del patrimonio natural y cultural, garantizando el respeto a los territorios y la identidad”.

La RATuRC pretende que en los primeros años, cada emprendimiento comunitario, trabaje acompañado de un asesor técnico proveniente de organismos públicos estatales. El mismo debe retirarse una vez que la comunidad haya logrado el empoderamiento.

Los técnicos tienen como tareas generar encuentros 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 TRC (Román y Ciccolella, 2009; Cáceres, 2013).

LA POLÍTICA TURÍSTICA DE SALTA Y EL TURISMO COMUNITARIO

Desde el año 2011, el gobierno de Salta viene trabajando en la creación y consolidación del producto turismo rural comunitario, que nació con el objetivo principal de diversificar la oferta turística actual y dar impulso institucional y continuidad a una modalidad de turismo auto gestionado por las comunidades de pueblos originarios y campesinos en ámbitos rurales.

Desde el Ministerio de Cultura y Turismo de la provincia se entiende y promociona al TRC, como: “Una forma de gestión del turismo que aúna tres perspectivas: una sensibilidad especial con el entorno natural y las particularidades culturales, la búsqueda de sostenibilidad integral (social y natural), y el control efectivo del negocio turístico por parte de las comunidades (Gobierno de la Provincia de Salta, 2012: 75).

De igual modo, específicamente en relación a la planificación de este tipo de turismo, es importante mencionar tres aspectos:

1. En el año 2011, se crea un área de turismo comunitario dentro del organigrama de la Dirección General de Planificación del Ministerio de Cultura y Turismo, la cual interviene activamente en la reglamentación de turismo rural comunitario para la provincia y tiene como principal tarea generar distintas instancias de asesoramiento, capacitación y puesta en valor de las áreas rurales, en especial aquellas que hacen referencia a las tareas cotidianas del campo, el paisaje y el usos que se haga de él, entre otras. Este acompañamiento promovió que esta cooperativa agro-turística se consolidara y propongan objetivos a seguir (Cáceres, Troncoso, 2015). Esto implica reconocer y destinar esfuerzos y recursos a una forma de hacer turismo que no era la predominante ni prioritaria a nivel provincial.

2. Por otro lado, la cuestión de turismo comunitario es incluida en el Plan Estratégico de Turismo Salta SI + (2010-2020). El mismo cuenta con programas generales para desarrollar una temática específica con presencia en distintos destinos del territorio provincial. Uno de estos programas es el de turismo comunitario a través del cual: “Se desea captar un turismo dispuesto a sentir, conocer y comprender culturas diferentes a las propias, atraer un público respetuoso de los saberes y costumbres de los pueblos originarios y del entorno paisajístico donde los mismos se desarrollan” (Gobierno de la provincia de Salta, 2012: 95). Asimismo este plan dispone de otras herramientas de planificación para esta modalidad turística: “Se propone la elaboración de un Plan Estratégico de Turismo Comunitario, donde a partir de una metodología dada, sean los propios pueblos originarios quienes desarrollen sus contenidos y prioridades de aplicación” (Gobierno de la provincia de Salta, 2012: 95).

3. Por último, en el año 2013 se crea la Resolución N° 195/2013, la cual es una reglamentación específica para este tipo de turismo. En la misma se establecen las disposiciones del TRC, las actividades, productos y servicios que ofrece este tipo de turismo, las funciones del Registro Único Provincial del los Emprendimiento de Turismo Rural Comunitario, cómo deben inscribirse los emprendedores a tal registro, las condiciones mínimas para la operación turística del TRC, las opciones para comercializar el producto, las características y funciones del Consejo Asesor de TRC, las funciones de los municipios frente al TRC y por último el Régimen Sancionatorio.

CAPÍTULO III: EL COOPERATIVISMO COMO ESTRATEGIA DE ORGANIZACIÓN EN TURISMO

El fenómeno de la globalización se convirtió en la clave para explicar muchas de las transformaciones económicas, sociales y culturales que vienen impactando en nuestra sociedad hace aproximadamente más de dos décadas. Esta situación se ve reflejada tanto en las zonas urbanas como rurales, pero con mayores consecuencias sociales en las últimas. El declive de las actividades agrícolas tradicionales, la pérdida de oportunidades de trabajo, el éxodo de sus habitantes hacia las zonas urbanas y el consiguiente envejecimiento de la población, las deficiencias de infraestructuras y servicios básicos son algunas de las tantas causas que están provocando el empobrecimiento de las zonas rurales, principalmente del interior, llevando así a un desequilibrio socioeconómico. (Fernández Méndez, M, Martínez, A., 2002).

El concepto de economía globalizada es dominante. En la misma se habla siempre desde la óptica de integración de capitales, alianzas estratégicas, franquicias y otras acciones. Ante este escenario es importante rescatar el concepto de solidaridad para poner en valor la capacidad del ser humano en toda su dimensión. Esa solidaridad se efectiviza con la práctica de la integración humana. Dos claros ejemplos de integración humana y de participación ciudadana son el turismo y el cooperativismo. (Asensio, M.s/f).

El cooperativismo es la forma de organización empresarial más conocida de la economía social. Esta última se define como “todas las formas de dirección de la vida de los pobres con vistas a disminuir el coste social de su reproducción y a obtener un número deseable de trabajadores con un mínimo de gasto público”. (Donzelot, 1978: 20 en Danani,2004:3). Este tipo de economía posee diferentes denominaciones: tercer sector, economía solidaria, sector emergente, sector no lucrativo, sector voluntario, organizaciones no gubernamentales, entre otros.

Según Monzón (2006), la economía social no se orienta a la sustitución del sistema capitalista sino que emerge como una institución más del sistema. El concepto de solidaridad implica acción recíproca, ayuda mutua y solución de problemas compartidos. Esta propuesta se centra en el trabajo humano en conformar asociaciones e identifica al sujeto como eje de la actividad económica.

La Alianza Cooperativa Internacional (ACI), define a la cooperativa como “una asociación autónoma de personas que se unen voluntariamente para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes a través de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada”.

Los principales valores cooperativos son:

- Autoayuda
- Autoresponsabilidad
- Democracia
- Igualdad
- Equidad
- Solidaridad
- Honestidad
- Transparencia
- Responsabilidad Social
- Preocupación por los demás

Los principios cooperativos son el marco dentro de cuyos límites pueden actuar las cooperativas y guiar su futuro. Sirven como pautas para juzgar comportamientos y tomar decisiones. Son independientes unos con otros, cuando uno se ignora los otros se debilitan.

1. Asociación voluntaria y abierta

Las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas para todas aquellas personas capacitadas para utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades de ser socios, sin discriminación por motivos de género, raza, clase social, posición política o religiosa.

2. Control democrático por parte de los socios

Las cooperativas son organizaciones democráticamente gestionadas por sus asociados, quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones, en forma directa (un socio, un voto) o indirecta, de acuerdo al tipo de cooperativa y las decisiones a considerar

3. Participación económica de los miembros

Los miembros contribuyen de manera equitativa y controlan de manera democrática el capital de la cooperativa. Por lo menos una parte de ese capital es propiedad común de la cooperativa. Usualmente reciben una compensación limitada, si es que la hay, sobre el capital suscrito como condición para asociarse.

4. Autonomía e Independencia

Las cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus miembros. Si entran en acuerdos con otras organizaciones (incluyendo gobiernos) o tienen capital de fuentes externas, lo realizan en términos que aseguren el control democrático por parte de sus miembros y mantengan la autonomía de la cooperativa.

5. Educación, Entrenamiento e Información

Las cooperativas brindan educación y entrenamiento a sus miembros, a sus dirigentes electos, gerentes y empleados, de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de sus cooperativas. Las cooperativas informan al público en general (particularmente a jóvenes y creadores de opinión) acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo.

6. Cooperación entre Cooperativas

Las cooperativas sirven a sus miembros más eficazmente y fortalecen el movimiento cooperativo trabajando de manera conjunta por medio de estructuras locales, regionales e internacionales.

7. Compromiso con la comunidad

La cooperativa trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus miembros. (Ressel A., Silva N., Coppini V., Nievas M., 2013).

En nuestro país, las primeras experiencias cooperativas se desarrollaron a partir de las últimas décadas del siglo XIX y estaban vinculadas fundamentalmente a la entrada masiva de inmigrantes europeos requeridos por el modelo económico impuesto en el país a partir de la organización del Estado. Los mismos no solo aportaron técnicas y procedimientos de trabajo sino también tradiciones y formas mutuales de organización que introducían ideas de solidaridad y cooperación a través de instituciones en que se agrupaban por nacionalidad, colectividad, fe religiosa, clase social, oficio o actividad. Este movimiento tuvo mayor presencia en la Ciudad de Buenos Aires, pero luego se expandió a otras ciudades, pueblos y también al ámbito rural (Daniel Plotinsky, 2015).

Los inmigrantes europeos traían consigo ideas de solidaridad, cooperación y mutualismo y otras visiones revolucionarias para la época, como es el caso de las ideas socialistas y anarquistas. Motivados por la necesidad de organizarse y subsistir a tierras ajenas, se agruparon en

organizaciones comunitarias que les permitían mantener viva su cultura de origen, su modo de pensar y sus prácticas económicas, frente al avance de un sistema capitalista que ya mostraba su lógica de exclusión. Además les permitió poder representarse frente al Estado y otros sectores sociales, adquirir servicios sociales y educativos y construir liderazgo para las asociaciones privadas, sindicatos, entidades mutuales y partidos políticos de la clase obrera.

El origen de las primeras entidades cooperativas argentinas se puede dividir en dos grupos:

- Un grupo de las mismas fue creada por sectores obreros con el fin de liberarse de la explotación capitalista o, por lo menos, atenuar sus efectos.
- Otro grupo de entidades fueron promovidas por integrantes de las capas medias y la pequeña y mediana burguesía con el objetivo de buscar soluciones a sus problemas sociales y económicos y poder desarrollar su actividad comercial o industrial.

Sin embargo, hasta la sanción de la primera ley de cooperativas, en 1926, entre las sociedades que ostentaban la denominación de “cooperativa” hubo:

- algunas que lo eran realmente,
- otras que cumplían parcialmente los principios rochdaleanos
- y un gran número que eran simples empresas lucrativas. En algunos casos esto se debía a la falta de conocimiento sobre el tema, pero otros muchos a un intento de aprovecharse de una seudo finalidad social (Plotinsky,2015).

La nueva ley permitió el funcionamiento de verdaderas cooperativas, excluyendo a aquellos proyectos que solo usaban la forma solidaria para llevar adelante emprendimientos que eran, en realidad, lucrativos y alejados de los principios de la cooperación. A partir de la sanción de la ley comenzó a desarrollarse un nuevo período, marcado por el crecimiento tanto en la cantidad como en la operatoria cooperativa, esta vez con un marco regulatorio establecido y con una conciencia de la práctica solidaria.

El movimiento cooperativista, con voz y representación frente a las comunidades crea empleos y es una herramienta para luchar contra la pobreza, que combina valores con ganancias y que busca una globalización más justa y participativa, debe ser considerado como un actor clave en la búsqueda de sociedades más justas, más productivas y más equilibradas. (Castelli, Blas José, s/a, 36).

Según Castelli, “El cooperativismo es un instrumento de cambio, de progreso, de transformación. Nació en períodos de crisis en el mundo y contribuyó a resolver problemas de empleo, producción, consumo, vivienda; problemas vinculados con la salud, la recreación, el turismo, el esparcimiento de créditos”.

De este modo, el turismo y el cooperativismo son sistemas utilizados como herramientas de desarrollo sustentable por su poder de reacción rápida ante situaciones de crisis. Las cooperativas de turismo constituyen una propuesta alternativa de la sociedad civil para crear fuentes de trabajo, reforzando su espíritu integrador mediante el trabajo en red. (Asensio, s/f)
Se considera que desarrollados simultáneamente, el cooperativismo y el turismo, ayudan y complementan a las actividades existentes en el ámbito agrario, permitiendo, entre otras cosas, que los productores incrementen el valor añadido de su trabajo, obtengan una renta adicional que posibilite su mejora, al mismo tiempo que fomente el desarrollo sostenible de la actividad turística. (Lorenzo, s/f.)

Las cooperativas son espacios que promueven acciones económicas sociales y culturales que permiten participar en los procesos de integración regional. Son herramientas que promueven la complementariedad económica y productiva para permitir el desarrollo.

El cooperativismo y el turismo se potencian por tener ambos puntos en común: son impulsores de la economía por su efecto multiplicador, son incentivadores del intercambio cultural y tienen al hombre como principal actor. (Asensio, s/f). El cooperativismo puede ser una herramienta importante que juegue a favor de un mundo con más solidaridad y justicia social.

Gorini (2004), dirigente del cooperativismo argentino, mencionaba que existen dos maneras de hacer cooperativismo: el de la cooperativa que se conforma con prestar de buena manera un servicio, y el cooperativismo que se involucra en los problemas de la comunidad en busca de un sistema de mayor equidad.

En el caso de la RTC se orienta a esta última visión, a través de una participación creciente en la actividad turística, mediante la aplicación y difusión de los principios y valores del cooperativismo y participando activamente tanto en el seno de la propia organización en los Valles Calchaquíes, como en los movimientos populares de la red que comparten dichas aspiraciones de construir una sociedad justa y solidaria.

Asimismo, como antecedente de la utilización de este tipo de organización, pueden visualizarse dos ejemplos en las zonas de los Valles Calchaquíes.

Por un lado, la Cooperativa Vitivinícola Trassoles. En el año 2000, la situación de las grandes bodegas y la producción de uvas en baja generaron una importante emigración de trabajadores en búsqueda de nuevas oportunidades. Esta cooperativa se formó cuando un grupo de productores decidió juntarse y buscar una alternativa al desarraigo. A partir del año 2003, los vitivinicultores encontraron en el asociativismo mecanismos para fortalecer sus producciones y elaborar un excelente vino (Ministerio de Agroindustria, 2013).

Esta cooperativa luego trasciende a través de los años con el desarrollo de varios proyectos, entre los que se destaca la construcción de una bodega. Sus miembros creían que a través de este proyecto podrían darle un valor agregado importante a su materia prima, con ella producir el vino y luego venderlo como producto terminado y de esta manera le llegaría un buen margen de ganancia a cada socio.

Es así que en el año 2008, con el excedente de la venta de sus vinos, compran el terreno de la cooperativa, y luego continúan con la construcción del galpón y con la presentación de diferentes proyectos lograron invertir en equipamiento, construir un laboratorio, una sala de insumos para la elaboración, una oficina y un salón de degustación y venta.

El objetivo de esta cooperativa es fortalecer la identidad del productor, mejorando sus ingresos y sus viñedos, de manera que los pequeños agricultores puedan mantener sus fincas.

Y por otro lado, la Cooperativa Agropecuaria Forestal de San Carlos, por medio de la cual, en el año 2008 los pimentoneros de Salta encontraron una herramienta esencial para impulsar acciones de fortalecimiento de sus producciones a través del cooperativismo. Además, a través de un convenio con la Universidad Nacional de Salta incorporaron un secadero solar. La experiencia se inició con 25 socios y al año ya eran 42. Esta iniciativa tuvo por finalidad mejorar la rentabilidad de los pequeños productores rurales de pimientos y aromáticas de San Carlos, Animanà y localidades vecinas de los Valles Calchaquíes.

La cooperativa nace en parte acompañada por la Secretaría de Agricultura Familiar junto con el financiamiento de la ONG Asociación para el Desarrollo Social, ADESO de Argentina y Proyecto Local de España, en el marco de la estrategia de la Cooperación Española de lucha contra la pobreza y en pro del desarrollo de las capacidades humanas de la población rural, de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

A nivel local el proyecto se denomina PROSOL SALTA y específicamente apunta al incremento de los volúmenes y calidad de la producción, que permitan abastecer a clientes en forma

regular; el desarrollo del producto disecado a través de la incorporación de tecnologías de disecado solar para la elaboración de productos hortícolas de calidad artesanal; la incorporación de normas de calidad, legislación alimentaria y de preservación del medio ambiente y la conformación de una Empresa Social Cooperativa de Comercio Limpio y Comercio Justo.

Con respecto al turismo, La Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes optó por este tipo de organización conformando una cooperativa de alcance territorial, para así evitar la individualidad y fortalecer la unión entre las familias de las comunidades que componen la RTC. Así lo expresan en su página web: “Somos una cooperativa formalmente constituida desde fines del año 2008; reconocidas por el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social INAES. Y hemos elegido este formato de organización, porque expresa nuestra forma de hacer y de pensar: es horizontal, participativa, equitativa, igualitaria y promueve la economía local, el saber campesino como valor agregado, la seguridad agroalimentaria tradicional y el comercio asociativo a precios justos en mercados responsables”.

La RTC responde a los principios cooperativos mencionados anteriormente, los cuales sirven como pautas para el proceso de toma de decisiones. Esto se puede evidenciar ya que la red es una organización donde sus miembros decidieron reunirse de forma voluntaria para comenzar a hacer turismo en la zona y así poder diversificar su economía de subsistencia, basada hasta entonces solamente en la producción agropecuaria y en algunos trabajos artesanales de bajo alcance. Mediante la creación de la red nace un nuevo sentido de pertenencia entre las familias que comienzan a ver que el trabajo conjunto las empodera en cierta forma y las fortalece, generando a su vez nuevas capacidades y oportunidades.

La misma tiene un control democrático por partes de sus socios. Esto lo expresan en su página web: “Las decisiones las tomamos en asamblea general de socias y socios, pues nos juntamos bimensualmente, nos informamos, discutimos, evaluamos participativamente y decidimos. De este modo, nuestra organización va creciendo, con el aporte de todas y todos. Este mecanismo de reuniones, decisiones participativas y unión, la venimos cumpliendo sin interrupciones desde mayo del año 2004”.

Al respecto, su presidenta Soledad Cutipa afirma: “Todos los integrantes de la red participan en la toma de decisiones”.

Con respecto a la participación económica de sus socios y a partir de la información dada por los entrevistados, sabemos que el método de financiamiento empleado por la RTC consiste en un aporte permanente de las familias que la integran.

El mismo está compuesto por:

- El aporte semestral por familia para el pago de los gastos operativos conjuntos: alquiler de oficina, pago de comestibles, gastos de internet, teléfono, gastos administrativos y de librería.
- El aporte total de mano de obra voluntaria y materiales locales por familia para las obras de mejoras de viviendas y talleres.
- A esto se suma los aportes que surgen de las ganancias generadas por esta actividad. El 20% del precio del paquete y de las artesanías vendidas se destina a un fondo común que se utiliza para dar charlas a otros emprendedores o necesidades en cada comunidad.
- Por otro lado, la RTC ha obtenido apoyo financiero de diversas instituciones, como ser PSA y PROINDER de Salta, Embajada de Suiza, Programa de Pequeñas donaciones del PNUD y Plan Manos a la obra del MDS entre otras.

Respecto a la autonomía e independencia, si realizan acuerdos con otras organizaciones, lo deciden en las asambleas y lo realizan asegurando el control democrático de sus miembros y manteniendo su autonomía.

En cuanto a la educación y entrenamiento de sus miembros, los mismos realizan capacitaciones que les brinda el gobierno respecto a diferentes temáticas: primeros auxilios, diseño de circuitos, técnicas y guiados, manipulación de alimentos, interpretación del patrimonio, identidad, promoción y manejo de herramientas para promoción, cooperativismo, economía social y solidaria, entre otras. Mediante las capacitaciones y reuniones, se transmite a los miembros de la RTC la importancia que tiene esta actividad en cuanto al cuidado del medio ambiente y al enriquecimiento cultural tanto para la comunidad de campesinos como para los turistas.

Además la RTC trabaja en forma conjunta con otras cooperativas. La red tiene contacto con redes similares de otros lugares, y considera muy importante el intercambio de experiencias para lograr mejoras. Entre las redes se destacan: la Red de Turismo Rural Comunitario (RATURC), la Red Latinoamericana de Turismo Rural Comunitario (REDTURS), entre otras. También es importante destacar que miembros de la RTC han visitado otros emprendimientos similares, como nos cuenta Soledad Cutipa en la entrevista: "Tuve la experiencia de hacer este tipo de turismo en otros países como Perú, Colombia y Nicaragua".

Y por último la RTC trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus miembros.

El espíritu cooperativo y comunitario de su organización, se expresa en el modo de tomar decisiones, en la redistribución concreta de los beneficios entre las familias socias y entre sus comunidades y en la lucha por la igualdad de oportunidades para el sector campesino. Es un espacio que dignifica y revaloriza el trabajo y el rol de la mujer y por ello, la mayoría de las socias y del directorio de su cooperativa son mujeres campesinas.

Ofrecen una propuesta vivencial de turismo rural comunitario; que es la modalidad de turismo gestionado asociativamente por las organizaciones campesinas y comunidades indígenas; donde la motivación más importante es el encuentro de culturas, la convivencia respetuosa, el contexto natural y la economía social y solidaria que genera equidad, inclusión, buen vivir y arraigo sobre los territorios ancestrales.

También a partir de lo expresado por los entrevistados, el viajero que elige la oferta de su cooperativa, elige ser compañero de la autogestión campesina, promotor del turismo responsable y equitativo, socio del comercio justo, amigo de la naturaleza y aliado del buen vivir de las comunidades campesinas.

En una entrevista con quien fue el asesor técnico de la RTC y estuvo presente en todo su proceso de conformación, nos comentó que en su momento decidieron avanzar en tomar forma jurídica colectiva para dejar de estar en la informalidad. Tenían como opción ser una asociación civil o una cooperativa. Él sostiene que: "Se tomó la decisión de elegir una cooperativa por una cuestión coherente de que es una actividad comercial y es la única organización jurídica que puede comercializar. La otra alternativa era sin fines de lucro y pensamos que no era adecuado".

Ramiro Ragno concuerda con Soledad Cutipa en que al día de hoy la cooperativa es democráticamente algo perfecto en el seno de la organización pero a nivel administrativo impositivo fiscal es una organización extremadamente compleja de sostener para los integrantes de la red. Es una forma de organización muy burocrática, sumado al manejo de muchos papeles, sobre todo en cuestiones impositivas, hace que la cooperativa sea adecuada hacia afuera para la emisión de facturas, pero sostener esa forma jurídica es ajeno al mundo del campesino indígena. Y la asociación civil tiene esa incoherencia de poder ser pero, al ser una organización sin fines de lucro, no debería comercializar o facturar actividad comercial (Ragno Ramiro, 2018).

Coincido con las palabras del técnico cuando comenta que: “para los campesinos indígenas me parece que la cooperativa sigue siendo algo muy burocrático, difícil de sostener y si tendríamos que dar vuelta atrás creo que hubiésemos conformado con ellos una asociación civil que es mucho más fácil de sostener, siempre y cuando emitan facturas y se rindan los balances anuales, toda la ganancia demuestre que va a los socios y no a la asociación que es sin fines de lucro”.

De acuerdo a Ramiro Ragno: “quizá lo más adecuado sería empezar con asociación civil y después de varios años los campesinos conformarse en cooperativa, ese sería el camino adecuado al día de hoy. Igualmente estamos vinculados con contadores y abogados porque estamos repensando nuevas formas jurídicas adecuadas para el sector campesino”.

CAPÍTULO IV: LA RED DE TURISMO COMUNITARIO DE LOS VALLES CALCHAQUÍES

CONTEXTUALIZACIÓN GEOGRÁFICA Y DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS VALLES CALCHAQUÍES

CONDICIONES FÍSICO - NATURALES

La región de los Valles Calchaquíes, constituye una unidad geomorfológica y climática comprendida por un sistema de valles y montañas localizados en el sector Noroeste Argentino, que se extiende de norte a sur en una extensión de aproximadamente 520 Km. Esta región central atraviesa a la provincia de Salta, el extremo oeste de la provincia de Tucumán y el sector noreste de la provincia de Catamarca.

En este trabajo consideramos como unidad de estudio al sector Salteño, la zona del Valle Calchaquí que se ubica al centro-oeste de la provincia, y coincide con los departamentos de La Poma, Cachi, Molinos, San Carlos y Cafayate. Esta porción de los Valles que se encuentran en Salta posee una extensión aproximada de 200 km por unos 70 km de ancho.

Uno de los sistemas montañosos de la zona es el Nevado de Cachi, el mismo se encuentra enclavado en la Cordillera Oriental, formando parte de las sierras más occidentales de la misma. Se trata de una cadena montañosa que se extiende en sentido norte a sur, y está formada por nueve cumbres, siendo la más alta la denominada Cumbre Libertador General San Martín, de 6.380 m.

El Nevado de Cachi se prolonga hacia el norte con la sierra del Nevado de Palermo, conformado por cuatro cumbres, siendo la mayor la cumbre de Palermo, de 6.200 m. En su conjunto, los cordones de Chachi-Palermo, cierran al Valle Calchaquí por el oeste, y lo separan de la región de la puna.

Tanto el nevado de Cachi, como el de Palermo se pueden apreciar claramente con todas sus cumbres, cuando se transita por la ruta 33, que une Salta y el Valle de Lerma, con el pueblo de Cachi, en pleno Valle Calchaquí.



Fuente: Portal web del MinCulTur de la Provincia de Salta

En relación al clima, el Valle Calchaquí posee un clima cálido y seco, en donde domina la presencia del sol y escasas precipitaciones (no superan los 400 mm anuales) por lo general concentradas en la temporada de verano. El tipo de viento que afecta a la zona se caracteriza por ser suave, cálido y seco, aunque en determinadas épocas del año tal sequedad, puede ser "interrumpida" por la humedad evaporada del río Calchaquí. La temperatura suele promediar los 20 °C, aunque puede ser diferente dependiendo de la altura del terreno y la latitud. Esta zona presenta un tipo de vegetación xerófila, la cual se corresponde con la aridez del suelo.

Los cursos de agua más importantes de la zona son los Ríos Santa María (lo recorre de sur a norte) y Calchaquí (lo recorre de norte a sur), ambos confluyen próximos a la localidad de Cafayate, formando el río de las Conchas. El agua que circula en el río Calchaquí, nace en el nevado de Acay como agua dulce, sufren un proceso de salinización al atravesar la región del Saladillo, en cercanías de La Poma, con lo cual se tornan imposibles para su uso en riego de producción de frutales y legumbres pero si son aptas para el riego de alfalfa, cebolla, ajo, pimienta para pimentón, entre otros.

CARACTERÍSTICAS PRODUCTIVAS

Las principales actividades económicas de los Valles Calchaquíes son la producción agrícola bajo riego como la vid, que encuentra condiciones naturales óptimas para su desarrollo. Salta es una de las provincias argentinas con mayor tradición vitivinícola, las primeras bodegas datan del siglo XIX. Los viñedos se extienden por más de 3.200 hectáreas entre los departamentos de Cafayate, San Carlos, Angastaco, Molinos y Cachi.

Con cuatros siglos de tradición, los últimos años la industria vitivinícola experimentó un importante crecimiento favoreciendo la elaboración de vinos de calidad, reconocidos en los concursos y mercados internacionales. Esta particularidad de los vinos salteños es el resultado de la combinación de las condiciones privilegiadas del terruño y de la innovación tecnológica, sumadas a la dedicación y el conocimiento de los hombres y de las mujeres del vino.

Otra de las actividades principales es la siembra de forrajeras, aromáticas como el pimiento para pimentón, comino, anís, el cultivo de tomates y cebollas y variedades de frutales, zanahoria y poroto (Arqueros y Manzanal, 2004). La mayoría de sus productores cuenta con explotaciones de tipo familiar (con diferente grado de capitalización) y combina la producción de cultivos comerciales con el autoconsumo (Arqueros y Manzanal, 2004). La producción de mayor rentabilidad, hectáreas y volumen es el pimiento para pimentón y le sigue la actividad vitivinícola.

El turismo se presenta como otra actividad económica característica de la zona. Los Valles Calchaquíes ofrecen una amplia variedad de atractivos turísticos, los cuales comprenden el entorno natural, el paisaje, la existencia de zonas fértiles y con cascadas, y a pocos kilómetros la puna y las salinas. Pero también la gran cantidad de elementos vinculados con el patrimonio cultural, iglesias del período colonial, ruinas de poblaciones originarias, tradiciones criollas como la música y las comidas.

El tradicional atractivo turístico de esta zona se representan con la famosa “Vuelta de los Valles” en la cual los turistas pueden disfrutar de magníficos paisajes y de la cultura de los antiguos pueblos. Entre sus principales atracciones se destacan la Quebrada del Escope, la Cuesta del Obispo, Seclantas, Molinos, San Carlos y la Quebrada de las Conchas.

Sin embargo, en los últimos años, dos de los atractivos de “la Vuelta de los Valles”, comenzaron a posicionarse a partir de la mejora en infraestructura vial, hotelera y el aumento de turistas, es el caso de Cafayate y Cachi.

A fines del siglo XX, Cafayate comenzó a ser visitada con fines turísticos. Los turistas comenzaron a llegar atraídos por nuevos productos relacionados a lo rural y a lo agropecuario, como es el caso del turismo gastronómico, la ruta del vino y el turismo rural comunitario.

Cafayate siendo uno de los centros más importantes de los Valles Calchaquíes genera importantes fuentes laborales para sus pobladores, tanto en la producción vitivinícola como en el turismo. Esta última tiene relación con varios sectores tales como la gastronomía, locales recreativos, el transporte y el comercio (Arqueros, 2007). Los productores, para incrementar sus ingresos, han incursionado en la explotación turística de las bodegas. Esto ocurre en la década de 1990 cuando las bodegas comenzaron a venderse a capitales extranjeros y esto trajo como consecuencia un alto nivel de desempleo y un aumento del procesos de urbanización en las afueras de los pueblos más importantes (Cáceres y Troncoso, 2015).

Por su parte Cachi, ofrece la combinación se sitios arqueológicos, testigos de antiguas civilizaciones con un increíble paisaje natural. Su antigua iglesia, sus casas perfectamente conservadas y las calles de piedra le dan un encanto especial. Entre sus principales atractivos turísticos se distinguen el Parque Nacional los Cardones y el Nevado de Cachi, montaña más alta de los Valles Calchaquíes.

En los últimos años, la oferta de servicios turísticos en la región del Noroeste Argentino se diversificó, debido a la ampliación de la conectividad con otros puntos del país y con el exterior (a través del aumento en el número de vuelos que llegan a la capital provincial); en particular el gobierno salteño ubicó al turismo en un lugar destacado de su agenda política.

El centro geográfico de esta zona es el pueblo de San Carlos, el cual está localizado a 210 km de la ciudad de Salta capital y se accede al mismo, desde esta ciudad, por la ruta nacional 68 y por la ruta nacional 40 desde Cachi hacia el norte. San Carlos está situado a 24 km de Cafayate.

Generalmente, las comunidades se encuentran en las proximidades de la ruta 40. Se puede acceder a la zona por rutas pavimentadas, mientras que los caminos aledaños son de tierra y en época de lluvias (verano) pueden ocurrir cortes temporales debido a la lluvia.

Además se puede acceder a la zona por medio de servicios diarios de buses que permiten movilizarse hacia las provincias de Salta o Tucumán, sin embargo, los trayectos internos deben ser realizados en autos alquilados en el lugar o en remises.

Esta diversificación de la oferta turística, mencionada anteriormente, se promueve desarrollando nuevas propuestas: una de las más importantes es el turismo comunitario desarrollado en los Valles Calchaquíes. En la provincia de Salta se entiende al turismo comunitario como la modalidad de turismo gestionada íntegramente por colectivos asociativos de comunidades indígenas y campesinos mestizos quienes, sobre sus cosmovisiones ancestrales, sus producciones tradicionales y en sus territorios de vida, suman la prestación de servicios al viajero en el marco de la interculturalidad y la valoración de sus patrimonios.

ASPECTOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Los departamentos de Valle Calchaquíes, en el primer censo poblacional de 1869, registraban un total de 17.369 habitantes. Según el censo del 2001 el valle tiene una población de 31.838 habitantes, lo que indica un lento crecimiento poblacional respecto a otras zonas de la provincia. Con respecto a la distinción entre hombres y mujeres de la población, los números indican una cantidad similar sin mostrar una diferencia marcada entre ambos sexos.

En relación a la distribución porcentual de la población en las diferentes zonas de la provincia, existe una marcada disminución para el valle: en 1869 el 23 % de la población provincial se encontraba en el valle; para el 2001 alcanzaba solamente el 3,1%. El valle se ha caracterizado por la migración permanente de su población a otros lugares de la provincia y el país. En este sentido, el Valle de Lerma ha tenido un crecimiento poblacional en el porcentaje provincial que va de un 43% en 1869 a un 56,2 % en el 2001. (Dirección de Estadística Provincia de Salta en SSD INTAVC).

Salta se ubica entre una de las provincias con peor índice de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI). En la última década ha reducido entre el censo de 1991 (52,33%) y el censo del 2001 (36,82%), sin embargo continúa siendo más alto que el promedio general de la provincia (31,6%). Para los cuatro departamentos del valle, los indicadores de NBI más altos son hacinamiento y condiciones sanitarias deficitarias.

Con respecto al nivel educativo, según el Censo 2001, la provincia de Salta registra una tasa de analfabetismo de 4,7% entre su población de 10 años y más, superior a la media nacional (2,6%). Esta situación sigue presentando diferencias por género ya que la tasa de analfabetismo en las mujeres es del 5,5% y en los hombres del 3,8%. Al mismo tiempo, existe gran variabilidad según la localización de la población, siendo superior en las zonas rurales.

PROCESO HISTÓRICO EN LOS VALLES CALCHAQUÍES

En tiempos de la colonización española, los Valles Calchaquíes fueron escenario de importantes batallas entre los europeos y las tribus indígenas que poblaban la zona y que conformaban la Confederación diaguita.

Históricamente esta región se caracterizó por la presencia de inmensos latifundios, los cuales eran trabajados por mano de obra descendientes de poblaciones prehispánicas, que al no contar con un acceso autónomo de la tierra desde la conformación de las haciendas vallistas hacia fines del siglo XVII, se asentaron en las mismas como “arrenderos”, pagando un canon en trabajo o productos agrícolas.

En los últimos veinte años, los conflictos territoriales se fueron incrementando en la región, debido a los movimientos que se dieron en la propiedad de la tierra a partir de cierta reactivación y transformación económica. Los mismos están relacionados directamente con el turismo y la vitivinicultura.

De este modo, inversionistas extranjeros y/o emprendedores y empresarios salteños o de Buenos Aires adquieren grandes extensiones de tierra avanzando sobre áreas antes consideradas inutilizables para este tipo de actividad, debido a la imposibilidad del acceso de agua, pero las cuales han sido utilizados históricamente para la economía de auto-subsistencia. Como se puede observar, en este contexto, antiguos acuerdos y modalidades de acceso a la tierra pierden vigencia con el arribo de nuevos propietarios y ante los movimientos en la valorización de la tierra se avivan los conflictos.

La crisis de las actividades tradicionales en la zona, la iniciativa de algunos programas de desarrollo rural (el PSA, por ejemplo) y el interés del turismo en propuestas de TRC (como la RTC), enmarcan el contexto que, a fines de 2008, permite el surgimiento de la Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes (Cáceres, 2015).

LA RED DE TURISMO CAMPESINO DE LOS VALLES CALCHAQUÍES

CARACTERIZACIÓN

Los detalles mencionados a continuación se desprenden de la página web oficial.

Esta organización es una cooperativa que nuclea 50 familias (hoy en día 27) de campesinos y artesanos orientados hacia el turismo rural comunitario. La misma tiene su centro en San Carlos y el territorio en el que opera se distribuye en parajes rurales del Valle Calchaquí: Santa Rosa, Payogastilla, La Merced, El Barrial, Corralito, San Antonio de Animaná y El Divisadero.

El proceso de organización de la red comenzó en el año 2002, a través de reuniones informativas organizadas por instituciones de escala provincial y nacional. En las mismas se trataba una multiplicidad de temas: la tenencia de la tierra, el manejo del agua para riego, capacitaciones, asesoramiento legal y productivo, asistencia técnica y financiamiento de obras comunitarias, entre otros. Del conjunto de instituciones gubernamentales, estaban presentes el Programa Social Agropecuario -delegación Salta (PSA)-, el Proyecto de Desarrollo de Pequeños Productores agropecuarios (PROINDER, dependiente de la Subsecretaría de Desarrollo Rural y Agricultura Familiar del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Nación) y el INTA (Arqueros, 2007).

Estas reuniones derivaron en lo que hoy se conoce como “Encuentro Zonal” (EZ), un espacio de debate y organización intercomunitaria. Al mismo acudía un representante de cada paraje (elegido por los miembros de cada poblado) con el fin de discutir y capacitarse en temas

relacionados con la producción. De este espacio se desprendió una nueva mesa de diálogo interesada en el desarrollo de la actividad turística en este sector de los Valles (Cáceres, 2015). Las mismas permitieron a los productores del Valle nuclearse en asociaciones o cooperativas de trabajo comunitario para poder resolver los problemas locales que se les presentaban. De esta manera los sometían a discusión y debate y proponían posibles soluciones para los mismos.

Es así que queda reflejado que pensar en realizar turismo en esta zona fue una idea propuesta por los propios campesinos y no impuesta por actores externos a la organización.

Para los miembros de la RTC, el turismo es una actividad complementaria, ellos la combinan con las tareas como campesinos como un ingreso más para las familias, pero no tienen la intención de convertirse en empresarios del turismo. En una entrevista personal con la presidenta de la red menciona que: “nosotros realizamos turismo como un complemento, no estamos todos los días trabajando en él. Nos enfocamos en nuestra actividad principal y cuando llega un turista nos organizamos para recibirlo”.

Red de Turismo Campesino



Fuente: <http://turismocampesino.org/squelettes-dist/comunidades.html>

En su página web comentan que el turismo rural comunitario que ellos ofrecen con la RTC es: socialmente digno, ya que es un emprendimiento auto gestionado por familias campesinas de bajos recursos que se organizaron para revertir su situación de pobreza y obtener nuevos ingresos, culturalmente responsable porque a través del turismo mantienen viva su identidad, costumbres y expresiones culturales, ambientalmente amigable al respetar la naturaleza y cumplir con el código ambiental de turismo responsable, económicamente justo ya que elaboran

precios a conciencia y respetando a los consumidores, sostenible en el tiempo, porque aprenden y practican día a día los valores de reciprocidad, solidaridad, identidad, cooperativismo, dignidad, responsabilidad, igualdad, arraigo y relación justa y turísticamente respetuoso porque promueven un encuentro entre culturas y luchan por un mundo mejor, más diverso y más justo.

SERVICIOS TURÍSTICOS OFRECIDOS

Esta organización se ha constituido como una cooperativa agro-turística que brinda servicios de alojamiento, gastronomía, guiados y artesanías, y es el resultado de más de cinco años de trabajo participativo en asambleas comunitarias que buscan, a través del turismo, solucionar las necesidades básicas de los pobladores locales.

Los servicios de guiado pueden realizarse a pie, a caballo o en bicicleta e incluyen la visita a cerros, valles, cursos de agua y sitios arqueológicos. Los mismos son conducidos por personal local capacitado. Los guías son de habla hispana, detalle que se resalta en la hora de vender el producto.



Además de ello, la vida cotidiana y laboral de los miembros de la red se ofrece como atractivo turístico. Los turistas pueden compartir con ellos la realización de las actividades agrícolas y campesinas, como también la confección de artesanías con diferentes materiales.



Fuente: <http://turismocampesino.org>

SISTEMA DE ORGANIZACIÓN INTERNO DE LA RTC

Cuentan con un sistema de rotación por las comunidades de la Red para así poder alcanzar un beneficio equitativo entre las familias. Cada familia posee una “capacidad de carga” de turistas, por lo que ninguna puede recibir más de seis viajeros y no todos los días, para garantizar la continuidad del campesino como campesino y no reemplazar una actividad con otra. Este sistema le permite al viajero poder ver diferentes actividades de campo.

Además han diseñado un Código Ético de Conducta del Turismo Responsable por medio del cual les requieren a los turistas que respeten la naturaleza, la tranquilidad, la cultura, las costumbres, los horarios, la privacidad y el trabajo de la familia anfitriona.

Con respecto a la repartición de los ingresos, lo que se cobra por el paquete turístico, el 80% va al bolsillo de los emprendedores y el 20% restante se destina para un fondo común, el cual se utiliza, por una parte, para sostener la cooperativa y por otra para reinvertir en el emprendimiento, parte de ese fondo se utiliza para sostener los gastos operativos, contables e impositivos. Además, parte de los ingresos que van al fondo común se utiliza para dar charlas a otros emprendedores o cubrir necesidades de las comunidades,

Como parte de las actividades de la cooperativa, todos los integrantes deben participar de la “Asamblea Campesina”, la misma se realiza mensualmente y tiene como objetivo evaluar los pasos a seguir, comentar los impedimentos que van surgiendo para tratar de solucionarlos en forma conjunta y de esta manera mejorar el servicio brindado, además de brindar cursos de capacitación para los diferentes rubros (Cáceres, C, Díaz, L y Vanevic, P.2012).

En referencia a este tema, quien fuera el asesor técnico de la red, comenta: “en las asambleas se discuten temas como la administración de recursos, el manejo transparente de los ingresos, se toman decisiones colectivamente, delegan en los directivos del consejo de administración muchas de las decisiones pero ellos a su vez rinden cuentas, se formulan proyectos, se ejecutan y se rinden los proyectos en las mismas, se hacen devoluciones de lo que dicen las agencias de viaje, se construyen los precios de los servicios y queda todo en constancia en el libro de actas.

PERFIL DEL TURISTA

La Red busca atraer un turismo responsable, promueve el respeto por las tradiciones a la comunidad, cultura y los aspectos físicos del paisaje. Así lo manifiestan cuando presentan su propuesta: “Practicamos y promovemos el comercio justo con la identidad, el turismo respetuoso con la cultura de todos, responsable con nuestra sociedad y amigable con nuestra Madre Tierra y nuestro territorio de vida” (RTC, 2012).

Buscan atraer a turistas interesados en conocer las costumbres locales y que esté dispuesto a compartir lo oficios y las vivencias cotidianas de la población local. Ellos consideran al viajero como un compañero que comparte su vida cotidiana mediante una relación de respeto, solidaridad y amistad.

La mayoría de los turistas que llegan son extranjeros, principalmente de Europa (Francia, Italia, España), y en segundo lugar de Estados Unidos. Respecto a los turistas nacionales, la mayoría proceden de Buenos Aires.

PROMOCIÓN

Las actividades ofrecidas se venden con anticipación y con reserva previa. Generalmente lo hacen vía internet, a través de su página web o por medio de agencias de turismo responsable. Las principales operadores con los que trabajan son: Origins, Tierra Latina, Tierras Argentinas, Mater Sustentable y Kallpa.

CAPACITACIONES

Desde el proceso de formación de la red, en el año 2004, los campesinos reciben capacitaciones. El Ministerio de Turismo les brindó capacitaciones de diferentes temáticas: primeros auxilios, diseño de circuitos, técnica y guiados, manipulación de alimentos, interpretación del patrimonio, identidad, promoción, cooperativismo, economía social y solidaria, entre otros (Stengurt, 2018).

Otro dato a destacar, que enorgullece a los que gestionan este emprendimiento, es que son los primeros capacitados los que hoy capacitan a otros socios.

TRABAJO EN TERRITORIO

Esta propuesta de turismo rural comunitario ha sido diseñada para recibir asesoramiento técnico a cargo de ingenieros en recursos naturales y de profesionales en turismo, los cuales participan activamente de las reuniones de la organización. Además cuentan con el asesoramiento de los especialistas de la Subsecretaría de Agricultura Familiar, ellos aconsejan en relación al manejo de los recursos económicos cómo invertir los pequeños fondos que consiguen para las tareas comunitarias que realizan.

El asesor técnico en terreno actúa como facilitador, para que la organización pueda lograr alcanzar niveles de autonomía. Es decir, que consiga auto gestionarse, para que una vez que el técnico del Estado se haya retirado la organización de base comunitaria y campesina “pueda caminar sola” (RTC, 2009). El principal rol del técnico, además de trabajar a la par y proponer ideas, es escuchar lo que los campesinos tienen para decir para que todo sea más participativo y horizontal, y les permita a los integrantes de la red poder planificar sus actividades.

Desde el gobierno de Salta señalan: “el rol del técnico es asistir técnicamente a un emprendimiento, y esa asistencia técnica va desde la organización y la reestructuración de determinados servicios o del producto turístico en general, hasta la apertura de canales de colaboración en distintos sectores para poder cumplir con el objetivo que es prestar servicios turísticos” (Stengurt, 2018).

CAPÍTULO V: EXPERIENCIA ASOCIATIVA

SURGIMIENTO DE LA RED DE TURISMO CAMPESINO DE LOS VALLES CALCHAQUÍES

La RTC es un emprendimiento de carácter asociativo que llevan adelante familias rurales y pequeños productores de la zona de los Valles Calchaquíes Salteños. La misma adquiere forma de cooperativa integrada inicialmente por 50 familias, de las cuales permanecen 27.

Al indagar acerca del surgimiento de esta organización, Soledad Cutipa, presidenta de la RTC, señala: “Arrancamos en el 2004 en un proceso de organización con ayuda del PSA de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, comenzamos a organizarnos y recién en el 2007 comenzamos a recibir turistas. El PSA era un programa para productores de la agricultura familiar, se les ayudaba a los productores a organizar. Siempre se hacían reuniones de tipo comunitarias y de ahí se plantea la posibilidad de hacer turismo, o la necesidad”.

Sin embargo, Ramiro Ragno asesor técnico de la Secretaría de Agricultura Familiar de la Nación en el marco del PSA, menciona que “Al principio las organizaciones y las familias campesinas querían trabajar el tema turismo de manera cada uno independiente, pero propongo como metodología seguir trabajando en el Encuentro Zonal el tema turismo, y así nace como estrategia territorial el abordaje del turismo a todas las comunidades juntas sin competir entre sí, en lugar de pensar cada comunidad como un destino turístico que va a competir con otra semejante, la idea de conformar una red para apuntalar potencialidades de unas y otras y equilibrar un poco las limitaciones, por ejemplo hay comunidades que paisajísticamente eran muy atractivas y había otras que no, al trabajar en red iban a trabajar coordinadamente”.

De este modo, en principio se vislumbraba la posibilidad de captar parte del turismo interesado por la “Vuelta a los Valles” que incluye una oferta turística vinculada a los viñedos y bodegas en combinación con pueblos y parajes que aportan elementos de la cultura local ancestral por ejemplo: el paso de los incas y jesuitas. Al respecto reflexiona que “Normalmente el turismo está en Cafayate, pasan por San Carlos y se van a Cachi, ese es el recorrido de la ruta turística. Para estos lugares en general no entra el turista, si los turistas quieren conocer más de la cultura y las actividades que realizamos no lo van a encontrar en Cafayate”.

Por su parte, Carlos Stengurt, Funcionario de la Dirección General de Planificación Turística del Ministerio de Cultura y Turismo de Salta coincide que “Los Valles Calchaquíes es la región, después de Salta capital, que más flujo turístico recibe en la provincia, entonces es como que la veían pasar, y a su vez la realidad de ellos como productores, se veían como en inferioridad de condiciones respecto al mercado, es decir, ellos son productores de vino, son artesanos, pequeños productores en general, entonces al no contar con una marca al no estar organizados tenían que subvalorar los productos que realizaban”.

A esto se agrega que frente a la crítica situación que estaban atravesando respecto al sector agropecuario, deciden pensar en el turismo como una perspectiva que expresa la realización de trabajos agrícolas junto a otros. Se piensa en el turismo como una forma de complementar sus ingresos y a su vez mantener a la población en los espacios rurales. “Pensamos en turismo porque en la época invernal, cuando la producción no está saliendo y recién se están preparando las tierras, hay una etapa en la que el cultivo está quieto, entonces como ayuda complementaria a eso decidimos hacer turismo. Nosotros lo hacemos como complemento, no estamos todos los días trabajando en turismo. Estamos siempre con nuestra actividad principal y cuando llega un turista nos organizamos para recibirlo”.

En consecuencia el turismo rural comunitario se presenta como una segunda actividad que permitiría no dejar de lado su actividad principal, representando una nueva alternativa económica para el sector. El mismo revaloriza ciertos recursos y saberes optimizando el uso

sobrante de los factores: manos de obra femenina y jóvenes, recursos no productivos (ambiente, patrimonio, saberes), entre otros. (Nogar, 2009).

En este sentido, Antonio Ibáñez, miembro de la RTC, hace hincapié en la producción local como motivador de la organización de la red: “En el Valles tenemos muchos productores y artesanos independientes que hacen sus huertas, vinos, dulces, cerámica, trabajo con lana y con el cuero, miel de abeja, etc. Eso nos llevó, junto con el técnico de la provincia y persona local que estudió turismo, a pensar en organizarnos y dar un valor agregado a nuestro producto”.

Todos los entrevistados coinciden en afirmar que fue desde las comunidades que nace y surge la idea de comenzar a trabajar en turismo y que fue un trabajo de mucho tiempo y esfuerzo para poder comenzar a poner en marcha todo el proyecto. Así lo resume Carlos Stengurt “Comenzamos a trabajarlo en los principales lineamientos en el armado de esta red, identificando posibles emprendimientos pero siempre esta identificación no es algo que nosotros íbamos a buscar sino que nosotros vamos a darnos a conocer y después la propuesta o el pedido tienen que venir por parte de ellos. Tenemos una lógica de trabajo muy participativa y con esto buscamos que sea ascendente, que surja desde el territorio las necesidades, nosotros no anticiparnos a las necesidades que puedan llegar a tener los emprendedores, sino al revés”.

Imágenes de alojamiento de la RTC localizado en la comunidad de Corralito

(Fotografías tomadas por Floreana Chalde, Salta, 2018)



OBSTÁCULOS A LA CONFORMACIÓN DE LA RTC

Al momento de comenzar con la actividad, se encontraron con ciertos obstáculos o dificultades. En relación a esto, Ramiro Ragno señala: “Una era la permanente primacía de lo individual sobre lo colectivo, esto era una gran limitación y sigue siendo algo que permanentemente trata de atravesar o perforar el proceso colectivo.

Como antecedentes al individualismo agregó: “el mismo se presenta en el seno del sector campesino producto de intervenciones políticas partidistas, gubernamentales, de la iglesia, del clientelismo político, del turismo religioso, desplazamientos previos de comunidades diaguitas en época inca, o sea podemos rastrear cada vez más raíces del individualismo”.

Respecto al individualismo explicó que fue fundamental trabajar sobre este tema en el proceso de conformación de la RTC, reforzar el concepto de comunidad tal como fue desarrollado en el marco teórico, comenzar a pensar como grupo para así potenciar el esfuerzo, evitar competencia entre ellos mismo y actuar en conjunto.

Otra barrera que se les presentó a la hora de comenzar con la RTC fue el prejuicio de sectores de turismo y del gobierno para con el sector campesino e indígena, al respecto Ramiro Ragno señala: “no veían al sector campesino como emprendedor, sino parte de un eslabón como proveedor de materia prima al turismo y a la sociedad en general, pero no así de prestación de servicios directo”.

El nivel de necesidades básicas insatisfechas era otra limitación con la que se toparon al comenzar a ofrecer la actividad. Ragno comenta: existían letrinas y no baños, las comunidades no tenían agua corriente o agua potabilizada sino que tenían que arrastrar con baldes el agua para el consumo cotidianamente y la estaba la necesidad edilicia de las viviendas”. Esto se puede ver expresado en los datos del INDEC que revelan que Salta es una de las provincias con mayor grado de NBI.

Y por último Ragno señala: “habíamos percibido que el turismo estaba normalizado de manera individual, unipersonal y no promocionaba lo colectivo. Así que en el año 2006 planteamos la necesidad de hacer una normativa, comenzando todo un proceso de reuniones con el ministerio de turismo de la provincia de salta para que sepa comprender de lo que significaba el turismo comunitario y viendo a un colectivo jurídico no individual como el que presta el servicio”.

En relación a lo anterior, Soledad Cutipa, coincidiendo con Ramiro Ragno, agregó: “No fue fácil, porque el turismo comunitario no estaba implementado en la Argentina, no existía una ley nacional ni ley provincial que lo contemplara, sólo hay una resolución ministerial. Se tuvo que trabajar en eso, avalado por el Ministerio de Turismo, comenzamos a trabajar desde que salió la resolución, que fue aprobada recién el 2013 y desde el 2004 veníamos trabajando. En el 2011 tuvimos la personería jurídica como cooperativa. Había que ver también qué forma jurídica íbamos a tomar”.

Por su parte, Carlos Stengurt, Funcionario de la Dirección General de Planificación Turística del Ministerio de Cultura y Turismo de Salta, enriquece la historia: “La Red de Turismo Campesino debe tener unos 14 años, la misma tuvo conflictos internos muy grandes con la autoridad, este proceso fue muy lindo y doloroso a la vez porque ha generado tensiones internas, Entonces todos esos antecedentes hicieron que dentro de lo que es la oferta de turismo de la provincia comencemos a planificarlo como un producto turístico, se lo integra dentro de la cartera de productos”.

ACTORES SOCIALES INVOLUCRADOS EN LA PARTICIPACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA RTC

Como toda organización social son muchos los actores que participan en su devenir. Sin embargo, Ramiro Ragno, Asesor técnico de la RTC, precisa los directamente implicados en la organización: “La RTC es una cooperativa y como tal los 40 socios, mayoría mujeres, son todas familias campesinas del Valle Calchaquí Sur. Actualmente son menos los miembros que otras veces y están conformados por familias de los parajes de Santa Rosa, Payogastilla, Corralito, Barrial, San Carlos y el Divisadero”.

Soledad Cutipa, Presidenta de la RTC, reseña la evolución en el número de miembros y en su organización interna, y las dificultades por la necesidad de la digitalización: “Arrancamos un montón pero después con el tiempo, cuando hay que inscribirse y con los temas más burocráticos se fueron bajando. Ahora es todo digital, tenés que cargar todos los datos digitalmente, todos los cooperativistas tienen que ser monotributistas y eso por ahí complica, sobre todo a la gente grande que ya es jubilada. En eso estamos trabajando ahora”.

Otra de las causas por la que se produjo una disminución de los integrantes de la red fue la especulación de los mismos sobre los beneficios que iban a tener al llevar a cabo esta actividad. Respecto a esto, Soledad Cutipa, comenta: “muchos especulaban para ver que te van a dar, y eso te retrasa, porque si vos estás esperando la dádiva, si vos tenés claro qué querés hacer y querés trabajar vas a seguir. Hubo casos de gente que no siguió por no recibir los beneficios, pensaban que el técnico iba a seguir siempre, se iba a encargar de todo, de armar balances, de llamar al contador...”.

MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN DE LOS MIEMBROS DE LA RTC

Ramiro Ragno, Asesor técnico de la RTC, señaló: “la RTC está conformada por socios individuales como toda cooperativa y cada socio individual es parte de un colectivo de base que se llama comunidad. Cada comunidad está formada más o menos por 30 familias”.

Respecto al modo en que toman las decisiones, agrega: “la red es una cooperativa y como tal es la asamblea y su consejo de administración los que toman las decisiones. Los mismos fueron elegidos para tener esas atribuciones. Todo es muy participativo y transparente”.

Sin embargo, amplió que: “obvio que nada es perfecto, hoy veo que la cooperativa tiene el protagonismo de unos pocos pero es parte de la continuidad en el espacio, es gente que se empodera más que otros por más que es una organización muy participativa, muy transparente y muy democrática. Igualmente, yo veo que hay un liderazgo de tres personas por sobre las decisiones de otras y eso está generando ruido, pero tienen que transitar ese proceso”.

Soledad Cutipa, Presidenta de la RTC, comenta respecto de la participación de los integrantes de la red: “Todos los integrantes de la red participan en la toma de decisiones”.

Esto coincide con las palabras de Troncoso (2010) que explica que el elemento distintivo del turismo comunitario es la participación de real de las comunidades en la gestión de la actividad, expresada en la colaboración de las mismas en la planificación, implementación y control de la actividad. Además la participación de la sociedad local es fundamental para asegurar la generación de reinversión de los beneficios en el territorio local.

Por su parte, Carlos Stengurt, Funcionario de la Dirección General de Planificación Turística del Ministerio de Cultura y Turismo de Salta, comenta el modo de relación en la toma de decisiones entre el organismo gubernamental y la red: “Nosotros jamás nos metemos en las decisiones de ellos. La autonomía del emprendimiento de turismo comunitario es ley. Nosotros vamos con propuestas, ellos deciden, eligen y aceptan o rechazan”.

Además agrega: “nosotros tenemos una instancia de participación muy interesante que está contemplada dentro de la normativa de turismo comunitario que es el consejo asesor. En el mismo participan representantes de todos los emprendimientos y es allí donde se les informa acerca del estado de situación del programa y se toman las decisiones pertinentes”.

AVANCES Y RETROCESOS DEL PROCESO ASOCIATIVO DE LA RTC

Al indagar acerca de los aspectos positivos que se produjeron en el ámbito turístico a partir de la gestión de la RTC, Ramiro Ragno, Asesor técnico de la RTC, señala: “Creo que la existencia del turismo campesino ha nutrido a la oferta turística, se ha logrado con lucha y perseverancia que se reconozca al turismo comunitario como una herramienta de gestión local y de inclusión social”.

Además agrega: “han generado un vínculo de confianza, horizontal y transparente, con las agencias de viajes y algunos hoteles dedicados al turismo responsable, sentándose en la misma mesa y tratándose de igual a igual como prestadores de servicios”.

Y como principal logro de la RTC destaca: “Actualmente se ha logrado que la propuesta de turismo rural comunitario de la RTC sea reconocida en la diversidad de la oferta turística de la provincia de Salta y de muchos municipios, consiguiendo así que en el 2012, la provincia de Salta legalice el turismo comunitario”.

Por su parte, Soledad Cutipa, Presidenta de la RTC, rescata como positivo el deseo de continuar: “lo principal es que seguimos adelante con el proyecto de la red. Porque no es fácil, sobre todo cuando comenzás con un técnico. El técnico debe estar un tiempo y luego retirarse para que la gente pueda aprender a hacer todas las tareas”.

Asimismo, Carlos Stengurt, Funcionario de la Dirección General de Planificación Turística del Ministerio de Cultura y Turismo de Salta, comenta: “Los puntos más positivos que tenemos es que la RTC es un modelo de gestión o por lo menos un referente a tener en cuenta. Si vos querés visualizar alguna propuesta de turismo comunitario tenés que consultar la RTC”.

También señala: “veo como positivo todo el transitar de la red en todos sus momentos y ver cómo con todo lo que fue pasando siguen. Y después la gente, hay gente muy valiosa, son personas que no solo sostienen la red, son de creer en la cooperativa, en el trabajo asociado, en sostener un espacio en el tiempo, eso sin duda es uno de los aspectos más importantes”.

En cambio, Antonio Ibáñez, miembro de la RTC, lo analiza desde un aspecto más económico y rescata como positivo: “tener un ingreso económico ya que soy productor independiente, puedo disponer del tiempo para recibir a los turistas y mostrarles las costumbres y cosas del lugar”.

Sin embargo, destacaron algunos aspectos negativos en la gestión de la RTC. Es así que Ramiro Ragno, Asesor técnico de la RTC, comenta: “No son impactos negativos sino que son algunas debilidades que pueden generar dependencia a la actividad turística y abandono de actividades productivas agropecuarias tradicionales”.

Al respecto señala: “la toma de decisiones de unos cuantos por sobre la decisión de otros. La mercantilización de la cultura se puede transformar en un atractivo turístico y la gente transformarse en un atractivo turístico en sí mismo y dejar de ser emprendedores”.

Ramiro Ragno agrega un aspecto negativo en cuanto a la forma de comercialización: “si ellos generan acuerdos comerciales con agencias de viajes pueden terminar siendo víctimas de un monopolio y dejarían de comparar una agencia con otra”.

Respecto a esto, Gascón advierte que esta nueva actividad turística puede ser un riesgo, desviando tiempo y esfuerzo de las prácticas laborales tradicionales.

Soledad Cutipa, Presidenta de la RTC, señala algunas falencias: “puede que nos nuestra capacidad de alojamiento sea poca. Pero la resolución no nos permite más de seis personas por familia, lo que tenemos que hacer es sumar más gente que preste servicio de alojamiento”.

En relación a esto, Carlos Stengurt, Funcionario de la Dirección General de Planificación Turística del Ministerio de Cultura y Turismo de Salta, agregó: “Un aspecto negativo es por ahí creer que están súper preparados, “no me digas lo que tengo que hacer”. Se ven grupos de poder marcados dentro de la red que por ahí centralizan la toma de decisiones, recaen en pocas personas, es por eso también que hubo una disminución de la cantidad de socios”.

Otro aspecto importante que destaca como negativo es: “la falta de motivación por parte de los jóvenes, de hecho hay hijos de emprendedores que trabajan en turismo pero no forman parte de la RTC, eso es un dato que no es menor, porque ocurre, porque no ven un espacio de oportunidad a la RTC”.

Además agrega: “la parcialidad con la que algunos técnicos han trabajado, lo tomo como un aspecto negativo, parcialidad en términos de tomar partido, eso lo veo como un aspecto incluso peligroso para cualquier emprendimiento. Un técnico justamente asiste durante un tiempo, cumple un ciclo y necesariamente se tiene que retirar. Las disputas de poder son normales en un emprendimiento y es sano que ocurra, pero creo que el técnico lo que tiene que hacer es moderar ese proceso y respetar las decisiones”.

Y concluyó: “hace mucho tiempo que no sabemos cuál es la obra comunitaria que está realizando la RTC. Una deficiencia que todavía tenemos como programa es lo cuantitativo, todavía estamos trabajando mucho sobre lo cualitativo. A la estadística la lleva internamente cada emprendimiento, todavía el turismo comunitario no forma parte de la muestra estadística de la provincia”.

Antonio Ibáñez, miembro de la RTC, señala como negativo: “que, a veces, no tenés visitas de turistas durante un mes”.

APORTES DE LA RTC AL DESARROLLO Y PROMOCIÓN COMUNITARIA EN EL VALLE

Ramiro Ragno, Asesor técnico de la RTC, fue quien desarrolló este punto con detalle: “El espíritu colectivo y trabajar de manera asociativa es algo que queda instalado a través de la RTC y que ha impulsado acciones solidarias entre vecinos. Vincular una comunidad con otra y que se conozcan también hace la presencia y al trabajo territorial y colectivo entre comunidades no solamente dentro de cada comunidad”.

Siguiendo este lineamiento agrega: “el desarrollo de la RTC ha generado dirigentes permitiendo el empoderamiento del sector campesino local, ha incentivado la capacidad autogestiva de sus miembros para poder promocionar y comercializar sus productos y les ha generado mucha autoestima”.

Como uno de los principales aportes destaca: “la RTC ha hecho marcar el empoderamiento de la mujer rural en la gestión, decisión y manejo de las organizaciones, mayoritariamente las mujeres de la red son las que lideran la experiencia y son la mayoría de mujeres en la familia las que reciben turistas y manejan los ingresos”.

Asimismo concluye: “por donde lo veamos hay beneficios que van mucho más allá del turismo a partir de trabajar el colectivo y una propuesta de turismo propio”.

Soledad Cutipa, Presidenta de la RTC, señala algunas valoraciones: “La parte económica ayuda, pero lo que los integrantes de la red valoraron más es perder el miedo y animarse a relacionarse con otras personas, esa integración les sirve para relacionarse, para hablar y ser más decididos”.

También agrega: “para lo que sirvió mucho es para afianzar la identidad, la gente valora mucho lo que es la recuperación de todas las artesanías ancestrales, las tintas naturales, no tenés miedo ni vergüenza de decir si soy descendiente de originario y mis abuelos usaban estas técnicas o estas palabras que se usaban antes en idioma quechua, diaguita”.

Los entrevistados coinciden en afirmar que el desarrollo de la RTC ha ayudado a aumentar la autoestima de sus integrantes, a perder el miedo de relacionarse con otras personas, tanto turistas como ministros y embajadores. Esto ha contribuido al empoderamiento del sector campesino y mucho más al de las mujeres de la red, las cuales adquieren liderazgo al ser las encargadas de recibir los turistas y manejar los ingresos. Además ha ayudado a los campesinos a afianzar su identidad y a recuperar sus costumbres.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

A lo largo de esta tesis analizamos el proceso de conformación de la Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes en relación al rol de los actores locales en el marco de una estrategia de cooperativismo. A través de la utilización del marco teórico y la realización de entrevistas a los actores involucrados se pudo arribar a ciertas conclusiones.

En primer lugar, es importante destacar, que la conformación de la RTC ha nutrido la oferta turística y ha logrado que se reconozca al turismo comunitario como una herramienta de gestión local. Ha instalado el espíritu colectivo y el trabajo asociativo dentro de las comunidades, impulsando la solidaridad y la cooperación entre sus habitantes. Esto contribuyó al empoderamiento de las comunidades rurales, siendo las mismas las encargadas de controlar el negocio turístico y siendo ellas las propias beneficiarias.

Desde el punto de vista económico, la RTC ha contribuido a incrementar y complementar los ingresos de las comunidades campesinas, sin abandonar sus actividades tradicionales (agricultura, ganadería, entre otras), además la implementación de este tipo de actividad les permitió a las familias mejorar su bienestar y calidad de vida. El mejoramiento de infraestructura y servicios no solo ha favorecido a los miembros de la red sino también a las poblaciones locales.

Otro aspecto muy importante a destacar es el rol protagónico que adquiere la mujer en la implementación de este tipo de turismo. Generalmente son ellas quienes lideran la experiencia, las que reciben a los turistas y las que manejan los ingresos, esto ha contribuido al empoderamiento de la mujer rural en la gestión, decisión y manejo de la RTC. Por el contrario, la población joven de las comunidades, todavía no está motivada, incluso hay hijos de emprendedores que trabajan en turismo pero que no forman parte de la RTC. No es un dato menor, porque es evidente que no encuentran a la RTC como un espacio de oportunidad.

A nivel cultural, ha contribuido a afianzar la identidad, los miembros de la RTC reconocen orgullosos ser descendientes directos de la cultural diaguíta-calchaquí, esto ha colaborado a mantener sus costumbres y expresiones culturales ancestrales que se reflejan en sus ceremonias, arquitectura en tierra, gastronomía típica, música y artesanías. Además el contacto con los turistas de otros lugares y países ha sido una especial oportunidad para que los pobladores pierdan el miedo y se animen a relacionarse más abiertamente y de este modo enriquecerse culturalmente.

El lema de esta organización es el trabajo horizontal y la participación transparente y democrática de sus miembros en la toma de decisiones para poder alcanzar un beneficio equitativo. Sin embargo, queda en evidencia que la toma de decisiones recae en unas pocas personas, las cuales cobran protagonismo y se empoderan más que otras. Esto sumado a la no alternancia de los roles dentro de la red, produjo el crecimiento de desigualdades y tensiones internas y fue una de las causas de la disminución de la cantidad de socios.

En relación a la comercialización del producto turístico de la RTC, la misma ha realizado acuerdos con empresas privadas bajo principios muy claros y compromisos con las comunidades además de la venta directa que realizan a través de su página web. Sin embargo al generar acuerdos comerciales con agencias de viajes pueden terminar siendo víctimas de un monopolio y no lograr un control real del negocio por parte de la población local.

Finalmente, luego del análisis de la historia de la RTC y de su situación actual, y a partir de las opiniones de sus propios actores, podemos decir son más los avances que los retrocesos en este proceso asociativo en pos de la consolidación del turismo rural comunitario. En ese sentido, es que advertimos la conveniencia de su continuidad, corrigiendo las prácticas que puedan

desvirtuar sus objetivos fundacionales y promoviendo aquellas que hagan a la promoción humana y desarrollo de las comunidades que la integran.

BIBLIOGRAFÍA

Abramovay, R. (2000). *A dimensão Rural do Brasil*. Revista Estudos Sociedade e Agricultura, 22. São Paulo.

Aparicio Guerrero, A. E. (2004): *El turismo rural: una de las alternativas al desarrollo rural en la serranía de Cuenca*. Cuadernos de Turismo, nº 13, pp. 73-89.

Arqueros, M.X. y Manzanal, M. (2004). *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. Universidad de Salta.

Asensio, M. M. *La participación ciudadana productiva en el Mercosur: caso: Cooperativas de Turismo*.

Barrera, E. (2006). *Turismo Rural. Nueva Ruralidad y empleo rural no agrícola*. Oficina Internacional del Trabajo. CINTERFOR-OIT. 185 pág.

Bertoncello, R. (1998). *Turismo Alternativo en Argentina: ¿una nueva forma de consumo del patrimonio natural?* Revista GeoUruguay N^o2. Montevideo. Pp. 117-131.

Bertoncello, R. (2002). *Turismo y Territorio. Otras prácticas, otras miradas*. En, Aportes y transferencias 6(2): 29-50, Mar del Plata. UN Mar del Plata.

Cáceres, C. Troncoso, C. y Vanevic, P. (2012). *Destinos clásicos y nuevas propuestas en la diversificación turística de la provincia de Salta*. Trabajo presentado en VI Coloquio Geográfico sobre América Latina: "Las nuevas configuraciones territoriales latinoamericanas desde una perspectiva geográfica". F.H.A y C.S. de la Universidad Autónoma de Entre Ríos, trabajo publicado en actas del Encuentro.

Cáceres, C., Díaz, L. y Vanevic, P. (2012). *Turismo y gestión comunitaria: participación local en la definición de destinos turísticos de la provincia de Salta*. Trabajo presentado en las Jornadas Turismo y desarrollo sostenible: el papel de las comunidades locales. Instituto de Investigaciones en Turismo, F.C.E. de la Universidad Nacional de La Plata, publicado en CD de las jornadas: ISBN: 978-987-33-8-2743-8.

Cáceres, C. y Troncoso, C. (2012). *Turismo, territorio y transformaciones recientes en los Valles Calchaquíes salteños. Cuando el territorio de (re)valoriza con fines turísticos*. En, "I Jornadas de investigación y gestión en el Valle Calchaquí", 10 y 11 de agosto. Organizado por la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Salta. (En prensa).

Cáceres, C. Troncoso, C. y Vanevic, P. (2013). *Nuevas modalidades turísticas en Argentina. Experiencias de turismo comunitario en la provincia de Salta*. Trabajo presentado en las XII Jornadas Nacionales de Investigación en Turismo y VI Simposio "El Turismo y los nuevos paradigmas educativos". Organizadas por el CONDET y la Universidad Nacional de Tierra del Fuego. Ushuaia, 05 al 07 de diciembre.

Cáceres, C. y Troncoso, C. (2015). *Turismo comunitario y nuevos atractivos en los Valles Calchaquíes Salteños: el caso de la Red de Turismo Campesino*. Instituto de Geografía, Universidad de Buenos Aires. CONICET.

Cáceres, C. (2015). *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 inédita de maestría). Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires.

Cañada, E. (2010). *Perspectivas del Turismo Comunitario: cómo mantener vivas las comunidades rurales*. Revista de información y debate "Pueblos" Nro. 41.

Castelli, B.J. (1996), *Cooperativas y mutuales. Síntesis y conceptos*. Docencia. Buenos Aires.
Ceña, F. (1993). *El desarrollo rural en sentido amplio, en El Desarrollo Rural Andaluz a las Puertas del siglo XIX*. Congresos y Jornadas. España. N°32.

Cioce Sampaio, C.A., Oklinger M.Jr., Pellin, V., Oyarzun Mendez, E. (2007). *Acuerdo Productivo Local de Base Comunitaria y Ecodesarrollo*. Brasil.

De la Torre Padilla, O. (1980). *Turismo, fenómeno social*. Fondo de Cultural Económica. México.
Fairstein, C. (2011). *Asociatividad para actividades no tradicionales: la experiencia de la Red de Turismo Campesino de la Provincia de Salta Argentina*. En, Revista Margen N° 62, Periódico de Trabajo Social y Ciencias Sociales, Edición Electrónica. Septiembre de 2011.

Fernández Méndez, M., Puig Martínez, A. (2002). *El papel del cooperativismo en el turismo rural de la Comunidad Valenciana*. CIRIEC. Revista de Económica Publica, Social y Cooperativa, núm. 41, pp. 183-212. España.

Flores Klarik, M. (2010). *De la representación del Salteño y sus Tradiciones a la Construcción de los primeros discursos del turismo (1910-1945)*. En, Álvarez Leguizamón, S.(Comp.) *Poder y Saltenidad. Saberes, Políticas y Representaciones Sociales*. Editorial Centro Promocional de Investigaciones en Historia y Antropología (CEPIHA), Facultad de Humanidades, Salta. Pp. 51-69 y 169-182.

Gannon, A. (1994). *Rural Tourism as a Factor in Rural Community Economic Development for Economies in Transition*. Journal of Sustainable Tourism, vol. 2, n° 1- 2, pp. 51-60.

Gascón, J. (2011). *El turismo comunitario y diferenciación campesina. Consideraciones a partir de un caso andino*. En, Mundo agrario. Vol. 11, N° 22. ISSN: 15155994. Centro de Estudios Históricos Rurales. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. U. N. de LaPlata.

Googin, H. y Santilli, R. (2009). *Community-based tourism: a success?* International Centre for Responsible Tourism (ICRT), occasional Paper N° 11. GTZ.

Lorenzo, A. *El turismo rural y el cooperativismo agrario como elementos de desarrollo. El Hotel Rural Virtual*. Universidad de Málaga. (s/f).

Maldonado, C. (2007). *Fortaleciendo redes de turismo comunitario. REDTURS en America Latina*. En @local.gob N° 4. Pp.8-14. Disponible en <http://www.redturs.org/nuevaes/Maldonado-Artic-Rev-Turin%20Esp.pdf>

Maldonado, C. (2005). *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario*. Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS). SEED: Documento de trabajo núm. 73.Ginebra.

Manzanal, M.; Arzeno, M.; Bonzi, L.; Ponce, M. y Villareal, F. (2010). *Disputas por los Recursos Territoriales en el Norte Argentino. Diversas expresiones de Lucha, Dominación y Poder*. En: MANZANAL, M. y NEIMAN, G. (Compl.). *Las agriculturas familiares en el Mercosur. Trayectorias, amenazas y desafíos*. Editorial CICCUS, Buenos Aires.

Marchena Gómez, M. J. (1993). *Turismo y desarrollo regional: El espacio del ecoturismo*. Papers de turisme, (11), 111-132.

Mendivil, R. C. (2009). *Grupos Asociativos de Turismo Rural en Argentina*. FAUBA. Bueno

Aires.

MINTUR (2009). *Anuario Estadístico de Turismo 2009*. Ministerio de Turismo de la Nación.

Monterroso Salvatierra, N., Zizumbo Villareal, L. (2009). *La reconfiguración neoliberal de los ámbitos rurales a partir del turismo: ¿Avance o retroceso?* Convergencia [online]. vol.16, n.50, pp.133-164. ISSN 2448-5799.

Monzón J.L. (2006). *Economía Social y conceptos afines: fronteras borrosas y ambigüedades conceptuales del Tercer Sector*. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, núm. 56, pp. 9-24.

Nogar, A.G. (2006). *Multifuncionalidad Rural. Un análisis desde la nueva ruralidad*. Bahía Blanca. Universidad Nacional del Sur

Nogar, A.G., Jacinto G.P. (2010). *Los espacios rurales. Aproximaciones teóricas y procesos de intervención en turismo rural*. Buenos Aires. La Colmena.

Nogar, A.G y Capristo, M.V. (2010). *Nuevos escenarios para los espacios rurales. El turismo rural como proceso emergente*. En, NOGAR, A. y JACINTO, G. (comp.) Los espacios rurales. Aproximaciones teóricas y procesos de intervención en turismo rural. Buenos Aires, Editorial La Colmena, pp. 103-1127.

Osorio Garcia, M. (2010). *Turismo masivo y alternativo. Distinciones de la sociedad moderna/posmoderna*. Convergencia, revista de ciencias sociales. ISSN 1405-1435, UAEM, núm. 52, enero-abril 2010, pp. 235-260.

Palomo Pérez, S. (1998), *La aportación del turismo al desarrollo económico de los países en vías de desarrollo. El caso del mercado receptor de Bolivia*. Estudios Turísticos, nº 189, pp. 45-81.

Pérez, E. (2001). *Hacia una nueva visión de lo rural*. Buenos Aires. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

Posada, M. (1999). *El espacio rural entre la producción y el consumo: algunas referencias para el caso argentino*. EURE (Santiago). vol.25, n.75, pp.63-76. ISSN 0250-7161.

Rapoport, R. (2007). *Mitos, etapas y crisis en la economía argentina, Nación - Región - Provincia en Argentina*. No. 1 Artículo revisado el 01/12/2007.

Ressel A., Silva N., Coppini V., Nievas M., (2013). *Manuela teórico practico de introducción al cooperativismo*. La Plata. Universidad Nacional de La Plata.

Roman, M.F. y Ciccollela, M. (2009). *Turismo rural en Argentina. Conceptos, Situaciones y Perspectivas*. IICA, Buenos Aires.

SECTUR (2006). *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable-2006/2016*. SAGPyA-

SECTUR (2000). *RAÍCES. Programa Argentino de Turismo Rural*.

Smith, V. (1989). *Introducción. Hacia una definición de la naturaleza del turismo*. En, SMITH, Valene (Comp.) Anfitriones e Invitados. Antropología del turismo. Ediciones Endymion-Turismo y Sociedad. Pp. 15-41.

Solís Carrión, D. (2007). *De la resistencia a la sostenibilidad*. En: Ruiz Ballesteros, E. & Solís Carrión, D. (Coord.) Turismo comunitario en Ecuador: Desarrollo y sostenibilidad social. Abya-Yala, Quito, pp.29-50

STENGURT, Carlos (2009). *El Turismo Comunitario como vehículo de desarrollo para las comunidades rurales. El caso de la Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes de la Provincia de Salta*. (Tesis de Graduación en Turismo) Universidad Empresarial Siglo 21.

Troncoso, C. (2003). *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.

Urry, J. (2004). *La mirada del turista*. Escuela profesional de Turismo y Hotelería. Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú.

SITIOS WEB VISITADOS:

<http://www.turismocampesino.org/> (Última visita 07-03-2019)

<http://www.redturs.org/> (Última visita 13-07-2018)

<http://www.salta.gob.ar/> (Última visita (25-01-2019)

<http://www.turismosalta.gov.ar/> (Última visita 17-02-2019)

<https://www.ica.coop/es> (Últimavisita 17-10-2018)

<https://www.argentina.gob.ar/turismo> (Última visita 31-08-2018)

<https://www.lanacion.com.ar/> (Última visita 03-11-2018)

ANEXOS

Modelo de entrevista

- ¿Cómo fue su vinculación con las comunidades de los Valles Calchaquíes?
- ¿Cómo fue el proceso de conformación de la Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes?
- ¿Qué actividades llevaron a cabo para impulsar o para facilitarle a la provincia el desarrollo de esta modalidad turística?
- ¿Con qué barreras se encontraron a la hora de comenzar a trabajar con las comunidades?
- ¿Cómo se construyó el producto turístico que ofrece la red a nivel nacional?
- ¿Brindan algún tipo de ayuda económica para que las comunidades puedan desarrollar este tipo de turismo?
- ¿Qué aspectos destacaría como positivos en el desarrollo producido en el ámbito turístico a partir de la gestión de la RTC?
- ¿Qué aspectos señalaría como negativos sobre la gestión de la RTC?
- ¿En qué medida cree que la RTC ha ayudado al desarrollo y promoción humana de las comunidades existentes en la zona?
- ¿Qué puesto de trabajo desempeña y desde hace cuánto tiempo?
- ¿Qué cambios considera pertinentes para generar una mejora a la situación actual del turismo alternativo en la zona?
- ¿Qué otra consideración no incluida en el cuestionario desearía comentar?