

## 4

## Turismo comunitario y nuevos atractivos en los Valles Calchaquíes Salteños: el caso de la Red de Turismo Campesino\*

Carlos Cáceres<sup>1</sup> y Claudia Alejandra Troncoso<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto de Geografía, Universidad de Buenos Aires

<sup>2</sup>CONICET / Instituto de Geografía, Universidad de Buenos Aires

@ [ [carlos.r.caceres@hotmail.com](mailto:carlos.r.caceres@hotmail.com) ] | [ [claudia\\_troncoso@yahoo.com.ar](mailto:claudia_troncoso@yahoo.com.ar) ]

Fecha de recepción: 30-6-15

Fecha de aprobación: 06-08-15

**Cita sugerida:** Cáceres, C. y Troncoso, C. (2015). Turismo comunitario y nuevos atractivos en los Valles Calchaquíes Salteños: el caso de la Red de Turismo Campesino. *Revista Huellas* N° 19, Instituto de Geografía, EdUNLPam: Santa Rosa. Recuperado a partir de: <http://ojs.fchst.unlpam.edu.ar/ojs/index.php/huellas/index>

### Resumen

En los últimos años la provincia de Salta ha reforzado su presencia en el conjunto de destinos turísticos a nivel nacional. Esto implicó, entre otras cuestiones, la multiplicación de propuestas para disfrutarla en un viaje turístico. En este trabajo interesa abordar esta diversidad en el turismo salteño observando especialmente cómo se redefine un destino clásico del noroeste argentino, los Valles Calchaquíes, apelando o recurriendo a ciertas particularidades que habilitan la aparición de nuevos atractivos y servicios turísticos. Específicamente, en este trabajo se aborda cómo se renueva la propuesta turística del lugar a partir de la conformación de una organización agraria y turística (la Red de Turismo Campesino) que ofrece

\* Este trabajo recupera algunos de los resultados parciales de una tesis de Maestría en curso (Maestría en Políticas Ambientales y Territoriales, Universidad de Buenos Aires) en el marco del Proyecto UBACyT 2014-2017: “Turismo y territorio. Imágenes e imaginarios geográficos en la definición de lugares y atractivos turísticos de la Argentina”, dirigido por Rodolfo Bertonecello. Una versión preliminar de este trabajo fue presentada en las “I Jornadas de Investigación y Gestión del Valle Calchaquí (Salta)”, organizado por la Facultad de Humanidades de la UNSa (ver Cáceres y Troncoso, 2014).

- 1 Profesor y Licenciado en Geografía por la Universidad Nacional de Luján (UNLu). Investigador tesista de Maestría en el marco del proyecto UBACyT 2014-2017 con sede en el Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.
- 2 Licenciada y Doctora en Geografía por la Universidad de Buenos Aires (UBA) e Investigadora Asistente del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Lleva adelante tareas de docencia en la Universidad de Buenos Aires (UBA) y la Universidad del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN). Dirige un proyecto de investigación aprobado y financiado por CONICET (“Turismo, patrimonio y territorio. La política turística y patrimonial en el noroeste argentino: los casos de Jujuy y Salta”).

servicios turísticos bajo la modalidad turismo comunitario. Asimismo, el trabajo orienta la atención a las transformaciones socio-territoriales que ha introducido su presencia como nuevo actor que se inserta en escena local, considerando su papel fundamental en esta diversificación de las opciones turísticas del destino.

**Palabras clave:** turismo comunitario, Red de Turismo Campesino, Valles Calchaquíes, Salta, Argentina

Community tourism and new attractions in the Calchaquíes Valleys, Salta: the case of the Rural Tourism Network

### **Abstract**

In recent years the province of Salta has strengthened its presence in the Argentine tourist map. This involved, among other things, the increase of tourist offers to enjoy the province of Salta. In this paper, we aim to address tourist diversity in Salta, especially observing how the Calchaquíes Valleys, a traditional destination in the Argentine northwest, is redefined through new attractions and tourist services based on some local distinctive features. This work specifically approaches the way in which the tourist proposal in this area is renewed considering the creation of a rural and touristic organization- the Rural Tourism Network- that offers tourist services under the form of community-based tourism. It also aims at focusing attention on the social and territorial changes that the presence of this new actor, central to the diversification of tourist options in this destination, has introduced into the local scene.

**Key words:** Community-based tourism, Rural Tourism Network, Calchaquíes Valleys, Salta, Argentina

Turismo comunitário e novos atrativos nos Vales Calchaquíes Salteños: o caso da Rede de Turismo Campesino

### **Resumo**

Nos últimos anos a província de Salta tem reforçado sua presença no conjunto de destinos turísticos a escala nacional. Isto envolveu, entre outras questões, na multiplicação de propostas para desfrutar da província em uma viagem turística. Neste trabalho interessa abordar esta diversidade no turismo salteño observando especialmente como se volta a definir um destino clássico do noroeste argentino, os Vales Calchaquíes, apelando a determinadas particularidades que habilitam a aparição de novos atrativos e serviços turísticos. Especificamente, neste trabalho se aborda como se renova a proposta turística do lugar a partir da conformação de uma organização agrária e turística (a Rede de Turismo Campesino) que oferece serviços turísticos sob a modalidade de turismo comunitário. Também, o trabalho orienta a atenção às transformações sócio territoriais que tem introduzido sua presença como novo ator que se inserem na cena local, considerando seu papel fundamental nesta diversificação das opções turísticas do destino.

**Palavras chave:** turismo comunitário, Rede de Turismo Campesino, Vales Calchaquíes, Salta, Argentina.

## Un turismo que crece y se diversifica en la provincia de Salta

En los últimos años la provincia de Salta ha reforzado su presencia en el conjunto de destinos turísticos a nivel nacional. Esto implicó, entre otras cosas, la multiplicación de propuestas para disfrutarla tanto en términos de variedad de productos como de lugares a ser visitados. Esta renovación involucró varios destinos y productos respondiendo a las características que toma la demanda turística actual. Algunos de ellos se encuentran ampliamente consolidados (aunque también han experimentado procesos de actualización<sup>3</sup>) y otros son de reciente aparición<sup>4</sup>.

Este proceso se vio acompañado del incremento de los turistas que visitan la provincia, de una oferta creciente de servicios turísticos<sup>5</sup>, la ampliación de su conectividad con otros puntos del país y del exterior (a través del aumento en el número de vuelos que llegan a la capital provincial), y también, de manera central, una política pública provincial que colocó al turismo en un lugar destacado en la agenda de gobierno de la mano de un conjunto de herramientas de planificación sectorial<sup>6</sup>. En términos generales, la intención de la política turística provincial gira en torno a otorgarle a la actividad un lugar destacado en el conjunto de actividades provinciales. Es decir, colocar a Salta entre los principales destinos turísticos nacionales y, con el tiempo, afianzar un perfil como destino de cierta exclusividad y con una proyección internacional (Troncoso, 2013a). Asimismo, se busca una diversificación de opciones: desde la política pública provincial

- 3 Uno de los ejemplos en este sentido, lo constituye la ciudad de Salta que experimentó una actualización de sus atractivos a partir de las iniciativas de renovación de su centro histórico, iniciado a comienzos de la década de 2000 (Troncoso, 2013a y Troncoso, 2013b).
- 4 Entre ellos puede mencionarse la localidad puñena de Tolar Grande, la cual comienza a ser visitada por turistas recién a mediados de la década de 2000 (Cáceres, Troncoso y Vanevic, 2012) y el turismo incipiente hacia la zona de yungas al este de la provincia (Troncoso, 2014).
- 5 La información estadística brindada por el Ministerio de Cultura y Turismo de Salta señala que para el año 1996 los arribos anuales a la provincia eran de 338.099, en 2004 pasaron a 796.179 y en 2013 alcanzaron la cifra de 1.679.023. Con respecto a los establecimientos de alojamiento en la provincia, aumentaron de 121 en 1998, a 255 en 2004 y 511 en 2013 (Ministerio de Turismo de Salta, 2004; Ministerio de Cultura y Turismo de Salta, 2013).
- 6 Ellas comprenden el Plan de Desarrollo Turístico Provincial (1996-2000), su segunda etapa desarrollada entre 2000 y 2005, el Plan Maestro de Viajes & Turismo 2006-2016 y el Plan Estratégico de Turismo Salta SI +, lanzado en 2011 con un alcance hasta 2020. El impulso al turismo en la última década se llevó adelante a partir de 2003 mediante dos préstamos del BID (BID N° 1465/OC y BID N° 2835/OC-AR). Este último se vincula con el programa de Desarrollo Turístico Sustentable de la provincia de Salta II - AR-L1140- (que coincide con la implementación del Plan Estratégico de Turismo Salta SI +).

se apunta a una *descentralización geográfica del turismo*<sup>7</sup>. De hecho, los atractivos y formas posibles de experiencia turística que ofrecen todos los destinos provinciales son presentados a través de las actividades de promoción nutriendo una idea de provincia que ofrece todas las opciones para el turismo<sup>8</sup>.

Esta diversificación se promociona apostando a nuevas propuestas; dentro de ellas el turismo comunitario, como el que se desarrolla en Valles Calchaquíes, es una de las más relevantes. De hecho, en 2011 se crea un área de turismo comunitario dentro del organigrama del Ministerio de Cultura y Turismo provincial y dos años después se establece una normativa especial para esta modalidad.

Claramente estos procesos se enmarcan en aquellos otros desarrollados a escala nacional. En efecto, la política de impulso al turismo en esta jurisdicción provincial acompaña a aquella diseñada a nivel nacional que en la última década ha apostado fuertemente a hacer de la Argentina un país turístico de la mano de la sanción de la Ley Nacional de Turismo (N° 25.997/2005) y la creación del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (2005). Asimismo, desde el ámbito nacional también se ha dado impulso al turismo comunitario con la creación, en 2006, de lo que en la actualidad constituye la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATuRC).

Particularmente, en este trabajo nos interesa analizar los procesos recientes de diversificación de las propuestas turísticas en los Valles Calchaquíes observando especialmente cómo se redefine este destino clásico del noroeste argentino apelando o recurriendo a ciertas especificidades socio-territoriales que habilitan la aparición de nuevos atractivos y servicios turísticos. De manera especial, abordamos cómo se renueva la propuesta turística de los Valles Calchaquíes a partir de la conformación de la Red de Turismo Campesino (RTC) organización que ofrece servicios turísticos gestionados de manera comunitaria: una modalidad novedosa dentro de las opciones que conforman lo que se ha denominado turismo alternativo. Su presencia como nuevo actor que se inserta en escena local juega un papel

---

7 Entrevista personal en la Dirección de Planificación del Ministerio de Cultura y Turismo (diciembre de 2010).

8 En efecto, “todos los paisajes, todos los sentidos”, es uno de los slogans recientes utilizados para promocionar la provincia, a la vez que se afirma que Salta: “combina los atractivos de un vasto territorio abarca todos los paisajes (desde la aridez del desierto puneño hasta el verde exuberante de la selva), con un patrimonio cultural profuso (heredera pródiga de la antigua nación Diaguita-Calchaquí, del Imperio Inca, del pasado colonial hispánico y del espíritu criollo que luchó por la independencia nacional)” (Gobierno de la provincia de Salta, Ministerio de Turismo y Cultura, 2010a: 3).

fundamental en la diversificación de las opciones turísticas, al tiempo que también da respuesta a un interés turístico actual por conocer de cerca la vida cotidiana campesina.

Para la realización de este trabajo se diseñó una estrategia metodológica que combinó el análisis de fuentes primarias y secundarias. La información de tipo primaria se generó a través de la realización de entrevistas (entre 2010 y 2014) con los miembros de la organización, el personal técnico que brinda asesoramiento y distintos funcionarios del Ministerio de Cultura y Turismo de la provincia de Salta. Por su parte, las fuentes secundarias se componen de documentos de promoción originados por la Red de Turismo Campesino, por el gobierno de la provincia de Salta y por la Municipalidad de Cafayate, guías turísticas y artículos periodísticos que presentan la propuesta de la red. Los ejes de indagación en estas fuentes se vincularon con: las formas de surgimiento y organización de la Red; la presentación de su propuesta turística (atractivos que muestran y servicios que ofrecen); y las relaciones que generó este actor con otros en este proceso.

## **Nuevas modalidades turísticas y valorización del territorio: tendencias actuales**

En la literatura específica suele haber cierto consenso en afirmar que a partir de las últimas décadas del siglo XX se instalan nuevas formas de hacer turismo que se han denominado turismo postfordista o alternativo (Meethan, 2001; Urry y Larsen, 2011). Ellas se caracterizan por marcar una diferencia con las formas de organización de la producción y consumo turísticos prevalecientes anteriormente y conocidas como turismo fordistas o masivos<sup>9</sup>. El turismo postfordista va a caracterizarse, entre otras cosas, por la desconcentración temporal (en contraposición a las vacaciones marcadamente estivales del turismo masivo) y espacial (diversificación de destinos que se agregan a aquellos de litoral ampliamente concurridos en décadas anteriores) y el surgimiento de nuevos actores vinculados a la oferta turística (Marchena, s/f). En efecto, con frecuencia se observa que las grandes empresas características del turismo masivo (hoteles, tour operadores, compañías aéreas) son acompañadas por pequeños prestadores de servicios, en algunos casos especializados en satisfacer demandas específicas (Marche-

9 Las denominaciones turismo fordista y postfordista remiten a los modelos (fordismo y postfordismo) que han permitido interpretar aspectos vinculados, en términos generales, con las formas de producción y el consumo vigentes en las sociedades occidentales en distintos momentos históricos desde el siglo XX (Meethan, 2001).

na Gómez, s/f; Urry y Larsen, 2011) alimentando el carácter exclusivo de algunos productos turísticos (en oposición a los productos estandarizados del turismo masivo caracterizados por el “paquete turístico”).

Asimismo, surgen nuevas modalidades turísticas que acompañan a las características vacaciones de sol y playa del turismo fordista y que además parecen adecuarse a todas las necesidades existentes (ecoturismo, turismo aventura, turismo rural, turismo cultural, etnoturismo, entre otras). Estas modalidades no solo hablan de nuevas formas que toma la práctica turística sino que expresan una nueva manera de considerar, consumir y gestionar espacios con características naturales o culturales dignas de admiración y protección (entre ellas, aquellas consideradas en vías de extinción; Urry y Larsen, 2011; Nouzeilles, 2002). La oferta del turismo comunitario que aquí analizaremos se inscribe en este tipo de modalidades (Smith, 1989 [1977], Bertoncello, 2002 y Santana Talavera, 2002) y comparte con algunas de ellas (por ejemplo, el turismo rural) el interés por un ‘regreso’ de los sujetos urbanos a lo tradicional, lo folklórico, las costumbres y otros rasgos culturales asociados al ámbito rural (Nates Cruz y Raymond, 2007; Posada, 1999).

Esto se vincula con ideas difundidas especialmente en ámbitos urbanos donde la ‘naturaleza y las tradiciones del campo’ se promocionan como atractivo. Los ámbitos naturales y rurales han sido asociados con lo agreste, lo intocado, la belleza, lo escénico, la tranquilidad, la relación armónica con la naturaleza, etc. (Saarinen, 2004; Hinch, 2004). En algunos casos, como en el que aquí se analiza, se le suman otros dos aspectos: (i) la vinculación que algunas sociedades (las andinas, por ejemplo) establecen con la tierra; y (ii) los lazos comunitarios que son reconocidos como características centrales de esta manera especial de organización social en relación con formas de producción campesina. En cierta medida, el turismo recurre a este imaginario rural centrado en el contacto con la naturaleza, las actividades productivas primarias y la preservación de tradiciones (Verbole, 2002), a la vez que contribuye a definirlo y reforzarlo.

Entendemos que, en términos generales, las formas de valorización de lugares dependerán de la manera concreta en que una sociedad califica estos lugares (Moraes y da Costa, 1987 [1984]). En este sentido las formas de valorización turística implicarán selecciones de determinados rasgos de los lugares como atractivos en función de intereses, deseos, preocupaciones de una sociedad determinada (Bertoncello, Castro y Zusman, 2003). Estas formas de valorización turística de los lugares incluirán la apropiación, creación, transformación, conservación de distintos cualidades geográficas. Esto implica la creación o acondicionamiento de distintos elementos

que serán “consumidos” como atractivos (Urry y Larsen, 2011; Britton, 1991), además de una infraestructura y equipamiento que hará posible este consumo.

Asimismo, la definición y difusión de determinadas particularidades de los lugares como atractivos turísticos y la definición de un lugar como destino, implicará el accionar de actores concretos: según los casos, aquellos vinculados con la política pública, los empresarios turísticos, la población local, los turistas, etc. Todos ellos participan en los procesos de “turistificación” de lugares (Knafou, 1996). Así, estos procesos resultarán diferentes de acuerdo con las intenciones, los intereses, la capacidad de acción y las acciones concretas de los distintos actores involucrados. En definitiva, los procesos de valorización turística se comprenden considerando la trama social específica que vincula a estos actores sociales en cada caso particular (Bianchi, 2003).

Por otro lado, en este contexto actual de interés por lo natural, lo rural, lo campesino, varias han sido las iniciativas de apuesta al turismo por parte de grupos campesinos e indígenas orientados por diversos motivos: para obtener una fuente de ingreso; como estrategia política para fortalecer reclamos; como forma de reforzar su identidad; etc. (Hinch, 2004). También las situaciones de crisis han propiciado y contextualizado el surgimiento del turismo como actividad económica en áreas rurales: esto debido a que el turismo es considerado una alternativa a las actividades primarias en crisis que resulta atractiva, entre otras cosas, por los bajos costos de iniciación que tradicionalmente se le atribuyen (Troncoso, 2003).

Estas formas de interpretar la valorización de lugares permiten comprender qué elementos se ponen en juego en los procesos de definición de atractivos turísticos de los espacios rurales y quiénes participan en ellos. En particular nos permite indagar cómo se dieron estos procesos en los Valles Calchaquíes con el surgimiento de la RTC.

## **Crisis del sector agropecuario: el turismo como alternativa**

En la última década del siglo pasado, se pusieron en práctica en Argentina distintas medidas económicas que implicaron el desmantelamiento de políticas públicas de carácter universal. Algunos especialistas han denominado a esta década como “la otra década infame” (Morina, 2006), caracterizada por la apertura comercial irrestricta (con el consiguiente quiebre de la industria nacional y un fuerte proceso de aumento del desempleo), un período de

privatización de las empresas del Estado, ingreso del plan de la Convertibilidad, desregulación de la economía, entre otras. Fueron muchas las familias rurales que se han visto perjudicadas por estas medidas económicas y, consecuentemente, han comenzado un proceso de migración hacia las cabeceras de provincias o zonas más prósperas<sup>10</sup>. Otro de los resultados de esta declinación de las actividades primarias, fue el incremento de familias empleadas en tareas no agropecuarias (Barrera, 2006; Román y Ciccolella, 2009), por ejemplo en actividades de servicio como la del turismo rural.

Como parte de las estrategias para paliar la situación de crisis de algunas áreas y grupos de productores en el ámbito nacional, se implementaron programas estatales tendientes a solucionar estas situaciones de carencias rurales y detener las migraciones. Uno de ellos es el Programa Social Agropecuario (PSA). Éste tenía como beneficiarios a los productores minifundistas y los objetivos que perseguía eran: contribuir al mejoramiento de las actividades productivas y los niveles de ingreso de estos productores y a su vez 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. Se trató de un programa que prestó asistencia técnica y financiera, como así también capacitación y apoyo a la comercialización (Manzanal, 2007). Actualmente con PSA finalizado, las actividades que desarrollaba están a cargo de la Subsecretaría de Desarrollo Rural y Agricultura Familiar, dependiente del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Nación.

En el caso de los Valles Calchaquíes unas de las actividades económicas más importantes de la zona se vinculan con la producción agropecuaria. Entre los productores agropecuarios la mayoría cuenta con explotaciones de tipo familiar (con diferente grado de capitalización) y combina la producción de cultivos comerciales (pimiento para pimentón, comino, tomate, cebolla, zanahoria, poroto y vid) con el autoconsumo (agricultura y ganadería de subsistencia –caprina, ovina y pocos bovinos–) (Arqueros y Manzanal, 2004). Además de problemas asociados con el acceso al agua de riego, estas actividades atravesaron situaciones de crisis por la falta de oportunidades de comercialización y la imposibilidad de los pequeños productores de acceder a créditos para tecnificar y mejorar las condiciones de competitividad.

Vinculado con esta situación, la presencia del PSA en los Valles Calchaquíes estuvo orientada a la diversificación de actividades productivas existentes (cultivos comerciales y otros destinados al autoconsumo) y tam-

---

10 Para ampliar sobre estos procesos al interior de las economías regionales de Argentina, véase Manzanal (2000).



bién al incentivo del desarrollo del turismo. En efecto, en este contexto, el turismo fue considerado como una alternativa de ingresos y una posible solución al problema del desempleo.

Así, progresivamente en los últimos años los Valles Calchaquíes se suman a las nuevas tendencias de valorización de los espacios rurales y los usos que de ellos se hacen: se agregaron nuevas actividades de ocio a las tradicionales actividades productivas en un proceso que caracteriza cada vez con mayor frecuencia a los ámbitos rurales (Hinch, 2004; Posada, 1999).

## La propuesta de la Red de Turismo Campesino

Los Valles Calchaquíes constituyen un tradicional destino turístico del noroeste del país que viene siendo visitado intensamente desde mediados del siglo XX. Hasta la última década, el turismo en la zona giraba en torno al disfrute de atractivos como los paisajes áridos de características imponentes, la producción vitivinícola, el folklore y algunas manifestaciones arquitectónicas y artísticas centradas en la localidad de Cafayate<sup>11</sup> a la que se llega en excursiones desde la ciudad de Salta<sup>12</sup>.

Recientemente estas formas clásicas de valorizar turísticamente el lugar, han cambiado. Parte de estos cambios vinieron de la mano de la revalorización del vino como atractivo local. Específicamente en Cafayate y la zona aledaña se encuentra un gran número de productores vitivinícolas que han incursionado en la explotación turística de las bodegas (brindan degustaciones y espacios para alojamiento) que constituye una veta más para incrementar sus ingresos<sup>13</sup>. Se trata de inversiones de capitales principalmente foráneos, asociados a la expansión de la producción vitivinícola.

---

11 En una guía turística de 1979 se describen brevemente los atractivos de Cafayate señalando: “espléndidos paisajes de impresionante policromía, en Cafayate visita de una bodega y Museo de Arte Indígena Calchaquí” (*Guía de Turismo*, 1979: 13). Dos décadas después, otra guía destaca para la localidad de San Carlos (punto neurálgico de la RTC) solo su iglesia y las obras de arte que contiene (YPF, 1998).

12 Desde la capital provincial las agencias de viaje ofrecen la visita a los Valles Calchaquíes en excursiones que se realizan en el día. Una de las excursiones visita el sur de los Valles Calchaquíes llegando a la localidad de Cafayate y regresando a Salta y la otra se dirige hacia el norte visitando al departamento de Cachi y también regresando a la capital provincial. Otra de las excursiones más promocionadas de este sector provincial se corresponde con “La vuelta a los Valles”, que les permite a los turistas visitar en un mismo día a los pueblos más importantes del Valle Calchaquí y regresar a la capital provincial (Salta-Cafayate-Cachi-Salta).

13 La apuesta al vino como atractivo se complementa con la (re)inauguración en 2011 del Museo de la Vid y el Vino en Cafayate.

Ésta se remonta a la década de 1990 cuando comienza a desarrollarse en la zona una venta de las principales bodegas (y de tierras), fundamentalmente a capitales extranjeros, lo que ha implicado dos situaciones: por un lado, altos niveles de desempleo como consecuencia del despido de los peones rurales (Ledesma, 2006) y por el otro, un aumento del proceso de urbanización en las afueras de los pueblos más importantes<sup>14</sup>.

Otros de los procesos de cambio vinculados con el turismo en la zona se relacionan con el surgimiento de la Red de Turismo Campesino (RTC) en el sur de los Valles Calchaquíes que tiene centro en la localidad de San Carlos. El territorio en el que opera la cooperativa se encuentra atomizado, distribuido en varios parajes (Santa Rosa, Payogastilla, La Merced, El Barrial, Corralito, San Antonio de Animaná, El Divisadero) (Figura 1). Se trata de una cooperativa agroturística que nuclea a campesinos y artesanos orientados hacia el turismo rural comunitario que, como se dijo, tiene un origen vinculado con la presencia del PSA que venía brindando financiamiento y asesoramiento técnico en la zona. Dentro del conjunto de productores familiares, algunos de ellos se dedican a la producción vitivinícola y ofrecen sus productos pero como una alternativa más “modesta” a los ofertados por los otros actores turísticos.

Así, el tipo de oferta turística representa una propuesta diferente a la existente hasta el momento en el sur de los Valles Calchaquíes y alternativa también a las nuevas formas exclusivas y sofisticadas de turismo vitivinícola<sup>15</sup> que también se desarrollaron contemporáneamente al emprendimiento de turismo comunitario.

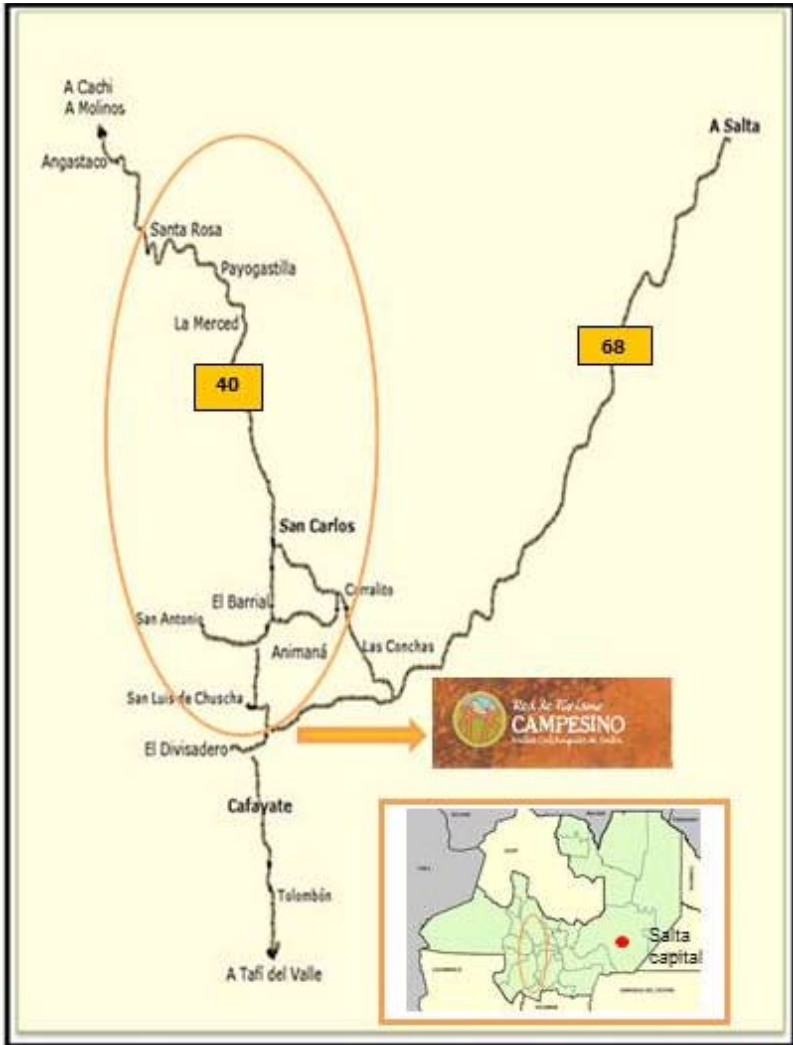
La RTC definió una forma de organización interna particular. Se constituyó formalmente como una cooperativa agro-turística en diciembre de 2008. Una vez conformada, cada familia tuvo que elegir, de acuerdo a las sugerencias del asesor técnico del PSA, un rubro o actividad dentro de la RTC, ya sea alojamiento, telar, vinos artesanales, trabajos en cuero, dulces, etc. y recibía luego capacitación en ese rubro. Dicha organización es el resultado de más de cinco años de trabajo participativo previo en asambleas comunitarias con el fin de clarificar los objetivos, los pasos a seguir y el tipo de turismo que buscaban para la zona. Una de las metas que los miembros persiguen al incursionar en este tipo de actividades (y quizás la más importante) es la de satisfacer sus necesidades básicas, situación que no podría alcanzarse mediante las actividades tradicionales agropecuarias.

---

14 Para un análisis en detalle de la conformación de urbanizaciones cerradas en la localidad de Cafayate asociadas a la producción vitivinícola, véase Rainer y Malizia (2014).

15 Para mayores referencias acerca del turismo consultar Villagrán (2013).

**Figura 1:** Área que abarca la Red de Turismo Campesino en los Valles Calchaquíes



Fuente: Elaboración propia en base a información suministrada por el Ministerio de Cultura y Turismo del Gobierno de Salta (año 2014).

La RTC está integrada por 47 familias distribuidas por los parajes mencionados, siete de ellos prestan servicio de alojamiento en sus casas reacondicionadas para tal fin (con préstamos del PNUD, el PROINDER

y PSA gestionados por la propia RTC), el resto presta otros servicios: confección de artesanías en cuero, gastronomía regional, elaboración de vinos caseros, etc. Un trabajo parejo dentro de la Red supone alcanzar un beneficio equitativo. Para ello han ideado un sistema de rotación por las comunidades de la Red (una especie de itinerario) con lo cual el viajero logra ver distintas actividades de campo. Además, cada familia posee una ‘capacidad de carga’ de turistas, por la que ninguna puede recibir a más de seis viajeros y no todos los días, para garantizar la continuidad del campesino como campesino y no reemplazar una actividad por otra. Asimismo, como parte de las actividades de la cooperativa, todos los integrantes deben participar de los encuentros mensuales, reunión a la que ellos denominan “Asamblea Campesina”. Los objetivos de éstas, es evaluar los pasos a seguir, comentar los obstáculos surgidos para tratar en forma conjunta de solucionarlos, buscando mejorar el servicio brindado como organización comunitaria<sup>16</sup>.

Por otro lado, la RTC definió un tipo de propuesta turística asociada a ciertos atractivos y servicios ofrecidos. Con respecto a esto, la red busca atraer un turismo responsable, promueve el respeto por las tradiciones de la comunidad, cultura y los aspectos físicos del paisaje. Así lo expresa la cooperativa cuando presenta su propuesta:

Practicamos y promovemos el comercio justo con 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)<sup>17</sup>.

Para llevar adelante esta propuesta se apela a algunas especificidades socio-territoriales de la zona promoviéndolas como atractivos turísticos y buscando asociarlas con los servicios y productos que la red ofrece. En efecto, esta organización hace un uso de ciertos aspectos físico-naturales

---

16 Como parte de estas reuniones se dictan 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’ para acondicionar la habitación del turista, o cómo elaborar y presentar los dulces caseros, etc.

17 Los servicios de la RTC también son presentados en estos términos en materiales de promoción elaborados desde el ámbito estatal provincial. En la sección dedicada a las ‘rutas temáticas’ de la revista de Turismo de Salta (2010), se puede leer en relación a la RTC: “La propuesta de turismo comunitario [de la RTC] está orientada a aquellos viajeros y visitantes que recorren la vida bajo los principios del turismo responsable, respetuoso y por lo tanto, sustentable y que llevan a la acción, fomentando el comercio justo y el desarrollo local participativo” (Gobierno de la provincia de Salta - Ministerio de Turismo y Cultura, 2010b: 50).

del lugar<sup>18</sup> y los suma a servicios de guiados y senderismo que incluye la visita a cerros, valles y cursos de agua a los que se accede mediante este servicio. Asimismo, se promocionan atractivos vinculados con la herencia prehispánica visitando sitios arqueológicos a los cuales también se accede mediante los servicios de visitas guiadas por miembros de la red. La vinculación con el pasado prehispánico de los miembros de la red y la pervivencia de manifestaciones culturales producto de esa herencia, aparecen presentados como una característica distintiva del tipo de producto que ofrecen y ellos mismos se presentan como herederos de ese pasado. Así, en uno de los primeros materiales de promoción de la RTC, se puede encontrar los aspectos culturales nombrados, de la siguiente manera:

Somos familias y comunidades mestizas descendientes de la cultura diaguita tradicionalmente dedicadas a la producción en pequeña escala y a la elaboración de productos regionales y artesanales de acuerdo a nuestra herencia y saber campesino (RTC, 2008).

Otros aspectos de tipo cultural, directamente relacionados con la vida cotidiana y laboral de los miembros de la red, también se promocionan como atractivos turísticos. Entre ellos la producción campesina en actividades agrícolas (el cultivo de especies tradicionales como el pimentón y la vid) y ganaderas (cría de cabras) y la confección de artesanías en distintos materiales, se promocionan como los atractivos más característicos de este tipo de turismo. Como puede apreciarse en la cita más arriba, y también en la página web de la RTC, de estas actividades se rescata su carácter eminentemente campesino<sup>19</sup> y el conocimiento de las técnicas ancestrales que portan<sup>20</sup>. Estas actividades son explícitamente incorporadas en los servicios

---

18 Los aspectos naturales del destino se encuentran ampliamente reconocidos e instalados como atractivos turísticos del área. En diferentes materiales de promoción suelen presentarse de forma similar a como lo hace este folleto elaborado por la Secretaría de Turismo de Salta y la Municipalidad de Cafayate: “El cielo de Cafayate merece una mención especial. El visitante puede disfrutar de atardeceres irrepetibles en los Médanos, vistas panorámicas y silencios vallistas desde el Viejo Molino de piedra [...] Cafayate es abrazado por los ríos Loroahuasi (al sur) y Chuscha (al Norte) pero el lugar ideal para una caminata disfrutando a pleno de la naturaleza es ir hasta el río Colorado, que deslumbra con sus numerosas cascadas naturales” (Secretaría de Turismo de Salta - Municipalidad de Cafayate, s/f).

19 Haciendo referencia a los servicios que brinda uno de sus miembros se afirma que: “su finca familiar simplemente tiene de todo, como el mejor símbolo a la *diversidad campesina*” (RTC, 2014; énfasis agregado).

20 Sobre una de las productoras que comercializa tejidos se dice: “sus manos antes sembraban la tierra con la espalda al sol y ahora crean tejidos delicados, *tramas ancestrales* y piezas únicas como impecables” (RTC, 2014; énfasis agregado). Al describir los servicios de otra de las

que la red ofrece. Y se propone, por ejemplo, que los turistas se acerquen a ellas informándose<sup>21</sup> pero también participando activamente. Así, en una entrevista personal con una de las socias fundadoras de la red, que vive en el paraje Santa María, hacia el norte de San Carlos, comenta que:

Los turistas siempre quieren ayudar. En la cocina quieren ayudar. Me acuerdo que una vez vinieron chicas de Estados Unidos que no sabían pelar manzanas y se fueron contentas porque agarraron el cuchillo y aprendieron a pelar manzanas y papas. Además, cada vez que vamos a los corrales a darle de comer a los conejitos o a cuidar a las ovejas, no hay manera de que se queden, siempre quieren venir con nosotros (enero de 2013).

Asimismo, la intimidad de la vida doméstica campesina, además de traducirse en cierta hospitalidad cara a todo servicio turístico, le otorga un aspecto distintivo vinculado con lo sencillo, lo hogareño y lo familiar<sup>22</sup> que forma parte de los servicios que ofrece la red como particularidad de la experiencia turística<sup>23</sup>.

Como ya se dijera, cada miembro de la RTC tiene su actividad como campesino, tareas que combina con el turismo. Hay quienes tienen su taller de cerámica o tejido, otros crían cabras, algunos realizan trabajos en madera, también existen otros campesinos que tienen su pequeño predio en el que producen nueces, tomates, zapallos, pimientos para pimentón y viñedos<sup>24</sup>. Estas actividades cotidianas se combinan con las turísticas pero

---

familias se vuelve a insistir sobre los conocimientos, esta vez los implicados en el manejo del predio: “Sandra es la encargada de atender a los visitantes, mientras sus hermanos *invitan a conocer los saberes de la agricultura y la ganadería a pequeña escala*” RTC, 2014; énfasis agregado).

- 21 Así el turista puede “conocer el cuidado de las viñas y la elaboración de vinos artesanales” y “saber las prácticas de cultivo del pimentón o algunas especias” (RTC, 2014).
- 22 Al promocionar los servicios de una de las familias se afirma que “El bello paisaje de la comunidad y su casita de adobe llena de flores, terminan por completar un ambiente cálido y familiar y un lugar para quedarse y caminar” (RTC, 2014). Asimismo, en una entrevista personal al tesorero de la RTC en el año 2011, sostenía que “Sin dudas los paisajes de los diferentes lugares algunos de los atractivos que la RTC posee. Pero también lo son la infraestructura de las casas, su ubicación, los materiales con los que están construidas y el diseño. Otro de los servicios puede ser la atención de los dueños de los lugares, que son los campesinos, con sus formas de vida y sus costumbres”.
- 23 Hablando de los servicios que brinda una de las anfitrionas se afirma: “su amplia casa, las conversaciones con ella, el compartir la cocina y sus quehaceres rurales son parte de este intercambio cultural que el viajero y la familia campesina pueden vivenciar”. (RTC, 2014).
- 24 Estas actividades productivas, de las cuales el turismo es complemento, son enumeradas con frecuencia para dar cuenta de la permanencia de ellas en la composición de las tareas y el ingreso: “Ruth con sus cerámicas, Socorro Guanca con sus dulces, Santos Filomena Condori con sus

los miembros de la organización no tienen la intención de convertirse en empresarios del turismo. Por el contrario, apuestan a que estas últimas actividades sean un complemento de aquellas y representen un ingreso más para las familias<sup>25</sup>. También tienen como meta la realización de tareas comunitarias como adquirir tecnologías para mejorar la presentación final de los productos, comprar nuevos insumos, mejorar la calidad de vida de los campesinos del valle, reforzar la infraestructura vial y de servicios de la zona, etc.<sup>26</sup>.

También es interesante señalar cómo la existencia de la RTC y su consolidación, redefinieron los vínculos que la organización estableció con la política pública. Esta propuesta, anclada en una nueva modalidad como es el turismo rural comunitario, continúa recibiendo asesoramiento técnico ahora vinculado a referentes en la materia que participan activamente de las reuniones de la organización. Este asesoramiento está a cargo de ingenieros en recursos naturales y de profesionales del turismo (dependientes de la Subsecretaría de Agricultura Familiar del Ministerio de Agricultura de la Nación), que van organizando y proponiendo a los socios de la red posibles opciones turísticas. Esto es, mostrar e incorporar a los servicios algunos aspectos de la cotidianidad campesina y también del entorno natural en el que se desarrolla la experiencia de RTC. En términos del manejo de recursos económicos, cuentan con el asesoramiento directo de los especialistas provenientes de la Subsecretaría de Agricultura Familiar quienes aconsejan acerca de la inversión de los pequeños fondos que logran conseguirse (mediante tratativas en distintos organismos nacionales e internacionales) para las tareas comunitarias mencionadas más arriba.

---

mantas, tapices y ponchos hechos en telar. Teresa con las nueces y su hijo Miguel con premios por su vino Malbec (...) Yolanda haciendo dulces de membrillo” (*El Federal*, 2011: 30).

- 25 En uno de los primeros folletos de presentación y promoción de la RTC se expresa explícitamente esta idea: “Entendemos al turismo campesino como una actividad no masiva, de intercambio y de respeto, que permitirá *complementar nuestros ingresos productivos tradicionales* y hacer amigos” (RTC, 2006; énfasis agregado).
- 26 Así se describen en un artículo periodístico las tareas que desarrolla este emprendimiento: “A través de la actividad turística o mediante gestiones institucionales, la RTC ha concretado algunas obras o actividades como por ejemplo, mejora de las instalaciones sanitarias de la escuela del paraje Payogastilla; equipamiento de botiquines sanitarios en todas las comunidades; capacitación de dirigentes campesinos; erradicación de letrinas y mejoras de vivienda. El día domingo 28 de diciembre de 2008, se inauguró una red comunitaria de agua domiciliaria en el paraje El Divisadero. Esta comunidad se encuentra ubicada a sólo 6 kilómetros del pueblo de Cafayate y no contaba con agua para consumo. Las familias hasta hoy, debían consumir el agua de acequias o acarrearlas del mismo río. A través entonces de gestiones y de un proyecto concreto, la RTC encaró esta obra” (Iruya.com, 2009).

A su vez, en la Dirección General de Planificación del Ministerio de Cultura y Turismo del gobierno de Salta, ha surgido una dependencia de Turismo Rural Comunitario que, además de intervenir activamente en la reglamentación de turismo rural comunitario para la provincia<sup>27</sup>, 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 circundante y el uso que se haga de él, entre otras. Este acompañamiento es reciente, sin embargo, promovió que esta cooperativa agroturística se consolidara y propongan objetivos a seguir. Tal asesoramiento, se da también en cuestiones vinculadas a la infraestructura de las casas que reciben turistas, ya sea el acondicionamiento de la vivienda o el uso de materiales y el diseño constructivo de la habitación para los huéspedes.

Con respecto a este asesoramiento, especialmente el surgido del ámbito público salteño, es interesante rescatar que el Estado provincial retoma y trata de organizar experiencias de turismo rural comunitario que ya estaban en funcionamiento cuando se crean estas herramientas de la política pública como la reglamentación de esta modalidad turística. Así, el Estado provincial toma bajo su órbita esta experiencia ya en marcha producto de la iniciativa de la RTC<sup>28</sup>.

Por último, resulta importante señalar que la RTC redefine las relaciones de poder a nivel local y se vuelve un actor político de peso que da respuestas a los pobladores de estos parajes en los que trabaja. En efecto, la RTC no solo se constituyó en una vía para canalizar las demandas de los pobladores frente al Estado municipal sino que responde más velozmente a ciertos pedidos (como, por ejemplo, las vinculadas a la capacitación sobre turismo u otras temáticas)<sup>29</sup>. Esta modalidad turística genera que los campesinos y quienes participan del emprendimiento comunitario, reclamen en los órganos de gobierno que corresponda y petitionen por mejoras en infraestructuras de uso vecinal, al mismo tiempo que los capacita en tér-

---

27 Se trata de la Reglamentación de Turismo Rural Comunitario (Resolución N°195/2013) que precisa cómo se entiende el turismo comunitario en la provincia, y se disponen normativas respecto al funcionamiento de los prestadores en esta modalidad.

28 Entrevista personal en el área de turismo comunitario del Ministerio de Cultura y Turismo de Salta (septiembre de 2013).

29 De esta manera, las familias campesinas le asignaron un ‘valor político’ a la RTC, al considerar que respondía a sus demandas con mayor velocidad que la política local. En este sentido, un ex-dirigente de la RTC señala: “En realidad, los intendentes de los cuatro municipios que la RTC abarca (y lo digo diplomáticamente), le tienen miedo, porque estamos en todas las comunidades, entonces podemos reclamar lo que nos corresponde” (entrevista personal, enero de 2011).



minos de competitividad en la comercialización de los productos por ellos generados. En efecto, son varios los socios fundadores que consideran que este tipo de turismo ha permitido el surgimiento de un nivel de dirigencia y de gestión no muy común en el Valle e impulsado por ellos.

De esta manera, el surgimiento de este emprendimiento conjunto ha diversificado las formas de hacer turismo en los Valles Calchaquíes en términos de atractivos y servicios. Ya no se trata sólo de la propuesta turística asociada a la localidad de Cafayate con la asociación paisajes áridos, vino, folklore y artesanías sino que a ella se suma una alternativa para captar un consumidor interesado en ciertas características socio-territoriales del lugar asociadas a lo tradicional, lo campesino, lo indígena, lo andino, según los prestadores mismos lo presentan y lo comercializan. De esta manera, los procesos señalados definieron una especificidad para los Valles Calchaquíes frente a otros destinos salteños, que nutre la diversidad a escala provincial que se busca promover desde la política pública. La propuesta de realizar un turismo comunitario campesino, introduce una alternativa novedosa basándose en la idea de una tradición andina y campesina viva, que puede conocerse y experimentarse de cerca.

## **La Red de Turismo Campesino y la redefinición de los Valles Calchaquíes como destino turístico**

Estos procesos que tienen lugar en los Valles Calchaquíes expresan los cambios que viene experimentando el turismo en los últimos años: la aparición de nuevas modalidades, como el turismo comunitario, para públicos específicos que pone en juego nuevos atractivos como la intimidad de la familia rural, las tareas rurales o artesanales, la gastronomía y los productos típicos, la cosmovisión andina, las formas de organización colectivas comunitarias, entre otros.

En este proyecto de creación y consolidación de la RTC se busca encontrar una alternativa a situaciones productivas y laborales adversas optando por una estrategia de tipo colectiva que apuesta al turismo. Pero además, con esto convergen varios aspectos que le dan forma al proceso de turistificación del área. Por un lado, se busca atraer el interés actual por ciertas características de los espacios rurales (altamente valorizados en contraposición con los ámbitos urbanos desde donde provienen los turistas); esto es, su vinculación “más próxima” con la naturaleza, las costumbres “perdidas” en los ámbitos urbanos, las formas de producción agrícola con sus conocimientos tradicionales asociados, etc. Para ello la RTC crea y (re)

crea atractivos en los que se ve reforzada la vida cotidiana y productiva de los pequeños productores y una herencia que se expresa en determinadas costumbres que parecen no haber cambiado con el tiempo. Por otro lado, genera un emprendimiento específico que mediante un conjunto de servicios y productos (alojamiento, gastronomía, excursiones guiadas) novedosos asociados a lo campesino y comunitario, comercializa estos atractivos. Por último, la irrupción de un actor colectivo, como la RTC, también redefinió la trama de actores vinculados al turismo en el destino. La red administra emprendimientos turísticos que difieren –y complementan– a los empresarios más grandes y ya consolidados; ahora ellos se ven acompañados de estas otras propuestas alternativas que requieren también de otros prestadores (en este caso, un conjunto de productores campesinos interesados en el turismo como complemento a sus actividades productivas que buscan satisfacer el interés turístico por lo tradicional y lo indígena). Además, este nuevo actor ha redefinido su relación con la política pública a diferentes niveles: ha estrechado vínculos mediante el asesoramiento que busca del saber experto vinculado a la esfera estatal (asesores y técnicos del gobierno nacional y provincial); ha sido partícipe de los cambios que se introdujeron en la política turística de la provincia con la creación del área de turismo comunitario del Ministerio de Cultura y Turismo de Salta; y se ha convertido en una entidad de peso a nivel local que resuelve demandas antes dirigidas al gobierno local.

Estos procesos han puesto en juego cualidades específicas del territorio (físico-naturales y culturales) para su valorización por el turismo y su vez, han dado paso a transformaciones en el destino. 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 re-valorización de los Valles Calchaquíes que, de la mano de una modalidad específica de la práctica turística, ha redefinido a este lugar como destino turístico.

## Bibliografía

- ARQUEROS, X. y M. MANZANAL (2004). “Interacciones y vinculaciones Interinstitucionales para el Desarrollo Territorial-Rural: El caso de San Carlos en Salta”. Trabajo presentado en *Primeras Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales del NOA*, Salta.
- BARRERA, E. (2006). *Turismo Rural. Nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*. Oficina Internacional del Trabajo- CINTERFOR-OIT.
- BERTONCELLO, R. (2002). “Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas”, en *Aportes y Transferencias*, Vol. 6, N° 2.

- BERTONCELLO, R., CASTRO, H. y P. ZUSMAN (2003) "Turismo y patrimonio en Argentina. Hacia una conceptualización desde las Geografías Culturales", en *Unión Geográfica Internacional. Encontro "As dimensões históricas da relação entre espaço e cultura"*. Río de Janeiro, 10-12 de junio.
- BIANCHI, R. (2003). "Place and power in tourism development: tracing the complex articulations of community and locality", en *Revista Pasos*. Vol. 1 N° 1.
- BRITTON, S. (1991). "Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism", en *Environment and Planning, D Society and Space*, Vol. 9.
- CÁCERES, C. y C. TRONCOSO (2014). "Turismo, territorio y transformaciones recientes en los Valles Calchaquíes Salteños. Cuando el territorio se (re)valoriza turísticamente", en *I Jornadas de Investigación y Gestión en el Valle Calchaquí, Salta*, agosto de 2014.
- CÁCERES, C., TRONCOSO, C. y P. VANEVIC (2012). "Destinos clásicos y nuevas propuestas en la diversificación turística de la provincia de Salta", en *VI Coloquio Geográfico sobre América Latina: 'Las nuevas configuraciones territoriales latinoamericanas desde una perspectiva geográfica'*, Paraná.
- El Federal* (2011) Año 7 - N° 365. "El secreto Calchaquí".
- Gobierno de la provincia de Salta- Ministerio de Turismo de Salta (2004) *Informe estadístico de la provincia de Salta. Año 2004*.
- 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*.
- Gobierno de la provincia de Salta- Ministerio de Cultura y Turismo de Salta (2013). *Informe estadístico. Turismo 2013*.
- Guía del turista* (1979) Edición N°13.
- HINCH, T.D. (2004). "Indigenous People and Tourism", en Lew, A., Hall, M.; Williams, A. (ed.) *A Companion to Tourism*. Blackwell.
- Iruya.com, Portal de noticias, disponible en <http://www.iruya.com>, consulta 10/10/2009.
- KNAFOU, R. (1996). "Turismo e território. Por uma abordagem científica do turismo", em Rodrigues, A. (Org.) *Turismo e Geografia: Reflexões teóricas e enfoques regionais*. San Pablo: Hucitec.
- LEDESMA, R. (2006). "Promoción Turística y patrimonio como construcción social. Algunos casos de la provincia de Salta, República Argentina", en Cabello Carro, P. (Editora), *Patrimonio Cultural e Identidad. Memorias del 52º Congreso Internacional de Americanistas*. Sevilla.
- MANZANAL, M. (2000). "Neoliberalismo y territorio en Argentina de fin de siglo", en *Economía, sociedad y territorio*, Vol. II, Núm. 7.
- MANZANAL, M. (2007). "El desarrollo rural en Argentina. Una perspectiva crítica". En: Almeida, J. y Machado, J. (org.). *Desarrollo Rural en el Cono Sur*, en PGDR- Red Sur Porto Alegre.
- MARCHENA GÓMEZ, M. (s/f): "Un ejercicio prospectivo: de la industria del turismo "fordista" al ocio de producción flexible", Sevilla, mimeo.
- MEETHAN, K. (2001). *Tourism in global society. Place, culture, consumption*, Nueva York: Palgrave.
- MORAES, A y DA COSTA, W. (1987 [1984]): *A VALORIZAÇÃO do espaço*. San Pablo: HUCITEC. 196 pp.
- MORINA, J. (2006). "El sistema de poder neoliberal en Argentina entre 1976 y 2000", en Morina, J. (Dir.) *Neoliberalismo y problemáticas regionales en Argentina. Interpretaciones geográficas*. Grupo de Investigaciones en Geografía Económica y Regional de la Argentina (GRIGERA), División Geografía, Depto. De Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Luján.
- NATES CRUZ, B. y S. RAYMOND (2007). *Buscando la naturaleza. Migración y dinámicas rurales contemporáneas*, México: Anthropos.
- NOUZEILLES, G. (2002). "Introducción". En, Nouzeilles, G. (comp.) *La naturaleza en disputa. Retóricas del cuerpo y el paisaje en América Latina*, Buenos Aires: Paidós.
- POSADA, M. (1999). "El espacio rural entre la producción y el consumo: algunas referencias para el caso argentino", en *Revista EURE*, vol. XXV, N° 75.
- RAINER, G. y M. MALIZIA (2014). "Los countries en el country. Migración de ameadad, vino de altura y urbanizaciones cerradas en Cafayate (Salta, Argentina)", en *Journal of Latin American Geography*, Vol. 13, N°1.

- ROMÁN, M. F. y M. CICCOLLELA (2009). *Turismo rural en Argentina. Conceptos, Situaciones y Perspectivas*. IICA, Buenos Aires.
- RTC (2008) *Red de Turismo Campesino, Valles Calchaquíes de Salta*, video promocional, soporte electrónico (DVD).
- RTC (2012) Página oficial de la Red de Turismo Campesino, disponible en <http://www.turismocampesino.org>, consulta 20/07/2014.
- RTC, Folletería variada elaborada y distribuida por la organización desde 2006.
- SANTANA TALAVERA, A. (2002). “Desarrollo y conflictos en torno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social”, en Riedl, M., Anécio Almeida, J. y A. Lima Barbosa (org.) *Turismo rural: tendências e sustentabilidade*, Santa Cruz do Sul, Universidade de Santa Cruz do Sul.
- SAARINEN, J. (2004). “Tourism and Touristic Representations of Nature”, en Lew, A.; Hall, M.; Williams, A. (ed.) *A Companion to Tourism*, Blackwell.
- Secretaría de Turismo de Salta- Municipalidad de Cafayate (s/f) Folleto “Cafayate. Los Valles Calchaquíes, Salta- Argentina”.
- SMITH, V. (1989 [1977]). “Introducción. Hacia una definición de la naturaliza del turismo”. En, Smith, Valene (comp.) *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*. Barcelona: Ediciones Endymion.
- TRONCOSO, C. (2003). “El turismo como alternativa a la crisis agraria. Posibilidades y Limitaciones”, en *Actas de la III Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales*. Facultad de Ciencias Económicas. UBA.
- TRONCOSO, C. (2013a) “Política turística y patrimonial en la ciudad de Salta (Argentina): disonancias en la protección y usos del centro histórico”, en *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol. 22.
- TRONCOSO, C. (2013b) “Espacio patrimonial, espacio de deleite visual y consumo. Transformaciones patrimoniales recientes y turismo en la ciudad de Salta (Argentina)”, en *Espaço e Geografia*, Vol. 16, N° 2.
- TRONCOSO, C. (2014). “Nuevos territorios turísticos en el NOA: la promoción del patrimonio en los ‘confines turísticos’ de las provincias de Salta y Jujuy”, en *Primeras Jornadas Regionales y Terceras Internas de Antropología del NOA*, Salta, mayo de 2014.
- URRY, J. y J. LARSEN (2011) *The tourist gaze*, Sage.
- VERBOLE, A. (2002). “A busca pelo imaginário rural”, en Riedl, M., Anécio Almeida, J. y A. Lima Barbosa (org.) *Turismo rural: tendências e sustentabilidade*, Santa Cruz do Sul, Universidade de Santa Cruz do Sul.
- VILLAGRÁN, A. (2013). “El vino más alto y bajo el más bello cielo”. Procesos de patrimonialización, turismo y estrategias empresariales. El caso de Cafayate (Valle Calchaquí), norte de Argentina, en *Vivencia, Revista de Antropología* N° 42.
- YPF (1998) *Guía turística. Centro y noroeste*, Santiago de Chile.