



*Ushuaia*2013
XII JORNADAS NACIONALES DE
INVESTIGACIÓN EN TURISMO
VI SIMPOSIO

“el turismo y los nuevos paradigmas educativos”

Nuevas modalidades turísticas en Argentina. Experiencias de Turismo Comunitario en la provincia de Salta¹

Carlos R. Cáceres
Instituto de Geografía – UBA

Claudia A. Troncoso
Instituto de Geografía – UBA / CONICET

Pablo M. Vanevic
Instituto de Geografía – UBA / UDIDET

Área Temática: Turismo y Desarrollo

Palabras clave: Turismo Comunitario – Turismo Alternativo – Redes Turísticas

1. Introducción

A fines del siglo XX, en el contexto de lo que ha denominado globalización, se experimentan una serie de cambios que incluyen la relevancia adquirida por el sistema financiero a nivel mundial, la importancia creciente de las tecnologías informacionales, así como también nuevas formas de reorganización de las actividades productivas (apuntando a la producción flexible y fragmentada), acompañadas de nuevas características que toma el consumo (marcadas por la diversificación).

Estos cambios, lógicamente, conllevan fuertes transformaciones sociales y territoriales. Es en este contexto que la práctica del turismo también experimenta los cambios marcando el paso de lo que se conoce como turismo masivo o fordista (caracterizados fundamentalmente por la estandarización) hacia lo que se llamará turismo alternativo o postfordista, orientado a demandas más puntuales y específicas (el denominado turismo de nichos), fragmentadas y heterogéneas en términos de atractivos turísticos, prácticas y demandantes (Bertoncello, 2002).

Intentando dar cuenta de estos cambios que marcan el paso del turismo masivo al alternativo se ha señalado con frecuencia que el turismo masivo, especialmente aquel que incluye tours organizados, se ha caracterizado por una experiencia en la cual el turista llega a conocer poco del destino visitado ya que realiza una fugaz visita sin haber decidido siquiera qué puede o desea hacer o para qué quiere hacerlo. Así, en estos tours el turista es conducido (junto a otros) por diferentes destinos donde aspectos como sus atractivos o la misma sociedad local son conocidos con poco grado de profundidad, y donde lo verdaderamente apremiante resulta ser el tiempo (siempre escaso) para el recorrido y no los deseos de los turistas (Bertoncello, 1998). Contrariamente a esto, el turismo alternativo es caracterizado por:

¹Este artículo se enmarca dentro del proyecto UBACyT 230/11 (2011-2014) “*Turismo y territorio. Política y cultura en la definición de lugares y atractivos turísticos de la Argentina*”, dirigido por Mg. Rodolfo Bertoncello, con sede de trabajo en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. Asimismo este trabajo constituye avances de tesis de maestría en Políticas Ambientales y Territoriales (UBA) en curso.

“Una actitud activa y comprometida del turista en su práctica, tanto consigo mismo (decidiendo adónde quiere ir, qué hacer, comprometiendo su esfuerzo y su capacidad) como con los demás (una fuerte interacción con los miembros de las sociedades receptoras, un compromiso con la preservación del ambiente y del patrimonio en general, una conciencia activa frente a los problemas y necesidades que éstos plantean, y una actitud activa o militante en la difusión y concientización en sus lugares de origen)” (Bertoncello, 1998:121).

Como parte de las nuevas formas que toma el llamado turismo alternativo, éste incorpora nuevos destinos, revitaliza algunos de los ya existentes y promueve el surgimiento de nuevos actores vinculados a la oferta turística (Marchena Gómez, s/f). Estas nuevas modalidades buscan dar respuesta a los cambios en la demanda de los turistas y se contraponen sobremanera con aquella práctica estandarizada, característica del turismo masivo. Valene Smith (1989 [1977]), distingue varias alternativas para la ‘nueva’ práctica turística, entre ellas están el ecoturismo, el turismo aventura, el turismo cultural, el turismo rural, etc. El turismo comunitario, que nos proponemos analizar en este artículo, se encuadra dentro de estas nuevas modalidades surgidas en el proceso de consolidación del turismo alternativo.

Como parte de estas tendencias más generales, en la República Argentina se han ido presentando nuevos emprendimientos turísticos, que tienen como principal objetivo la diversificación de opciones para hacer turismo, consolidando una oferta que reúne varias modalidades turísticas y suma nuevos destinos. Específicamente en relación con el turismo comunitario en el país han surgido desde la década de 2000 varias experiencias de importante distribución en el territorio nacional.

Desde el sector público nacional se puso el acento en la promoción de este tipo de turismo alternativo acompañando y asesorando a los gestores de los distintos emprendimientos provinciales a través de la recientemente consolidada RATurC (Red Argentina de Turismo Comunitario). Esta red creada en 2006 se enmarca en el Plan Federal de Turismo Estratégico de Turismo Sustentable y promueve la autogestión de las familias originarias y campesinas, en consonancia con las nociones actuales de empoderamiento que esta clase de gestiones turísticas propician.

En este trabajo nos interesa realizar un análisis preliminar de las propuestas de turismo comunitario en la provincia de Salta en relación con los procesos a nivel nacional de consolidación e impulso de esta modalidad turística. La metodología de trabajo se basa en el análisis de fuentes secundarias (reglamentaciones elaboradas por la política pública nacional y provincial, folletería generada por el Ministerio de Cultura y Turismo salteño y documentos elaborados por los prestadores de este tipo de servicio). Asimismo, se recurre a fuentes primarias de información compuestas por entrevistas a actores clave vinculados con estas experiencias de turismo comunitario.

2. El turismo comunitario y su lugar en la política turística nacional

A partir de la década de 2000, momento que coincide con el crecimiento del turismo y las actividades económicas a él asociadas, el desarrollo del turismo toma relevancia para la política pública nacional con dos elementos destacados: la Ley Nacional de Turismo (N° 25.997) y el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS), ambos de 2005. La preeminencia que pasa a tener el turismo en la política pública se apoya en la idea de “considerar al turismo como una política de estado” en la Argentina desde comienzos de la década de 2000 (Ministerio de Turismo de la Nación, 2011: 21).

Además de la relevancia que el turismo toma en este momento, desde la política pública nacional se definen ciertos aspectos a los que debería apuntar el turismo como la diversificación de opciones (atractivos, destinos y modalidades), respondiendo a las nuevas tendencias, gustos, intereses de la demanda turística. Así, por ejemplo en el PFETS se menciona como una de las premisas del plan de desarrollo equilibrado del espacio turístico, el cual puede lograrse a través de la estrategia de creación de una “red jerarquizada, diversificada y descentralizada de atractores, destinos y productos” (Ministerio de Turismo de la Nación, 2011: 22). Dentro de esta diversificación de opciones tendrá un lugar el turismo rural comunitario.

Por otro lado, en el contexto nacional se viene desarrollando un proceso de reconocimiento de derechos para las comunidades aborígenes desde la reforma de la Constitución Nacional a partir de 1994². Esto propició la conformación de comunidades étnicas formalmente reconocidas, así como diversas experiencias colectivas, entre ellas algunas orientadas al ofrecimiento de servicios turísticos.

Estos procesos generales y las ideas específicas respecto a la diversificación del turismo permiten comprender el apoyo que desde el Estado nacional se le otorgó a las experiencias de turismo rural comunitario. En efecto, a partir de 2006 desde la entonces Secretaría de Turismo se creó un ámbito para acompañar las experiencias de turismo rural comunitario que existen en Argentina. Se trata de la actual Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATuRC), en un primer momento reconocida como la Red Federal de Turismo en Ámbitos Rurales. Así, la red se presenta como una entidad que promueve

“La autogestión comunitaria del turismo de pueblos originarios y comunidades campesinas, fortaleciendo y difundiendo la oferta de turismo rural comunitario como un *nuevo producto turístico* que permite *captar nuevos segmentos y nichos de mercado*” (Ministerio de Turismo de la Nación, 2012: 15; cursiva nuestra).

Por otra parte, el titular del Ministerio muestra este proyecto como una estrategia de inclusión de los prestadores que forman parte de la red, en concordancia con la idea de orientar al turismo hacia un “desarrollo con inclusión” (Ministerio de Turismo de la Nación, 2011: 22):

“Desde el año 2006, el Ministerio de Turismo impulsa un proyecto que apoya y acompaña el desarrollo de la actividad turística por parte de las comunidades de pueblos originarios y campesinos en ámbitos rurales: la RED ARGENTINA DE TURISMO RURAL COMUNITARIO (RATuRC). Este proyecto turístico nacional promueve la inclusión de los pueblos indígenas y sus descendientes como sujetos activos en la cadena de valor turística, fortaleciendo y difundiendo el turismo rural comunitario como un producto turístico innovador, basado en un intercambio cultural genuino y una relación responsable entre lugareños y viajeros” (Ministerio de Turismo de la Nación, 2012: 13).

² Así se expresa la constitución en su artículo 75: “Corresponde al Congreso: 17. “Reconocer la preexistencia étnica y cultural de los pueblos indígenas argentinos. Garantizar el respeto a su identidad y el derecho a una educación bilingüe e intercultural; reconocer la personería jurídica de sus comunidades, y la posesión y propiedad comunitarias de las tierras que tradicionalmente ocupan; y regular la entrega de otras aptas y suficientes para el desarrollo humano; ninguna de ellas será enajenable, transmisible ni susceptible de gravámenes o embargos. Asegurar su participación en la gestión referida a sus recursos naturales y a los demás intereses que los afecten. Las provincias podrán ejercer concurrentemente estas atribuciones”.

Así, la política turística comunitaria es entendida como un encadenamiento de lazos de responsabilidades entre el Estado y las distintas comunidades locales que paulatinamente se han ido volcando a este tipo de emprendimientos:

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

El objetivo que busca el Ministerio de Turismo de Nación es que las comunidades de pueblos campesinos logren desarrollar (de manera autogestionada) un nuevo producto turístico cultural-vivencial hacia el interior de sus comunidades, generando, en términos de discursos oficiales, nuevas oportunidades de desarrollo (Lacko, 2011). Esto va en sintonía con la nombrada Ley Nacional de Turismo (25.997/05) que marca a esta actividad como estrategia prioritaria dentro las políticas turísticas del Estado y considera que esta práctica debe llevarse a cabo bajo parámetros de sustentabilidad, desarrollo, calidad, accesibilidad, entre otros.

El PFETS, segmenta al territorio nacional en 6 (seis) regiones, a saber: (i) La región Noroeste; (ii) La región Córdoba; (iii) La región Litoral; (iv) La región Patagónica; (v) La región Cuyo y (vi) La región Buenos Aires. Esta misma organización territorial es tomada por la RATuRC, aunque por el momento no se incluyen las regiones de Córdoba y Buenos Aires por no disponer de este tipo de oferta de turismo comunitario. Así, la RATuRC cuenta con 26 emprendimientos comunitarios (ver Tabla 1 - Emprendimientos de Turismo Rural Comunitario en Argentina) que organizan turísticamente al territorio rural argentino, de la siguiente manera:

- *Norte: Colores de la Tierra* (nuclea a once organizaciones-emprendimientos y es el ámbito donde se desarrollan nuestros casos de estudio: la Red de Turismo Campesino y la Comunidad Kolla de Tolar Grande);
- *Litoral: Verde Paraíso* (compuesta por seis emprendimientos);
- *Cuyo: Tierra del Sol* (que integra a dos grupos comunitarios);
- *Patagonia: El otro fin del Mundo*, que se encuentra constituida por siete organizaciones turísticas comunitarias.

Desde el ámbito del Ministerio de Turismo Nacional (Subsecretaría de Desarrollo Turístico) y como parte del “Desarrollo de la Oferta” también surgieron otras iniciativas que, en algunos casos, se ocuparon del turismo comunitario. Este es el caso del Programa de Fortalecimiento y Estímulo a Destinos Emergentes (PROFODE), el cual tiene como propósito:

“Estimular, mediante acciones de fortalecimiento, procesos de desarrollo en destinos turísticos que por sus características naturales, culturales y/o servicios presentan gran potencialidad para atraer turistas, pero por distintas razones no han alcanzado aún ese objetivo.” (Subsecretaría Desarrollo Turístico, 2011)

Tabla 1 - Emprendimientos de Turismo Rural Comunitario en Argentina

	Región	Comunidades
1	Norte	Red Espejo de Sal - Jujuy y Salta.
2		Red de Turismo Campesino – Salta
3		Huellas de San Francisco - Santiago del Estero
4		Comunidad Santa Rosa de Tastil– Salta
5		Comunidad KollaTumbaya– Jujuy
6		Comunidad Kolla Punta Corral – Jujuy
7		Comunidad KollaHornaditas– Jujuy
8		Comunidad Kolla de Tolar Grande – Salta
9		Comunidad Diaguita Quilmes – Tucumán
10		Comunidad de Valle Colorado – Jujuy
11		Comunidad de Ocumazo– Jujuy
12	Litoral	Comunidad Wichi Nueva Pompeya - Provincia de Chaco
13		Comunidad Toba la Primavera - Laguna Naineck - Provincia de Formosa
14		Comunidad Mbya Guaraní Yryapú - Provincia de Misiones
15		Comunidad Mbya Guaraní PindóPoty - Provincia de Misiones
16		Comunidad Mbya Guaraní Ka’aguyPorá - Provincia de Misiones
17		Baqueanos del Río - Paraná - Provincia de Entre Ríos
18	Cuyo	Grupo Turismo Rural Comunitario Jáchal - Provincia de San Juan
19		Comunidad Huarpe Paula Guaquinchay - Asunción - Provincia de Mendoza
20	Patagonia	Red Cultura Rural Patagónica - Río Negro
21		Comunidades Mapuche Raquithué y Lafquenche - Provincia del Neuquén
22		Comunidad Mapuche Puel, Volcán Batea Mahuida - Provincia del Neuquén
23		Comunidad Mapuche Mañke - El Huecú - Provincia del Neuquén
24		Comunidad Mapuche LofWirtray - Lago Mascardi - Provincia de Río Negro
25		Comunidad Mapuche Linares - Sector Nahuel Mapi Arriba - Provincia del Neuquén
26		Comunidad Mapuche Curruhuinca - Lago Lácar - Provincia del Neuquén

Fuente: Elaboración propia en base a la Guía de la RATuRC. Ministerio de Turismo de la Nación (2012)

Actualmente este programa se está implementando en varios destinos³: Mar Chiquita, (en la provincia de Córdoba); Corredor Neuquén Nortey Corredor de la Ruta Nacional 40, (Chubut); el Corredor del Uruguay (Entre Ríos); el Corredor de la Costa Patagónica Sur (Santa Cruz); el Área Valle de Uco (Mendoza) y el Corredor de la Puna (Salta) en las localidades de San Antonio de los Cobres, Santa Rosa de Tastil y Tolar Grande.

En este último caso, al momento de elegir estos destinos, se priorizó el carácter asociativo de la presentación al Programa, es decir, que la misma fuera realizada de modo conjunto por más de dos municipios o localidades. Cabe aclarar que en la actualidad este programa continúa su implementación, entre las tareas propuestas se mencionan:

- Creación de una Red de gestores turísticos municipales

³ Otros destinos en los que el programa ha finalizado son: Quebrada de Humahuaca (Jujuy); en Tolhuin (Tierra del Fuego) y en la Isla del Cerrito (Chaco).

- Fortalecimiento las capacidades de los gestores e informantes turísticos de los municipios
- Fortalecimiento de artesanos y emprendedores turísticos locales
- Puesta en valor del Sitio arqueológico de Santa de Tástil
- Optimización la interpretación del paisaje y la cultura andina de la Puna
- Mejoramiento de los servicios básicos de las comunidades
- Optimización de los servicios de información y orientación de los visitantes en la microrregión
- Diseño del Perfil del turista

3. Las experiencias de turismo comunitario en Salta

En este apartado se presentarán dos de las experiencias de turismo comunitario en la provincia de Salta, teniendo en cuenta procesos de conformación y los actores involucrados en esta nueva modalidad turística.

a) La propuesta de la Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes Sur

Hacia fines del año 2008, en el sur de los Valles Calchaquíes de la provincia de Salta, surge el emprendimiento comunitario denominado Red de Turismo Campesino (RTC). Si bien se marca como inicio formal de la RTC el año 2008, ya se mantenían reuniones organizativas desde 2004. Estas reuniones, denominados Encuentros Zonales, se desprenden de otras que organizara en los valles el Programa Social Agropecuario (PSA) de la provincia. En esa mesa de trabajo, se debatían cuestiones referidas a la implementación del turismo en la zona. Al mismo tiempo se discutían los distintos puntos de vista respecto al tipo de turismo que buscaban con este emprendimiento. Esto es, sus posibles impactos, qué se ganaría y qué se perdería, cómo acceder a los créditos para mejorar la calidad final de la oferta, construcción o mejoramiento de la infraestructura de las viviendas para los alojamientos, entre otros. En una entrevista personal a comienzos del 2011 a un socio fundador de la RTC (quien además fuera presidente de la organización en los primeros años de funcionamiento), comenta que *“este tipo de reuniones también servirían para ‘descartar’ a aquella población que no compartieran los ideales comunitarios y la visión respecto al turismo que era mejor para la zona”*. A este período (2004-2008), este socio fundador, lo denomina como *“el período de informalidad de la RTC”*, ya que es a finales de 2008 que se logra la personería jurídica (Cáceres, 2013). La RTC terminó conformándose como una cooperativa agroturística que nuclea a campesinos y artesanos interesados en desarrollar el turismo rural comunitario.

El territorio en el que opera esta cooperativa se encuentra atomizado, la misma está distribuida en varios parajes rurales con centro operativo o administrativo en San Carlos⁴. Además de éste, los otros parajes rurales en los que se despliega la oferta de la RTC, son: Santa Rosa, Payogastilla, La Merced, El Barrial, Corralito y San Antonio de Animaná (todos pertenecientes al departamento de San Carlos) y San Luis de Chuscha, El Divisadero y Las Conchas, del departamento de Cafayate.

⁴ Se ubica a unos 200 km de Salta capital y según el censo de 2010, cuenta con una población de 1.881 habitantes.

Esta organización cooperativa brinda servicios de alojamiento, gastronomía, guiados y artesanías. En uno de los primeros materiales de promoción de la RTC, se presentan de la siguiente manera:

“La Red de Turismo Campesino es un producto turístico integral ofrecido por un conjunto de familias y comunidades campesinas que habitamos en los Valles Calchaquíes de la provincia de Salta, en el Noroeste Argentino. Somos herederos de la cultura indígena calchaquí y nos dedicamos, al igual que nuestros ancestros, a la producción agropecuaria y artesanal en pequeña escala. Vivimos en un entorno natural de gran valor paisajístico y en cercanías a centros convencionales. Por ello decidimos participar activamente del sistema turístico de la región pero con un producto propio, diferente, que nos permita recibir al turista sin perder nuestra identidad de gente de campo” (RTC, 2007).

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 de las reuniones mensuales, (denominadas “Asamblea Campesina”), con el objetivo de evaluar los pasos a seguir, es decir, con qué obstáculos se han encontrado para tratar en forma conjunta de solucionarlos a fin de lograr brindar un mejor servicio y de definir con qué actividades continuar⁵.

La cooperativa Red de Turismo Campesino está integrada por 50 familias distribuidas por los distintos parajes rurales mencionados, 8 de ellas prestan el servicio de alojamiento (encasas particulares reacondicionadas para tal fin), el resto ofrecen otras actividades: la confección de artesanías en cuero, gastronomía regional, elaboración de vinos caseros, etc. Se trata de un turismo activo en términos de quienes visitan este emprendimiento, tal como se puede analizar en la siguiente cita:

“El turismo que llega (...) puede practicar si estamos haciendo pan casero puede practicar hacer pan casero. Si estamos haciendo loco, depende si la gente quiere participar o si quiere, por ejemplo tenemos chanchos y quiere ir a cortar la alfa puede ir, venir y traer a los chanchos, con los chicos incluso, no?. O el turismo que llega acá que se quede y que se sienta como en su casa, nosotros queremos que se vayan conformes con el turismo. O si no quiere, que sólo viene a descansar, saldrá, caminará, irá a los cerros” (Paraje San Luis. RTC, 2007).

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, la 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. Esto se ve reflejado en lo que aparece en varios de sus folletos de divulgación como así también en su página web:

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

“No ofrecemos actividades de riesgos ni de aventura, pues nuestra oferta es principalmente cultural y de naturaleza; donde el intercambio de culturas y el disfrute del paisaje son las motivaciones más importantes” (Portal web de la RTC, 2012).

⁵Estas reuniones además implican instancias de capacitación a partir de cursillos, por ejemplo, de gastronomía, de primeros auxilios, guiados, etc. Otro de los cursos que se han dictado es cómo ‘preparar camas’ o cómo preparar y presentar mejor los dulces caseros, entre otros.

Esta organización campesina, desea recibir un tipo de turista que busque 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 RTC 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. Esto, 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 en el ingreso. Por este motivo, se ha 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 reemplazar una actividad por otra. Vemos que en realidad este tipo de emprendimientos comunitarios, busca en el turismo un complemento en sus ingresos y no desea convertirse en empresarios de la actividad turística en la zona. Varios son los discursos en los que aparece esta postura⁶.

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, asociados a la identidad y la cosmovisión andina y campesina. Asimismo, las características físico-naturales del área constituyen también elementos destacados de la atractividad 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 atractividad 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 atractividad del lugar.

⁶Un integrante de la RTC que habita en el paraje Payogastilla (departamento de San Carlos), menciona que: “Nosotros somos campesinos y queremos seguir siendo campesinos. Esta Red de Turismo nos ayuda a seguir haciendo nuestra actividad” (RTC, 2007). Otros de los testimonios de quienes gestionan esta actividad en los Valles, dice: “Nosotros a pesar de querer trabajar y ofrecer algo al turista de lo que nosotros convivimos diariamente no vamos a dejar por eso de ser campesinos. Nuestra vida y la base nuestra es ser campesinos y esto es un ingreso más que nos da el ofrecer otra alternativa a la gente que realmente le gusta el campo” (Paraje La Punilla. RTC, 2007).

Este tipo de actividades, apunta a satisfacer aquellas demandas (cada vez más exigentes) de los turistas que llegan a los Valles en busca de nuevas experiencias, más allá del fugaz recorrido por lugares emblemáticos o de riqueza paisajística. Así, lo que se promociona y ‘vende’, en términos turísticos, es un contacto más cercano con la naturaleza, cargado de un fuerte sesgo educativo y marcado por las ideas de la sustentabilidad ambiental. Paralelamente a ello, se promociona un conocimiento vivencial de experiencias cotidianas, de labores campesinas con los habitantes de los Valles Calchaquíes que están nucleados en esta organización comunitaria.

b) La propuesta de Tolar Grande

La localidad de Tolar Grande 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. El pueblo había sido habitado por casi 4.000 habitantes durante 1970 (época de auge de la minería de azufre 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 desde el gobierno provincial 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. El pueblo comenzó a repoblarse y hoy tiene unos 180 habitantes.

En 1999, en uno de los volcanes cercanos a la localidad se produciría uno de los hechos más relevantes de la arqueología moderna. Allí 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 propuestos⁷, 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.

Con respecto a los atractivos turísticos, a diferencia de la experiencia de la RTC, otros aspectos del lugar también son destacados por varios actores vinculados con el turismo. El Ministerio de Turismo de la provincia de Salta, en su página web, promociona a este destino, valorizando y promoviendo todo aquello relacionado con las características naturales presentes, 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

⁷ El Museo de Arqueología de alta Montaña entre ellos es el que alberga las tres momias halladas y gran parte del ajuar que con ellas se encontraba.

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 Cultura y Cultura de Salta, 2010)

Pero más allá del hallazgo arqueológico y del planteo de lo vasto, inhóspito y de las emociones de “estar en otro mundo”, otros atractivos vinculados con aspectos culturales también se señalan para esta comunidad como aquellos enumerados en el calendario de eventos que presenta la municipalidad de Tolar Grande en su página web que incluye festividades y ceremonias (www.tolargrande.gov.ar) y la propia condición de aborigen de la población local y algunas de sus prácticas productivas tradicionales:

“La comunidad es una pequeña población de origen indígena que habita la Puna andina, a 3520 metros sobre el nivel del mar. Nace de las migraciones de familias kollas de ambos lados de la Cordillera de los Andes, producto de sus tareas nómades realizadas durante cientos de años, como el arreo de vacunos, la construcción del ferrocarril, el trabajo minero o la trashumancia ancestral de camélidos”. (Ministerio de Turismo de la Nación, 2012: 52-53).

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. Los tolareños cuentan, entonces, 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.

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 enmarcado en las ideas generales acerca de la gestión comunitaria. Poco a poco la actividad turística fue consolidándose con la llegada de visitantes (conforme más agencias ofrecían el traslado hasta el destino) y el incremento de la oferta de alojamientos (entre los que se cuentan casas de familia y un refugio administrado por la municipalidad) y gastronomía (también ofrecidos por pobladores locales).

En este caso, el proyecto de desarrollo del turismo impulsado por el municipio explícitamente reconoce la oportunidad de sumarse a las nuevas demandas turísticas ofreciendo un destino que podría ser muy diferente a lo conocido hasta el momento en los circuitos más concurridos:

“Se observa que el turismo en nuestra provincia se ha convertido en uno de los sectores socioeconómicos más dinámicos [...]. Con este panorama y 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 [...] para la

creciente demanda turística ávida de consumir nuevos destinos...” (Plan de Tolar Grande, cursiva nuestra).

En Tolar Grande 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 viajeros, hoy se expande a un público mayor, sin perder esa idea que es fuertemente impulsada desde la misma denominación de Tolar Grande como “Municipio Turístico de Aventura y Comunidad Kolla”.

4. La política turística salteña y el turismo comunitario

En los últimos años la provincia de Salta ha reforzado su presencia en el conjunto de destinos turísticos a nivel nacional. Esto se vio acompañado de una oferta creciente de servicios turísticos, 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). Este proceso implicó, entre otras cosas, la multiplicación de propuestas para disfrutarla provincia tanto en términos de variedad de productos como en lugares a ser visitados. Esta renovación de la Salta turística involucró a varios destinos y productos que componen la actual propuesta turística provincial, respondiendo a las características que toma la demanda turística actual.

Asimismo, este proceso fue acompañado e incentivado, de manera central, por una política pública provincial que colocó al turismo en un lugar destacado en la agenda de gobierno. Esta política turística salteña de las últimas décadas se enmarca, y tiene como elemento orientador, un conjunto de herramientas generales de planificación sectorial. 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 2020⁸. En términos generales, la intención de la política sectorial gira en torno a otorgarle al turismo 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.

Específicamente el Plan Estratégico de Turismo Salta SI + (2010-2020) vigente en la actualidad se lanza en junio de 2012 (pero se venía trabajando en él desde 2010). Sus objetivos apuntan a:

- mantener la posición de liderazgo de Salta a nivel nacional y posicionar a la provincia como un destino líder de ecoturismo a nivel mundial;

⁸ El impulso al turismo en la última década se llevó adelante a partir de 2003 mediante un préstamo del BID (Préstamo BID N° 1465/OC) al que se busca dar continuidad con otro préstamo de reciente aprobación (mediante 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 +).

- impulsar un desarrollo turístico equilibrado en toda la provincia buscando que los beneficios de la actividad turística sean capitalizados por todos sus habitantes y que permita corregir desequilibrios existentes;
- y generar nuevos productos turísticos para atraer nuevos públicos (Gobierno de la provincia de Salta, 2012 a: 4).

En este plan también se observa una asociación entre turismo y desarrollo y una intención de vincular fuertemente el impulso al turismo con el mejoramiento de las condiciones de vida de los salteños: “el turismo es un sector de suma importancia para el desarrollo económico sustentable de un territorio, para la creación de fuentes de trabajo, de riqueza y la generación de divisas”(Gobierno de la provincia de Salta – 2012: 5). Esto justifica el lugar prioritario que se le otorga a esta actividad en el contexto provincial tal como se manifiesta explícitamente: “esta herramienta consolidará la Visión Estratégica del Gobierno de la Provincia de transformar al turismo en un sector fundamental para su desarrollo sustentable”(Gobierno de la provincia de Salta, 2012b: 10).

Este conjunto de ideas y herramientas para organizar el turismo que marcan la política turística provincial ofrece un contexto para comprender las especificidades de la forma en que se considera el turismo comunitario a nivel provincial.

Como parte de esta política turística se buscó recuperar e incentivar las experiencias de turismo comunitario en el territorio provincial como las que se desarrollaron en el punto anterior. Esto se hace evidente en dos aspectos: por un lado, la intensa promoción que se hace de esta modalidad turística y, por otro, en su incorporación como un aspecto a trabajar en la planificación del turismo provincial.

En cuanto a los aspectos vinculados con la promoción es interesante ver cómo las experiencias de turismo comunitario adquieren un lugar destacado en los materiales de promoción que se generan desde el Ministerio de Cultura y Turismo provincial (véase, por ejemplo, el lugar destacado que tiene la propuesta de turismo comunitario en la publicación *Salta* –Ministerio de Cultura y Turismo, 2010- y la relevancia que adquiere en la publicación *Salta, tan linda que enamora* –Ministerio de Cultura y Turismo, 2012- como parte de la experiencia “Salta auténtica”).

En relación con la planificación del turismo comunitario es importante mencionar tres aspectos. Por un lado, en 2011 se crea un área de turismo comunitario dentro del organigrama del Ministerio (dependiente de la Subsecretaría de Desarrollo Turístico y de la Dirección General de Planificación). Esto implica reconocer y destinar esfuerzos y recursos a una forma de hacer turismo que no era la predominante ni prioritaria a nivel provincial.

Por otro lado, la cuestión del turismo comunitario es incluida en el Plan Estratégico de Turismo Salta SI + (2010-2020). El plan consta de varios programas generales concebidos para desarrollar una temática específica con presencia en distintos destinos del territorio provincial. Entre estos programas⁹ se encuentra el de turismo comunitario, a través del cual: “Se desea captar un turismo dispuesto a sentir, conocer y comprender culturas diferentes a las propias, atraer un público respetuoso de los saberes y costumbres de los pueblos originarios y del entorno paisajístico donde los mismos se desarrollan” (Gobierno de la provincia de Salta, 2012: 95). Asimismo, el mismo plan estratégico prevé otras herramientas de planificación

⁹Otros programas son: gastronomía, turismo aventura, avistaje de aves, pesca deportiva, artesanías, turismo de reuniones, salta + verde, y lugares mágicos.

para atender a esta modalidad turística: “se propone la elaboración de un Plan Estratégico de Turismo Comunitario, donde a partir de una metodología dada, sean los propios pueblos originarios quienes desarrollen sus contenidos y prioridades de aplicación”(Gobierno de la provincia de Salta, 2012: 95).

Para este programa temático de desarrollo del turismo comunitario se establecen los siguientes objetivos (Gobierno de la provincia de Salta, 2013: 31):

Objetivos Generales

- Desarrollar de forma competitiva el producto Turismo Rural Comunitario a través de servicios de calidad que satisfagan las necesidades tanto de los turistas como de las comunidades anfitrionas y demás actores involucrados, diversificando la oferta actual, y convirtiéndose en una alternativa de desarrollo endógeno sustentable para las comunidades rurales menos favorecidas de la Provincia de Salta.
- Elaborar de manera participativa los Planes Estratégicos correspondientes a nivel Provincial y Regional.

Objetivos Específicos

- Contribuir a la inclusión social y al mejoramiento del nivel de vida de las comunidades, en correspondencia con la conservación y protección de su entorno natural y cultural, mediante el fortalecimiento de la oferta y la generación de empleo.
- Fortalecer a las comunidades involucradas como emprendimientos turísticos rurales, para ofrecer al visitante un producto turístico de calidad y garantizando la asistencia técnica efectiva en terreno para la gestión y prevención de impactos negativos.
- Establecer estándares que permitan la categorización de los emprendimientos de turismo rural comunitario en la provincia de Salta, mediante la conformación de equipos interdisciplinarios de trabajo para su planificación y seguimiento.
- Promover los emprendimientos turísticos rurales comunitarios en la agenda turística provincial, conociendo el comportamiento de su demanda especializada e investigando sus mercados específicos.
- Generar alianzas entre comunidades, sector público, sector privado especializado y cooperación internacional.
- Incorporar al Sector Académico para la generación de teoría específica y la elaboración de planes de apoyo.

Por último, en 2013 desde el Ministerio de Cultura y Turismo se crea una reglamentación especial para esta modalidad turística. Se trata de la Reglamentación de Turismo Rural Comunitario creada por resolución N°195/2013. En ella se fijan:

- Disposiciones generales referidas a los principios y definición de turismo rural comunitario (Cap. I)
- Precisiones sobre las actividades, productos y servicios vinculados con el turismo comunitario (Cap. II)
- Aspectos vinculados con el "Registro Único Provincial de los Emprendimientos de Turismo Rural Comunitario" y precisiones sobre la inscripción de los prestadores (Cap. III y IV)
- Detalles sobre el funcionamiento de emprendimientos de turismo rural comunitario (Cap. V) y la comercialización del producto turismo rural comunitario (Cap. VI)
- Aspectos del Consejo Asesor de Turismo Rural Comunitario (Cap. VII)
- Cuestiones vinculadas al rol de los municipios (Cap. VIII)
- Detalles del Régimen Sancionatorio (Cap. IX)

Más allá de los aspectos técnicos de las herramientas normativas y de planificación lo que interesa señalar es que el estado provincial (tal como aconteció a nivel nacional) retoma y trata de organizar experiencias de turismo rural comunitario que ya estaban en funcionamiento cuando se crean estas herramientas de la política pública. Toma bajo su órbita experiencias que surgieron con el accionar de diversos actores, algunos de ellos dentro del ámbito público local o como parte de una política sectorial no turística. Asimismo, estas formas de encarar la planificación buscar incentivar y otorgarles un marco institucional a nuevas experiencias de desarrollo del turismo bajo esta modalidad en otros lugares de la provincia.

5. Conclusiones

Las formas que toma el turismo en la actualidad están marcadas por la diversificación de opciones que se expresan en la multiplicación de atractivos, destinos y modalidades turísticas. La dinámica del turismo tanto a nivel nacional como de la provincia de Salta, ha dado cuenta de esta multiplicación de opciones en las últimas décadas. El turismo comunitario forma parte de estas nuevas opciones para hacer un turismo diferente al que predominó durante todo el siglo XX, a la vez que también se presenta como una alternativa de obtención de ingresos para sectores de la sociedad que hasta ese momento no se contaban entre los prestadores de servicios tradicionales.

Asimismo, desde la política pública sectorial, en ambos niveles (nacional y provincial), se incentiva esta diversificación dándole promoción en tanto nuevas formas de disfrutar destinos turísticos y a través de herramientas de planificación, nuevas entidades y áreas que complejizan el organigrama de gobierno e instrumentos legislativos que alientan la continuidad de las experiencias en marcha y el surgimiento de otras nuevas.

En el caso específico de la provincia de Salta, y tal como aconteció a nivel nacional, en la política pública sectorial específica para esta modalidad turística toma forma *a posteriori* de las primeras experiencias. Ellas surgieron por otros actores (vinculados o no previamente con el turismo): el PSA en el caso de la RTC y el gobierno municipal, en el caso de Tolar Grande. La incursión del Ministerio de Cultura y Turismo en intentos de organizar esta nueva modalidad ha devenido en la creación de herramientas que buscan darle un marco institucional y legal a estas experiencias ya en marcha y prever las condiciones para el desarrollo de aquellas experiencias futuras.

Este intento preliminar de caracterizar estas experiencias de turismo comunitario en la provincia de Salta brinda elementos para continuar indagando en otros aspectos vinculados con el desarrollo de esta modalidad en estos destinos específicos. Así, por ejemplo, podemos preguntarnos ¿cuáles son las articulaciones en los destinos de las distintas herramientas de política pública diseñadas para esta modalidad?, ¿cómo se articulan cuando forman parte de políticas sectoriales diferentes?, ¿cuál es la vinculación de las acciones del Estado con aquellas llevadas adelante por otros actores como, por ejemplo, las ONGs?, ¿cómo se vinculan estas experiencias con otras surgidas en otros destinos del país?

6. Referencias bibliográficas

- BERTONCELLO, Rodolfo (1998). ““Turismo “alternativo” en Argentina: ¿una nueva forma de consumo del patrimonio natural?” *Revista GeoUruguay* N° 2. Montevideo. Pp. 117-131.
- BERTONCELLO, Rodolfo (2002). “Turismo y Territorio. Otras prácticas, otras miradas”. En: *Aportes y transferencias* 6(2): 29-50, Mar del Plata. Universidad Nacional de Mar del Plata.
- CÁCERES, Carlos (2013). “Nuevos actores, nuevas prácticas y revalorización del territorio. El turismo rural comunitario en los Valles Calchaquíes Salteños”. Trabajo presentado en el IV Congreso Nacional de Geografía de Universidades Públicas y las XI Jornadas Cuyanas de Geografía. Realizado en la Universidad Nacional de Cuyo (Mendoza), los días 23, 24, 25 y 26 de Octubre. Organizadas por el Departamento de Geografía, el Instituto de Geografía y la Secretaría de Extensión Universitaria de la Facultad de Filosofía y Letras. Publicado en CD del Evento (ISSN: 2346-9668 y 2346-9676).
- 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.
- LACKO, Elisa (2011). “Políticas nacionales de turismo e identidad en el nuevo estado pluricultural. El proyecto RaturC”. Trabajo presentado en el X Congreso Argentino de Antropología Social: “La antropología interpelada: nuevas configuraciones político-culturales en América latina”. Buenos Aires, 29 de noviembre al 02 de diciembre de 2011, Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.
- MARCHENA GÓMEZ, Manuel (s/f): “Un ejercicio prospectivo: de la industria del turismo “fordista” al ocio de producción flexible”. Sevilla, mimeo.
- SMITH, Valene (1989) [1977].” Introducción. Hacia una definición de la naturaleza del turismo”. En, SMITH, V. (Comp.) Anfitriones e Invitados. Antropología del turismo. Barcelona, Ediciones Endymion-Turismo y Sociedad. Pp. 15-41.
- 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.

FUENTES

- GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA (2012 a) *Plan Estratégico de Turismo Salta Sí + (2010-2020)*, Salta.
- GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA (2013) *Informe de Gestión de Turismo Rural Comunitario. Conceptualización, alcance, integración y acciones*.
- GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA. MINISTERIO DE TURISMO Y CULTURA (2010). *Revista Salta, Argentina*.
- GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA. MINISTERIO DE TURISMO Y CULTURA (2012 b). Folleto “Salta. Argentina. Tan linda que enamora”.
- MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN (2011) *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable*, actualización 2012-2020, Buenos Aires.
- MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN (2012). RATUR, Guía Red Argentina de Turismo Rural Comunitario = Argentine network of rural community tourism. Ministerio de Turismo de la Nación; Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación; Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones INTA; PRONATUR; Ministerio de Desarrollo Social. 143 pp.

- PROFODE (2009) *Informe de Diagnóstico del Corredor de la Puna. Municipios de Campo Quijano, San Antonio de los Cobres y Tolar Grande*. Programa de Fortalecimiento y Estímulo a Destinos Turísticos Emergentes. Dirección de Desarrollo de la Oferta – Secretaría de Turismo
- RED DE TURISMO CAMPESINO (2007). “*Comunidades de los Valles Calchaquíes Sur. Salta, Argentina*”. DVD financiado por Programa Social Agropecuario – PROINDER.
- RED DE TURISMO CAMPESINO (2010). “*Un sendero en los Valles*”.DVD. Dirección Gustavo Sánchez. Realizado y auspiciado por: Guarda Pampa productora. Gobierno de la provincia de Salta. MAGyP de la Presidencia de la Nación. Programa de Pequeñas donaciones de las Naciones Unidas. Secretaría de Turismo de la Nación. Duración 45 minutos.
- RED DE TURISMO CAMPESINO. Folletería variada, elaborada y distribuida por la organización desde 2006.
- RENISON, Sonia (2011). “*El secreto calchaquí*”. En, Revista El Federal. Año 7, N° 365. Pp. 22-30.
- SECRETARÍA DE TURISMO DE LA NACIÓN; CONSEJO FEDERAL DE TURISMO, CÁMARA ARGENTINA DE TURISMO Y LA ADMINISTRACIÓN DE PARQUES NACIONALES (2005). “Ley Nacional de Turismo: 25.997.
- SUBSECRETARÍA DE DESARROLLO TURÍSTICO (2011) *Programa de Fortalecimiento y Estímulo a Destinos Turísticos Emergentes – PROFODE*. [En línea] Disponible en <http://desarrolloturistico.gob.ar/oferta/profode> (Consultado el 15/11/2013)

SITIOS WEB VISITADOS

- <http://www.turismocampesino.org/>(última visita 26-08-2012)
- <http://www.portaldesalta.gov.ar/sancarlos.htm>(última visita 08-10-2013)
- <http://www.portaldesalta.gov.ar/angastaco.htm>(ultima visita 08-10-2013)
- <http://www.portaldesalta.gov.ar/cafayate.htm>(última visita 08-10-2013)
- <http://www.portaldesalta.gov.ar/tolar.htm> (última visita 08-10-2013)