

Cómo citar este trabajo:

CÁCERES, C.; DIAZ, L. y VANEVIC, P. (2012) Turismo y gestión comunitaria: participación local en la definición de los destinos turísticos de la provincia de Salta. Trabajo presentado en las *Jornadas de Turismo y desarrollo sostenible: el papel de las comunidades locales*. La Plata, 11 y 12 de octubre de 2012. Instituto de Investigaciones en Turismo FCE - UNLP. Publicado en Actas.

Turismo y gestión comunitaria: participación local en la definición de los destinos turísticos de la provincia de Salta¹

Carlos R. Cáceres*
Profesor en Geografía. U.N.Lu.
caceres.carlos.r@gmail.com
Instituto de Geografía, F.F. y L. de la UBA.

Laura V. Diaz*
lauravdiaz@gmail.com
Profesora y Licenciada en Geografía. UBA
Instituto de Geografía, F.F. y L. de la UBA.

Pablo M. Vanevic*
Pablovanevic@gmail.com
Licenciado en Turismo. UNLa
Instituto de Geografía, F.F. y L. de la UBA.

Resumen

Recientemente la provincia de Salta ha reforzado su participación en el mapa turístico argentino al diversificar su oferta de destinos turísticos, tanto en sus aspectos históricos, la reminiscencia de su pasado colonial en la ciudad de Salta; como así también los Valles Calchaquíes, la Ruta del Vino, las Yungas y el Sendero Gaucho de Güemes. Algunos ya se encuentran consolidados turísticamente y otros son de reciente aparición. Estos últimos,

¹ Este trabajo se enmarca dentro de la programación UBACyT 2011-2014. Proyecto F230/11 “*Turismo y territorio. Política y cultura en la definición de lugares y atractivos turísticos de la Argentina*”, dirigido por Rodolfo Bertonecello. * Los autores son tesistas de la Maestría en Políticas Ambientales y Territoriales de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA.

bajo la gestión comunitaria, han contribuido a diversificar la oferta de destinos a nivel provincial. Esta participación local en la definición de nuevos atractivos contribuye a mejorar los ingresos de las familias rurales al tiempo que representa una alternativa a la oferta que ofrecen los grandes emprendedores.

Estas estrategias participativas generan un tipo de desarrollo endógeno particular socialmente más equitativo y sustentable en términos ambientales. Específicamente nos interesa conocer en detalle las experiencias del turismo rural comunitario llevado a cabo en los Valles Calchaquíes Salteños con la presencia de la Red de Turismo Campesino y un destino de reciente aparición como el representado por Tolar Grande en la Puna salteña.

Esta práctica turística, como toda práctica social, tiene una base territorial que en estos casos le imprimen al territorio determinadas características convirtiéndolo en un territorio turístico en donde confluyen necesidades e intereses de los distintos actores sociales implicados en esta actividad. También interesa abordar las transformaciones que va sufriendo ese territorio producto de este particular uso del mismo.

Palabras claves: gestión comunitaria – turismo - atractivos turísticos – desarrollo local – territorio turístico.

1. Palabras introductorias

Recientemente la provincia de Salta ha reforzado su participación en el mapa turístico argentino al diversificar su oferta de destinos turísticos. Esto es causado por el surgimiento de nuevas modalidades turísticas de base comunitaria que amplían la oferta turística actual de la provincia, provocando una transformación del territorio en cuestión. Entendemos que la política turística salteña tiene como meta la diversificación de los destinos, al tiempo de otorgarle a esta actividad un rol destacado dentro del conjunto de actividades provinciales, intentando colocar a Salta dentro de los principales destinos turísticos nacionales y afianzar la proyección internacional².

El objetivo que perseguimos en este trabajo es analizar cómo se renueva la política turística salteña al irrumpir nuevos actores sociales en la gestión de destinos como lo es la representada por la Red de Turismo Campesino (en adelante RTC) en los Valles

² En un trabajo precedente (Cáceres, Troncoso y Vanevic, 2012) se analizó el proceso de diversificación del turismo en Salta haciendo hincapié en varios destinos provinciales (Ciudad de Salta, Valles Calchaquíes y Tolar Grande) que presentan diferentes trayectorias respecto al turismo poniendo el acento en cómo para cada uno de ellos se recurría a diferentes atractivos, actores y estrategias de desarrollo del turismo.

Calchaqués y la comunidad de Tolar Grande en la Puna Salteña, que ofrecen servicios turísticos gestionados de manera comunitaria, una nueva modalidad dentro del llamado turismo alternativo. Este tipo de turismo centra su interés en conocer de cerca la vida cotidiana campesina, sus costumbres y vivencias; al tiempo que también se analizarán aquellas transformaciones socio-territoriales que esta modalidad turística conlleva. Por otra parte se buscará identificar si esta nueva particularidad de hacer turismo permite alcanzar el desarrollo económico y social de las comunidades antes mencionadas.

Partiremos de la siguiente premisa:

“ Las diversas y variadas formas de participación de la población local, reclamando y expresando sus demandas sociales y económicas en forma organizada, articulándose con otras organizaciones, son una condición necesaria para la generación, promoción y sostenimiento de un modelo de desarrollo territorial, regional o rural local alternativo – eficiente, productivo, distributivo, sostenible y transparente” (Arqueros y Manzanal, 2004: 2)

Teniendo en cuenta lo anteriormente citado se buscará analizar las nuevas formas de participación en estas comunidades a fin de conocer en que instancias del desarrollo se encuentran y si esta actividad fomenta la participación conjunta de todos los actores sociales involucrados, se excluye o si es sostenible.

Estas relaciones comunitarias, entre los sujetos en cuestión son organizadas y articuladas, configurando una realidad territorial específica. Como veremos más adelante, estos actores van activando nuevos atractivos, al mismo tiempo que le imprimen cambios al territorio para que esta actividad se lleve a cabo.

El presente trabajo rescata resultados parciales de distintas tesis de maestría en curso, en donde se vinculan lo comunitario, lo andino, lo cotidiano, lo rural y el acervo cultural de quienes participan de la RTC y Tolar Grande. Teniendo en cuenta esto partiremos de una aproximación conceptual respecto del turismo en sus modalidades alternativas –como es el caso que nos ocupa- haciendo hincapié en la noción de territorio turístico. En un segundo apartado se abordarán cuestiones relacionadas al desarrollo social- rural, sustentada en el turismo como vehículo para alcanzar tal fin. A continuación se explicitarán los casos, para luego arribar a las reflexiones finales.

2. El turismo. Una aproximación conceptual

En los últimos años, el estudio de las prácticas turísticas comienza a tener una creciente importancia dentro de los ámbitos académicos. Numerosos científicos sociales y desde diferentes disciplinas se han volcado al estudio de las mismas y a tratar de definir científicamente este fenómeno. Pero, al ser el **turismo** un fenómeno tan amplio, muchas

veces termina escapando a cualquier visión disciplinar acotada, resultando compleja la interpretación del mismo. Desde la perspectiva que adoptamos, se considera que es necesario entender al Turismo como una **práctica social** propia de las sociedades modernas (Urry, 1996), que engloban numerosos procesos que permiten entender muchas de las dinámicas sociales. Cabe aclarar que entender al turismo como una práctica social no solo hace referencia a los sujetos sociales que la llevan a cabo o que la practican (los turistas), sino también a otros sujetos sociales que actúan y son parte de la sociedad. Con esto se quiere decir que, es necesario contextualizar a las prácticas turísticas dentro del **orden social** vigente en cada sociedad para poder comprender en su totalidad a este fenómeno, ya que es el orden social el que permite comprender al turismo como una práctica social específica de cada una de las sociedades (Bertoncello, 2002; Hiernaux-Nicolás, 2002).

Siguiendo esta línea de análisis deber ser entendida una actividad capitalista organizada y conducida por las definidas e inherentes dinámicas sociales del sistema, junto con sus relaciones productivas, sociales e ideológicas. El turismo es también la faceta de una, cada vez más cambiante, organización espacial y una economía política de producción y consumo, y está relacionada en algunos de los temas políticos y económicos críticos que conciernen a los geógrafos: la internacionalización del capital; la reestructuración regional e industrial; el re-desarrollo urbano; el crecimiento de la economía de servicios; la transformación de las economías rurales; las luchas relacionadas a la división social del espacio y la creación de nuevos paisajes “posmodernos” y vernáculos (Britton, 1991).

La práctica turística, en el marco de las sociedades modernas aparecerá como una necesidad cuya satisfacción se va constituyendo en un derecho para diversos sectores de la sociedad, especialmente para la clase trabajadora; al mismo tiempo se lo considerará también un sector de la actividad económica en el que rigen las lógicas propias de la organización capitalista. La dualidad turismo como negocio y turismo como derecho va a ser un elemento estructurante dentro de la sociedad salarial, al transformar lo que se conoce como un derecho en un producto ofrecido al mercado, accesible a gran parte de la población: entiéndase, el turismo masivo.

El turismo de masas también conocido como “**turismo fordista**”, se encuadra dentro de una sociedad de consumo. En donde esta práctica, devenida también como ya se mencionó en una actividad económica, ofrecerá pocos productos, estandarizados y disponibles para la mayor cantidad de consumidores-turistas posibles. La masividad en el disfrute de estos productos llegó luego de la Segunda Guerra Mundial, motivado por múltiples factores sociales y culturales que confluyeron en esta coyuntura histórica, a saber: mejoras en la legislación laboral que limita la duración de la jornada, y proporciona el derecho de vacaciones pagas, repercutiendo esto en una mayor disponibilidad de tiempo libre; la expansión de sectores sociales medios; las características que toma el trabajo moderno, de

carácter mecánico y rutinario que lleva a la búsquedas de experiencias placenteras alejadas del mundo de lo doméstico y laboral; nuevas pautas de la sociedad de consumo, que incorpora a las prácticas turísticas en esta esfera; y por último, los avances tecnológicos en los medios de transporte y comunicación que permiten en la actualidad una mayor movilidad espacial y difusión de información sobre lugares, culturas y costumbres, motivando de esta manera el deseo de conocer “lo otro” (Bertoncello, 1993).

Se producirá de esta manera una masificación de determinados destinos, sobre todo aquellos vinculados a 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 producido una reorganización de las actividades económicas, entiéndase, mundialización financiera, importancia de las tecnologías informacionales, producción flexible y fragmentada; y a nivel 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 que termina afectando fuertemente al turismo masivo, en donde los destinos tradicionales sufren procesos de degradación o deterioro, y surgen modalidades turísticas alternativas, orientadas a demandas más puntuales y específicas (turismo de nichos), fragmentadas y heterogéneas en términos de atractivos turísticos, prácticas y demandantes (Bertoncello, 2002).

Estas transformaciones dieron origen a nuevas formas de llevar a cabo esta práctica, englobadas en el llamado **turismo posfordista o alternativo**, incorporando nuevos destinos y revitalizando algunos de los ya existentes y el surgimiento de nuevos actores vinculados a la oferta turística (Marchena Gomez, s/f). Surgen nuevas modalidades turísticas que se yuxtaponen al tradicional turismo de sol y playa y/o otras prácticas estandarizadas, y que buscan adecuarse a todas las necesidades existentes de los individuos que las practican. Ellas abarcan el ecoturismo, el turismo aventura, el turismo cultural, el etnoturismo, entre otras. Estas modalidades turísticas hacen referencia no solamente a las nuevas formas que toma la práctica turística, sino también a las nuevas formas de considerar, consumir y gestionar espacios con características naturales o culturales dignas de admiración o protección (Urry, 1996; Nouzeilles, 2002). Esto abracará al patrimonio, la cultura y a la tradición como elementos que despiertan la atención del turista en un contexto de creciente interés por el pasado de las sociedades actuales (Choay, 2001). Un pasado que será objeto de contemplación nostálgica frente a la idea de un presente y un futuro incierto que prevalece en la actualidad (Lowental, 1998).

Los casos que aquí presentaremos se contextualizan en el denominado Turismo Comunitario, aquel en el que grupos sociales (en algunos casos, descendientes de culturas originarias) se incorporan a la actividad turística con fines de complementar sus ingresos tradicionalmente acotados a un determinado período de tiempo. Es decir que no buscan en

el turismo el sustento diario sino un complemento económico, lo cual les permite continuar con sus actividades cotidianas. Así, este tipo de emprendimientos busca beneficiar a familias más desfavorecidas del ámbito rural. Lo que promocionan como atractivo turístico son aquellos recursos naturales locales, se revaloriza lo tradicional, lo cotidiano y lo cultural. Otra de las cuestiones que promueve este tipo de turismo es la participación activa de sus miembros, fomentando así la autogestión (Albuquerque, 2004), en donde la distribución justa de los beneficios es la meta. Es decir, que al espacio rural se le atribuyen algunas características que se asocian a la manera en que ese espacio es interpretado y percibido por los sujetos urbanos, a lo que Verbole (2002) llama 'imaginario rural' y que los que participan de un emprendimiento turístico comunitario toman para comercializar:

“Es una creencia generalizada que el paisaje rural, la naturaleza con su verde y belleza ‘intocadas’, la paz y el silencio, la tranquilidad, la vida bucólica e idílica lejos del mundo artificial, la comida natural y saludable, el ocio y la socialización, componen los ingredientes de este imaginario rural” (Verbole, 2002: 122).

Estas nuevas formas de hacer turismo, así como también las formas tradicionales, están vinculadas a la valorización que las sociedades hacen de los elementos tanto naturales o culturales que se presentan en los espacios de destino. A estos se los conoce como **atractivos turísticos**. Se entiende por atractivo turístico a aquellos rasgos inherentes de los lugares que son puestos en valor o activados por y para el turismo. Distintos agentes económicos intervienen en estos procesos de valorización, entre ellos el Estado y los agentes económicos (Almirón et al., 2006).

Una de las perspectivas teóricas manifiesta que la práctica turística se organiza en torno a atractivos que no son atributos *per se* de los lugares, sino que la condición de atraktividad es socialmente construida, recurriendo a los atributos inherentes de cada lugar, pero en parte también a cuestiones vinculadas a intereses específicos de los actores sociales involucrados en esta práctica, las costumbres, hábitos y modas (Bertoncello et al, 2003).

Según lo planteado por Urry (1996) se debe pensar al turismo no sólo desde el lugar de destino sino también desde el lugar de origen de los turistas, ambos lugares están articulados por los turistas que llevan adelante esta práctica. Ya que es en la sociedad de origen donde se definen aquellos rasgos que serán concebidos y valorizados como atractivos turísticos. Es decir, no importa cuán destacados, o únicos, sean los rasgos de los lugares de destino, dado que sólo serán valorizados como atractivos turísticos aquellos que logren coincidir con las demandas presentes de las sociedades de origen de los turistas (Urry, 1996). Cabe preguntarse de esta manera, por qué y cómo ciertos atributos de algunos lugares se convierten en contextos sociales específicos en atractivos turísticos.

Estos atractivos turísticos, en conjunto con los actores sociales que llevarán a cabo la práctica, formarán parte del denominado **territorio turístico**. Este es entendido como la articulación de los lugares de origen, de destino y de tránsito de los turistas. El mismo, es el

resultado de una dinámica social que tiene en su núcleo la valorización (Moraes y Da Costa, 1987 [1984]) de las condiciones de los lugares (la cultura andina, lo gastronómico, las condiciones naturales, etc.) en el marco de una definición y construcción territorial. Las lógicas sociales influirán en la constitución del territorio turístico, ya que las mismas poseen una vinculación territorial, y actúan sobre un territorio que no es neutro; ya que se concretan en él, valorizándolo de diferentes formas, apropiándose de él y actuando y ejerciendo poder sobre y a través de él. Teniendo en cuenta estas consideraciones se podrá comprender el territorio del turismo en un sentido más integral.

Es en la sociedad de origen en donde la práctica turística se constituye como tal y cobra especificidad y sentido. Las sociedades de origen son las que definen las condiciones en que la práctica puede llevarse a cabo (en ella constituirán las ideas y representaciones que la sustentan, en ella actúan los agentes económicos que la estructuran). Si se tiene en cuenta sólo esta perspectiva, el territorio turístico aparece como subordinado. Pero como la sociedad de destino no es neutra, es decir, no es un mero espectador de lo que sucede en esos lugares; tomarán un papel importante ya que interactuará facilitando u obstaculizando acciones. Estableciéndose así dinámicas específicas entre ambas sociedades y procesos sociales que nos permiten hablar de un territorio turístico.

3. Turismo, Territorio y Desarrollo Local. Posibles ensambles

Recientemente, existe un renovado interés por abordar las articulaciones entre el territorio, la economía, la política y el turismo en el contexto de la Globalización Neoliberal existente, haciendo hincapié en el rol que asume el territorio como ámbito en el que se desencadenan modalidades turísticas denominadas ‘alternativas’, que por otra parte diversifican la oferta del destino (mercado) como consecuencia de la aplicación de políticas locales y provinciales, que ven en este tipo de actividades una ‘veta’ para el tan esperado “Desarrollo Local”. Las familias rurales pobres del departamento de San Carlos y pueblos aledaños, en los Valles Calchaquíes y en el departamento de Tolar Grande en la provincia de Salta, proponen formas de participación y organización colectiva en la gestión de sus recursos escénicos y simbólicos, al promover un tipo de turismo que contemple la sustentabilidad de los mismos, al tiempo que esperan mejorar sus ingresos con esta actividad.

El espacio local es considerado la base a partir de la cual se generan iniciativas y proyectos de desarrollo económico que movilizan a la sociedad civil. La evidencia de la crisis del fordismo le da credibilidad y validez a esta nueva visión del desarrollo, que se denominará a partir de entonces “Desarrollo Local” (Aydalot, 1983, en Klein 2005). Según Klein (2005), esta nueva visión no se apoya en un modelo claro, lo que permite que se planteen estrategias contrapuestas. Por un lado, la ortodoxia neoliberal ve en el desarrollo local la posibilidad de deshacerse de ciertas responsabilidades que tienen un coste financiero

importante. En este marco, el desarrollo local se plantea como el traspaso de responsabilidades sociales a actores de la sociedad civil tales como instituciones locales, ONG's, etc., que pueden asumirlas de manera más eficiente, y sobre todo, con recursos inferiores.

Por otra parte, una perspectiva comunitaria, como lo es la RTC y Tolar Grande , plantea un cambio en la visión del Estado con el fin de configurar nuevos espacios de autonomía donde puedan afirmarse nuevas solidaridades locales, formas activas de identidad que les den al pueblo, localmente organizado, un mayor poder de participación en la toma de decisiones. Con lo cual ya no es el Estado el único actor del desarrollo, sino que pasa a ser un 'socio', ya que la gestión centralizada del desarrollo territorial local es remplazada por una gestión mixta en la cual convergen el Estado (Nacional, Provincial o Local) y los actores locales. La proximidad espacial conduce a los actores socio-económicos a valorar la identidad territorial y consecuentemente adoptar estrategias de gobernanza local, con el fin de unificar la acción de los actores productivos y de empresas generando así las condiciones para el establecimiento de clústers productivos.

El concepto de desarrollo implica basarse en la idea de la autonomía, o mejor dicho el primero se funda en el segundo, ya que a través de ella se puede analizar las dimensiones políticas y espaciales del proceso de desarrollo y sus implicancias territoriales. Si una dada sociedad es autónoma, logra tomar sus propias decisiones sobre el uso y accesibilidad de los recursos presentes en su territorio, es decir, los defiende, como lo puede hacer con sus prácticas culturales y su identidad. Todo esto se debe dar en un contexto de igualdad de condiciones, de lo contrario generarían lo que se busca eliminar. Esto último está en sintonía con lo expuesto por Manzanal et al (2007), tomado de Castoriadis:

“O hablo por mí y alcanzo mi autonomía, o acepto, consciente o inconscientemente, el discurso del otro y soy dominado”.

Por su parte Arqueros y Manzanal (2004) nos indican que las redes constituyen vinculaciones (reales y/o virtuales) entre organizaciones de diferente tipo o individuos (identificados como nodos) que tienen un objetivo determinado, funcionan con diferentes grados de autonomía y en las que la circulación de la información es la base del intercambio. Las relaciones entre algunos de los nodos integrantes de las redes pueden constituirse en articulaciones cuando entre los mismos se acuerdan actividades conjuntas y recíprocas que implican además vínculos regulares y frecuentes.

En este sentido, las redes cuestionan la centralidad, por lo que tienen que asumir una jerarquía, superan las nociones de adentro-afuera; arriba-abajo; norte-sur, se nutren de la diversidad de actores y sectores y tienden a la construcción de un proceso de intercambio de información, recursos, innovación de conocimientos, potenciación de experiencias. Al constituir vinculaciones, las redes deben fomentar la participación de grupos con un interés organizado y no a la participación individual con intereses también individuales, sino todo

lo contrario, la red va construyendo un espacio de mayor compromiso, de intercambio de la información, llevando a poder diseñar acciones o a la toma de decisiones conjuntas que promuevan la participación comunitaria autónoma en la organización de su territorio.

Es a esta faceta de las redes, a la que Caravaca et. al. (2005) llama **redes de cooperación**, caracterizada en ideas surgidas desde y para la comunidad, que desencadenen un proyecto común, genere un aprendizaje colectivo y que propicie el intercambio de información de esa puesta en práctica del proyecto social. Parte de esa información que circula es tomada como insumo para el manejo tecnologías, ya que la implementación de las mismas en un proyecto colectivo debe estar al servicio de la comunidad (para éste y otros proyectos) y no ser concentrado en unos pocos actores sociales.

Según lo expuesto hasta el momento, no se puede pensar al territorio sin red, es decir, no se trata de términos disociados sino que se complementan entre sí. En el caso de la RTC, el territorio se presenta inconexo, fragmentado. Las familias que participan de este emprendimiento turístico no residen en los mismos poblados, y al tratarse de un área rural, la distancia que existe entre las familias, hace que el territorio se presente como islas. No obstante esto, muchos de los pobladores de dichos territorios se encuentran comunicados precisamente a través de la RTC, cuyo núcleo se encuentra en el Departamento de San Carlos.

Cuando las redes de cooperación dan sus frutos: es decir que la sociedad generó un proyecto común, lo cual propició un dado aprendizaje que ha sido socializado y hubo intercambio de tecnologías, es cuando (en términos de Caravaca et al, 2005) se da el **Desarrollo Local**. Según Klein (2005)

“El desarrollo local es el resultado de la voluntad de actores sociales, políticos y económicos de intervenir de manera activa en los procesos de desarrollo acrecientes en sus territorios y de influir en la reconversión de éstos a la nueva economía, es decir a la economía del conocimiento (...) el desarrollo local comprende los métodos que permiten fertilizar territorios empobrecidos como resultado de relaciones de desarrollo desigual y de las crisis que provocan los cambios recientes en el mercado”. (Pág. 26).

Las acciones de desarrollo pueden ser caracterizadas como desarrollo local cuando generan o refuerzan dinámicas sistémicas de escala local. A partir de esta perspectiva se ve el papel activo del territorio en tanto que marco instituyente de arreglos sociales, de estructuraciones sociales cuyo origen se debe a la pertenencia territorial de los actores. En cuanto a los objetivos, las acciones de desarrollo local deben habilitar a los actores locales a fin de que éstos puedan jugar un papel activo en el desarrollo de sus colectividades, que puedan llevar a cabo iniciativas y proyectos y de esta manera, movilizar recursos endógenos y exógenos en beneficio de la colectividad local (Klein, 2005).

El territorio local es un marco generador de lazos sociales y de acción colectiva en relación con los movimientos sociales. El sentimiento de pertenencia territorial crea espacios

comunitarios, diversificados e insertos de diversas maneras en la sociedad global. Los movimientos sociales se re-territorializan (Haesbaert, 2004), desarrollando acciones frente a oponentes locales, nacionales o incluso de nivel internacional, acerca de problemáticas locales. La referencia local de actores, es decir su identidad territorial, les lleva a realizar acciones colectivas con objetivos económicos inspiradas por la pertenencia a un territorio local, reconciliando así la economía y la sociedad (Sainsaulieu, 1997, en Klein 2005).

Lo local no se puede definir en sí mismo, sino en su interrelación con redes globales. Por lo tanto, la delimitación de lo local es dinámica y no estática. Por otra parte, lo que acerca a los actores locales a pesar de la distancia social que puede separarlos, es su identidad territorial común, identidad por cierto exacerbada por la relación conflictiva con lo global. La noción misma de local no puede ser definida de una manera precisa. Las delimitaciones de lo local no son claras ni tampoco homogéneas para todos los actores de una colectividad. De esta manera, la colectividad local aparece como una base a partir de la cual se estructuran acciones; como una base de iniciativas tomadas por actores locales, de proyectos colectivos o individuales, los cuales, luego de una adhesión más amplia, se transforman en acciones colectivas. La proximidad física, puesto de manifiesto por la identidad común, se transforma progresivamente en proximidad social.

En la página web del Municipio de Tolar Grande se puede leer lo siguiente:

“(…) A sabiendas de que Tolar Grande cuenta con atractivos naturales y culturales auténticos e impactantes que difícilmente pueden ser observados en otros puntos de la provincia, el país y el mundo; se tomó la decisión de incursionar en el fenómeno del turismo dado que esto representaría una solución tanto para la creciente demanda turística ávida de consumir nuevos destinos, como la problemática de nuestro municipio de seguir permaneciendo como territorio periférico y muchas veces olvidado. Pero fundamentalmente porque a través del turismo se producirá una reactivación económica en la comunidad local, la cual se expresa optimista y receptiva con este naciente período turístico”

Con lo anteriormente expuesto se puede expresar el ensamble entre el turismo, el territorio y el desarrollo local. Es decir que, a través de la valorización turística de los atractivos (naturales y culturales) encontrados en el territorio se cree que se logrará el tan esperado Desarrollo.

4. Las propuestas de Turismo Comunitario

4.1. El caso de la RTC en los Valles Calchaquíes Salteños

Los Valles Calchaquíes se ubican hacia el sudoeste de la ciudad de Salta y se extienden hasta las provincias vecinas de Tucumán y Catamarca. Ellos coinciden en parte con los departamentos salteños de La Poma, Cachi, Molinos, San Carlos y Cafayate. Según el censo del 2010, la población del conjunto de estos los departamentos asciende a 36.571

habitantes (representando al 3 % de la población provincial). La actividad económica, está basada fundamentalmente en la producción agropecuaria, con serias limitaciones respecto a la disponibilidad de agua, y el turismo.

Recientemente en Salta,

“(…) Frente a las propuestas de un turismo masivo, depredador e invasivo, en San Carlos se implementan otras propuestas, tanto desde el gobierno local como desde los lugareños, organizando ferias, paseos y hospedajes alternativos. Por ejemplo, se conformaron grupos de productores para ofrecer al visitante compartir con ellos el estilo de vida del campo, con hospedaje, comida y actividades rurales. También en la actividad agropecuaria se están buscando opciones para los productores familiares (...). Si bien son proyectos encontrados, su puesta en discusión está indicando interés por buscar otras alternativas para los productores familiares, distintas a las que se propugnan desde los sectores de poder” (Manzanal, M. et al 2010. Pág. 12-13).

Esta descripción corresponde a la **Red de Turismo Campesino**, que es una cooperativa que nuclea a campesinos y artesanos interesados en desarrollar el turismo rural comunitario. El territorio en el que opera la cooperativa, se encuentra atomizado, distribuido en varias comunidades pero tiene centro en San Carlos (localidad de 1.881 habitantes³ ubicada a 200 km de la ciudad capital provincial). Además de San Carlos, las otras comunidades, son: Santa Rosa, Payogastilla, La Merced, El Barrial, Corralito, Las Conchas, San Antonio de Animaná, San Luis de Chuscha, El Divisadero. Esta organización comunitaria se ha constituido como una cooperativa agro-turística en diciembre de 2008 y brinda servicios de alojamiento, gastronomía, guiados y artesanías. Dicha organización es el resultado de más de 5 años de trabajo participativo en asambleas comunitarias que buscan a través del turismo solucionar las necesidades básicas de los pobladores locales.

La Red de Turismo Campesino está integrada por 50 familias distribuidas por las comunidades mencionadas, 7 de ellas prestan el servicio de alojamiento en sus casas reacondicionadas para tal fin, el resto presta otros servicios: la confección de artesanías en cuero, gastronomía regional, elaboración de vinos caseros, etc. La propuesta de esta organización es que, un trabajo parejo dentro de la Red conlleve a un beneficio parejo. Para ello se prevé la participación de todos los integrantes en las reuniones mensuales, (denominadas “Asamblea Campesina”), que se llevan adelante, con el objetivo de evaluar los pasos a seguir, es decir, con qué obstáculos se han encontrado para tratar en forma conjunta de solucionarlo a fin de lograr brindar un mejor servicio y de definir con qué actividades continuar. Estas reuniones además implican instancias de capacitación a partir de cursillos, por ejemplo, a nivel gastronómico: qué preparar, cómo y con qué elementos, como así también la presentación del plato elaborado. Otro de los cursos que se han dictado es cómo ‘preparar camas’ o cómo preparar y presentar mejor los dulces caseros, entre otros.

³ Según censo 2010.

La RTC maneja ideas específicas acerca de su propuesta turística: apunta a un turismo responsable, en donde se guarda respeto por las tradiciones de la comunidad, cultura y la naturaleza. Es decir que, es el deseo de estas comunidades compartir la cultura calchaquí “desde adentro”, compartir la vida y las prácticas cotidianas. Y parte de esa cotidianidad es la de hacer pan casero, dulce artesanal, quesos, elaboración de vino patero, comidas regionales. Por lo tanto, se trata de un turismo, cuyo desafío es hacer que el turista conviva con la forma de vida de campo. Ejemplo de ello es lo que se puede leer en el siguiente párrafo, extraído de un folleto publicitario de la Organización:

“La Red fomenta el turismo rural comunitario. Ofrece (mos) compartir lo cotidiano, los oficios y las costumbres campesinas de tierra adentro” (RTC, 2010)

El turista que desean recibir debe buscar un intercambio cultural sencillo, con ganas de compartir el saber campesino, viajeros que practiquen el turismo responsable, fomenten el comercio justo y apoyen el verdadero desarrollo local. La convivencia con el invitado se asume como un intercambio cultural. La idea de la organización es que esta actividad no se masifique, dado que consideran que esto llevaría a la pérdida de su intimidad, a la vez que sería invasivo y destructivo. Todo lo dicho, se refleja en:

“La convivencia con el viajero es un intercambio mutuo de culturas vivas. (...) A fin de garantizar la convivencia respetuosa entre visitantes y comuneros, elaboramos nuestro propio Código Ético de Conducta del Turista y mediante nuestro Reglamento Interno, regulamos y administramos el desarrollo sustentable de esta actividad” (RTC, 2010).

Por otra parte, ningún turista se puede quedar por más de dos días en una sola comunidad, ya que eso generaría desigualdades. Por este motivo se han ideado un sistema de rotación por las comunidades de la Red, brinden o no alojamiento, con lo cual el viajero logra ver distintas actividades de campo conforme los pobladores rurales ven mejorar sus ingresos. Cada familia posee una ‘capacidad de carga’ de turistas, por la que ninguna puede recibir a más de 6 viajeros y no todos los días, para garantizar la continuidad del campesino como campesino y no remplazar una actividad por otra. Esta forma de organizar la oferta se contraponen con otras modalidades turísticas existentes en la zona, como la promocionada Ruta del Vino en los Valles Calchaquíes y el Museo del Vino en Cafayate. Asimismo esto se vio acompañado de la multiplicación de emprendimientos turísticos de alto nivel en la zona (hoteles boutique o temáticos relacionados con el vino) que se visitan muchas veces a partir de un paquete turístico adquirido en Salta que incluya la visita a esta localidad (Cáceres; Troncoso y Vanevic, 2012).

Esta propuesta turística gira en torno a algunos atractivos específicos que pueden ser caracterizados como culturales y naturales. Las costumbres, ritos, las formas de encarar la producción agrícola, las maneras de organizar el grupo familiar, la producción de objetos culturales como las artesanías, constituyen algunos de los atractivos culturales a partir de los cuales se organiza la propuesta turística. Así, la atraktividad turística gira en torno a la identidad y la cosmovisión andina y campesina. Asimismo, las características físico-

naturales del área constituyen también elementos destacados de la atraktividad del lugar. La montaña, la aridez, la altura sobre el nivel del mar, las especies vegetales y animales características, forman parte del conjunto de rasgos del lugar que se valorizan turísticamente (Troncoso, 2008 a y b). En mayo de 2011, en la *Revista El Federal* se podía leer:

“Los habitantes de los Valles Calchaquíes encontraron una vuelta económica novedosa: hacer que su tierra, sus productos y sus costumbres se conviertan en atractivos turísticos” (*El Federal*, 2011. Pág. 1).

Por otra parte, cultura y naturaleza se articulan también en la atraktividad turística del lugar, por ejemplo, a través de las formas en que la sociedad local ha trabajado la tierra. En efecto, la relación sociedad-naturaleza, que se asume como una relación positiva, de respeto y no destructiva, también forma parte de la atraktividad del lugar. Este conjunto de atractivos, al asociarse con los servicios turísticos, entran de alguna manera en un proceso de mercantilización en la medida en que los servicios que se ofrecen buscan incorporar estos atractivos. En distintos materiales de divulgación de la RTC (2007-2008) esto último queda reflejado en:

“Hacemos ecoturismo, porque nuestros paisajes y naturaleza andina son parte viva de nuestra identidad campesina. No ofrecemos turismo de aventura” (RTC, 2007-2008).

Lo antedicho refleja claramente la modalidad turística llevada a cabo por esta comunidad de los Valles Calchaquíes Salteños.

4.2 Nuevo destino comunitario: Tolar Grande

Quizá no podamos poner una fecha exacta para el surgimiento de un nuevo destino como Tolar Grande, pero sin dudas una serie de hechos que tuvieron lugar en los últimos años lograron posicionar este lugar en la escena provincial, destacándose frente a otros destinos.

La localidad se encuentra a 380 km al oeste de la ciudad de Salta en la Puna. Esta región posee una elevación media de 3.700 metros sobre el nivel del mar y cuenta en su interior con algunos cordones de montañas y volcanes. Justamente en uno de ellos, se produciría uno de los hechos más relevantes de la arqueología moderna. En 1999 se descubrieron en la cima del volcán Llullaillaco las momias mejor conservadas del período incaico. Bautizadas como “Los niños del Llullaillaco” estos tres cuerpos permanecen como uno de los acervos arqueológicos más importantes de la provincia –y del país- en el museo de Arqueología de Alta Montaña (en la ciudad de Salta).

Este podría haber sido el primer hito en la consolidación de Tolar Grande, ya que la expedición partió haciendo base en este sitio. Pero una vez realizado el hallazgo; la participación de los guías locales, la logística empleada y todo resabio que pudiera existir

que indicara la importancia de Tolar Grande no fue mencionado. Lo que sí se instalaría en el imaginario de quienes comenzaban a visitar el Norte y con ello los museos propuestos, era la idea de vastedad, de soledad, de contacto puro con un ambiente hostil que se proponía a raíz de las exposiciones realizadas sobre aquella expedición que mostraban a Tolar Grande con estas características.

Pero más allá de este hallazgo, otras particularidades caracterizan a la localidad. Ella había sido habitada por casi 4.000 habitantes durante 1970 (época de auge de la minería que se desarrollaba en la zona) pero hacia fines de la década de 1990 tenía poco menos de 50 habitantes con la declinación de esta actividad. Es hacia ese momento que comenzó un plan para repatriar pobladores, muchos de ellos jóvenes hijos de tolareños o simplemente pobladores de la Puna a quienes se atrajo con la oferta de recibir casa, agua y luz de manera gratuita, además de un trabajo municipal. La única condición era que fuesen kollas de la Puna.

Así el pueblo iba directo a la desaparición hasta que el gobierno provincial tomó la decisión de que no podía borrarse del mapa porque era el último lugar poblado antes de la frontera con Chile. De esta posición, pasó a conocerse como “el último pueblo de la Puna”, generando cierto interés y expectativas desde el punto de vista turístico. El pueblo comenzó a repoblarse y hoy tiene unos 180 habitantes.

Hacia el año 2005 una nueva gestión municipal comenzó a interesarse por el turismo, hasta ese momento incipiente (las estadísticas de esos años acusaban solo cien turistas anuales). Las familias tenían su sustento, al ser empleadas del municipio; pero más allá de esta actividad, la localidad no conocía otra fuente de ingresos. La agricultura es inexistente, la ganadería no se practica y los nuevos proyectos mineros se encuentran en etapa de prospección.

El desafío era atraer un mayor número de turistas, pero sabiendo que no llegarían por sus propios medios desde la capital provincial, el municipio de Tolar Grande se ocupó de realizar un Plan Estratégico de Turismo y entre sus metas incorporaban los porcentajes – que aumentaban año a año- de la cantidad de turistas que buscaban atraer desde la vecina San Antonio de los Cobres. En este plan de turismo el asesoramiento de expertos en el tema fue un elemento crucial para un contexto que no tenía experiencia turística. En este caso, el saber experto orientó el diseño e implementación de esta herramienta de planificación.

Además de esta estrategia (que ahora se potenció con la apertura de una agencia de turismo en San Antonio de los Cobres) se trabajó en un nutrido calendario de eventos (el ascenso a la montaña sagrada Macón; el cierre de la Pachamama; la carrera de aventura andina; la peregrinación a la virgen del milagro, entre otras). La idea clave es tener uno importante por mes, al que a su vez se le asignó un cupo máximo de asistentes, buscando trabajar en el concepto de capacidad de carga.

El Ministerio de Turismo de la provincia de Salta, en su página web, promociona a Tolar Grande, valorizando y promoviendo todo aquello relacionado con las características naturales presentes en el departamento, a las cuales califica de “otro mundo”:

“Esta localidad [Tolar Grande] ubicada a 3, 500 m .s.n.m. cuenta con cuatro circuitos turísticos para recorrer a pie: Agua del Carancho y Ojo de Mar de a 4 Kms en donde se puede observar flora y fauna autóctonas de la Puna, manantiales de agua dulce y se puede caminar sobre el salar de Tolar Grande y así se llega a Ojo de Mar (...) Otro circuito es la Cueva del Oso y Arenales en cuyo trayecto no se observa nada de vegetación ni animales, solo tierra árida y la sequedad de la Puna, que da una sensación de estar en *otro planeta*. Por último, Las Minas de Sal y Túnel del Hombre Muerto: el túnel mide 180 mts. de longitud, está compuesto de 4 burbujas o bóvedas y un puente que se encuentra en el centro, en su interior se encuentran estalactitas y columnas de sal de distintos tamaños y formaciones, también se puede sentir sensaciones de vértigo y adrenalina y emociones de estar en *otro mundo*” (Ministerio de Turismo y Cultura de Salta, 2010)⁴

Los turistas son conducidos por salares, volcanes, desiertos, todos con nombres sugerentes, como el Desierto del Diablo, la Catedral Gótica, el Campo de la Paciencia, entre otros. También pueden experimentar el turismo científico al visitar los Ojos de Mar, uno de los últimos hallazgos en materia de biología que son los estromatolitos, organismos que iniciaron la vida en el planeta. Otro de los atractivos es la observación de cuerpos celestes en los observatorios creados para tales fines. Todas estas actividades seducen a un tipo de turista especial que no se no se reconocen a sí mismos como tales, sino como viajeros, expedicionarios, aventureros.

Las actividades que se desarrollan en Tolar Grande buscan estar enmarcadas en todo momento bajo lo que hoy conocemos como Turismo Comunitario; aquel en donde la propia comunidad es la gestora y la que controla –de cierta manera- el crecimiento del turismo.

Los tolareños cuentan con las necesidades básicas satisfechas, ya que todos son empleados municipales, reciben la luz y el agua desde el municipio, además de disponer de un camión que realiza compras semanales en la ciudad de Salta y dos camionetas en caso de que se requiera asistencia médica. El turismo es un plus, algunos habitantes tienen su comedor, otros trabajan en el refugio municipal, o como guías.

Los visitantes entienden y “compran” esta idea. La noción de conocer una comunidad originaria, que respeta sus tradiciones, sus ritos, pero que a la vez los abre para compartirlos, para que los que llegan conozcan cómo y por qué se hacen, es un punto relevante en la promoción del destino y la comercialización de los servicios turísticos.

Las consecuencias de una paulatina y constante presencia en ferias turísticas, la realización de eventos mensuales que se repiten año tras año logran que el destino se posicione dentro de la “nueva oferta” de la provincia. Una oferta que años atrás podía estar reservada para intrépidos y aventureros viajantes, hoy se expande a un público mayor, sin perder esa idea

4 Énfasis agregado por los autores.

que es fuertemente impulsada desde la misma denominación de Tolar Grande como “Municipio Turístico de Aventura y Comunidad Kolla”.

5. Gestión comunitaria y la (re)definición de destinos turísticos

Como vimos, en la provincia de Salta se están desarrollando distintos emprendimientos turísticos de la mano de la gestión comunitaria que diversifican la oferta provincial. Esta participación local en la puesta en marcha, difusión y promoción de los nuevos destinos están asociados a un proceso de *descentralización geográfica del turismo* en la provincia de Salta (Cáceres, et al; 2012) que, a través de políticas públicas promocionan nuevos atractivos, revalorizando territorios, culturas, gastronomía, etc. asociado a lo “andino” pero esta vez, la ejecución de ese tipo de turismo se posa sobre las mismas comunidades, permitiéndoles incorporarse a una actividad en auge a nivel provincial y diversificar sus ingresos con la consecuente mejora en su calidad de vida.

Asimismo con este tipo de emprendimientos turísticos, el Estado provincial y local puede atenuar los niveles alarmantes de desempleo y logra presentarse a nivel nacional como una de las provincias con más destinos y posibilidades de disfrute ya que, como se afirma en uno de los spots publicitarios mas conocidos de la provincia, “*Salta. [posee] Todos los paisajes, [que motivan] todos tus sentidos*” (Ministerio de Turismo de la Provincia de Salta, 2010). Por otra parte, comienzan a jugar un papel más que importante las comunidades locales que promocionan y gestionan en la intimidad de sus viviendas rurales, nuevos destinos y consecuentemente van creando y consolidando más y nuevos territorios turísticos.

Entonces, tradiciones, saberes ancestrales, rasgos identitarios, actividades productivas, gastronomía son valorizadas turísticamente por pobladores locales que, organizados de manera comunitaria, logran participar de una actividad caracterizada por el individualismo y libre competencia. Paradójicamente, se insta a estas comunidades a mantener sus estilos de vida “tradicionales”, su “identidad” (que buscarán por todos los medios de manifestarla) y su “tranquilidad auténtica”, para obtener el beneplácito de una clientela supuestamente ávida por el contacto con otras culturas, modos de vida (Santana Talavera, 2003) que en nuestro caso se reflejan en lo “campesino y lo andino”.

Este nuevo proceso ha puesto en juego cualidades específicas del territorio (naturales y culturales) para su valorización por el turismo y su vez, han dado paso a transformaciones en el destino. Así, junto con la definición de nuevos atractivos turísticos, la creación de nuevos servicios y la aparición y consolidación de nuevos actores se asiste a un proceso de

5 Los autores aclaran que el slogan original es: “*Todos los paisajes, todos tus sentidos*”, el cual ha sido brevemente alterado con fines de coherencia en la redacción.

re-valorización del territorio salteño que, de la mano de una modalidad específica de la práctica turística, ha redefinido a este lugar como destino turístico.

Como vimos, este tipo de emprendimientos turísticos en las distintas áreas analizadas de la provincia de Salta, está dando respuesta a la premisa de la cual partimos y en la que se visualiza que la sociedad local se encuentra participando, reclamando y expresando sus demandas sociales y económicas. Se están organizando en forma colectiva y vemos que se articulan en organizaciones que promueven y sostienen un modelo de desarrollo socio-territorial, regional, rural o local alternativo que hasta el momento se muestra eficiente, productivo, redistributivo, sostenible y transparente.

Bibliografía consultada

ALBUQUERQUE, Paulo (2004): “Autogestión”. En, CATTANI, Antonio (Org.) *La otra economía*. Ed. Instituto del Conurbano, co-edición con la Universidad Nacional de General Sarmiento, Editorial Altamira-Fundación OSDE.

ALMIRÓN, Analía; BERTONCELLO, Rodolfo y TRONCOSO, Claudia (2006): “Turismo, patrimonio y territorio”. En, *Estudios y Perspectivas en turismo*. Vol 15. Numero 2. CIET. UNMdP.

ARQUEROS, Ximena y MANZANAL, Mabel (2004): “Interacciones y vinculaciones interinstitucionales para el desarrollo territorial-rural: el caso de San Carlos en Salta” Trabajo presentado en las *Primeras Jornadas Interdisciplinarios de Estudios Agrarios y agroindustriales del NOA*. Universidad Nacional de Salta.

BERTONCELLO, Rodolfo (1993): “Configuración Socio-Espacial de los balnearios del Partido de la Costa (Provincia de Buenos Aires)”. En, *Territorio N°5*. Instituto de Geografía. Facultad de filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires.

BERTONCELLO, Rodolfo (2002). “Turismo y Territorio. Otras prácticas, otras miradas”. En *Aportes y Transferencias*. Año 6. Volumen 2. Mar del Plata.

BERTONCELLO, Rodolfo; CASTRO, Hortensia y ZUSMAN, Perla (2003). “Turismo y patrimonio: una relación puesta en cuestión”. En BERTONCELLO, Rodolfo y Ana Fani ALESSANDRI CARLOS. *Procesos territoriales en Argentina y Brasil*. Instituto de Geografía. FFyL. UBA. Buenos Aires.

CÁCERES, Carlos; TRONCOSO, Claudia y VANEVIC, Pablo (2012). “Destinos clásicos y nuevas propuestas de diversificación turística de la provincia de Salta”. Trabajo presentado en IV Coloquio Geográfico sobre América Latina: “*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 evento, ISBN 978-987-1808-18-2.

- CARAVACA, Inmaculada; GONZALEZ, Gema y SILVA, Rocío (2005). “Innovación, redes, recursos patrimoniales y desarrollo territorial”. En, *Revista Eure* (vol. XXXI, N° 94) pp. 5-24, Santiago de Chile.
- CHOAY, Françoise (2001): *A alegoría do patrimonio*. Estação Liberdade/Editora. UNESP. San Pablo.
- HAESBAERT, Rogério (2004) “Territorios, Redes y Territorios-Red”. En, *O Mito da Desterritorialização*. Rio de Janeiro, Ed. Bertrand Brasil. (en prensa por Siglo XXI, México).
- HIERNAUX-NICOLÁS, Daniel (2002): “¿Cómo definir al turismo? Un repaso disciplinario”. En *Aportes y Transferencias*. Año 6. Volumen 2. Mar del Plata.
- KLEIN, Juan-Luis (2005). “Iniciativa local y desarrollo: respuesta social a la Globalización Neoliberal”. En, *Revista Eure* (vol. XXXI, N° 94), pp. 25-39, Santiago de Chile.
- LOWENTAL, David (1998): “El pasado es un país extraño”. Akal Ediciones. Madrid.
- MANZANAL, M.; ARZENO, M.; BONZI, L.; PONCE, M. y VILLARREAL, F. (2010). “Disputas por los Recursos Territoriales en el Norte Argentino. Diversas expresiones de Lucha, Dominación y Poder” En: MANZANAL, M. y NEIMAN, G. (coord.). *La Agricultura familiar en el MERCOSUR*, Editorial CICCUS, Buenos Aires.
- MANZANAL, Mabel (2007). “Territorio, Poder e Instituciones. Una perspectiva crítica sobre la producción del territorio”. En: MANZANAL, M., ARZENO, M. y NUSSBAUMER, B. (Comp.), *Territorios en Construcción. Actores, tramas y gobiernos, entre la cooperación y el conflicto*, Ediciones CICCUS, pág. 15-50. Buenos Aires.
- MARCHENA GOMEZ, Manuel (s/f). “Un ejercicio prospectivo: de la industria del turismo fordista al ocio de producción flexible”. Sevilla. Mimeo.
- MORAES, Antonio y DA COSTA, Wanderley (1987 [1984]): *A valorização do espaço*. San Pablo, HUCITEC. 196 pp.
- NOUZEILLES, Gabriela (2002). “Introducción”. En NOUZEILLES Gabriela (comp). *La naturaleza en disputa. Retóricas del cuerpo y el paisaje en America Latina*. Buenos Aires. Paidós.
- SANTANA TALAVERA, Agustín (2003). “Patrimonios Culturales y turistas. Unos leen lo que otros miran”. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 1 N° 1. Universidad de La Laguna, España.
- TRONCOSO, Claudia (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.
- TRONCOSO, Claudia (2008 a): “*Creando un lugar turístico y patrimonial: las transformaciones en la Quebrada de Humahuaca a partir de los procesos de construcción de atraktividad turística y patrimonialización*”. Tesis de Doctorado, Facultad de Filosofía y Letras de Universidad de Buenos Aires. Inédito, 445 pp.

- TRONCOSO, Claudia (2008 b): “Valorización turística de la Quebrada de Humahuaca (provincia de Jujuy). La conformación de una nueva oferta turística y los cambios en la forma de visitar el destino”. En, *Párrafos Geográficos*, Volumen 7, N° 2. Pp. 96-123.
- TRONCOSO, Claudia (2011): “Procesos actuales de valorización turística y patrimonial de la ciudad de Salta”. En, *IX Jornadas de Sociología de la UBA ‘Capitalismo del siglo XXI y reconfiguraciones. Luces y sombras en América Latina*. Buenos Aires, Argentina.
- URRY, John (1996): “O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas”. Sao Paulo. SESC y Studio Novel.
- VERBOLE, Alenka (2002): “A busca pelo imaginário rural”. En, RIEDL, M.; ANÉCIO ALMEIDA, J. y LIMA BARBOSA, A. (Orgs.) *Turismo rural: tendências e sustentabilidades*. Santa Cruz do Sul (Brasil), Universidad de Santa Cruz do Sul.

Fuentes:

- El Federal* (2011) Año 7 – N° 365. “El secreto Calchaquí”.
- Gobierno de la provincia de Salta -Ministerio de Turismo y Cultura (2010a) *Revista Salta Argentina*.
- Gobierno de la provincia de Salta- Ministerio de Turismo y Cultura (2010b): “Comunidades Rurales”. En *Revista Recorriendo Salta*.
- RTC (2008) *Red de Turismo Campesino, Valles Calchaquíes de Salta*, video promocional, soporte electrónico (DVD).
- RTC (2012) www.turismocampesino.org, consulta 10/07/2012.
- RTC, Folletería variada elaborada y distribuida por la organización desde 2006.
- www.tolargrande.gov.ar
- www.corazondelapuna.com.ar