

# **Las prácticas asociativas de familias campesinas - La experiencia de la Red de Turismo Campesino de la Provincia de Salta.**

Catalina Fairstein y Héctor Rodolfo Angelico.

Cita:

Catalina Fairstein y Héctor Rodolfo Angelico (2011). *Las prácticas asociativas de familias campesinas - La experiencia de la Red de Turismo Campesino de la Provincia de Salta. IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-034/651>

# **LAS PRÁCTICAS ASOCIATIVAS DE FAMILIAS CAMPESINAS – LA EXPERIENCIA DE LA RED DE TURISMO CAMPESINO DE LA PROVINCIA DE SALTA**

Autores: Lic. Héctor Rodolfo Angélico, Lic. Catalina Fairstein

Referencia institucional: CEIL-PIETTE – CONICET

[hangelico@ceil-piette.gov.ar](mailto:hangelico@ceil-piette.gov.ar)

[catalinafa@gmail.com](mailto:catalinafa@gmail.com)

## **Resumen**

Los cambios culturales, nuevos patrones de consumo y modificaciones en la demanda, permiten que el turismo rural surja como una iniciativa socio-económica que da respuestas a estas nuevas necesidades sociales. En este contexto la prestación de servicios se constituye como una alternativa para sectores tradicionalmente abocados a otras actividades, como los sectores campesinos.

El énfasis se encuentra puesto en las particularidades de esta población y en las estrategias socio-económicas que las familias generan con relación a la Red. Por lo tanto consideramos en el análisis tanto la asociatividad como la unidad doméstica, que es el ámbito propio donde se desarrollan las actividades productivas.

La manera en que se asume la asociatividad por parte de las familias, permite ir apropiándose de las ventajas y beneficios que la cooperación genera. Primero aparece la necesidad y luego la organización en torno a ella. Pero el hecho de organizarse va generando en las familias el reconocimiento de que este tipo de acciones conjuntas reportan, no solo mejoramientos en la calidad de vida y en la estrategia de los ingresos, sino también vínculos de pertenencia y reconocimientos mutuos que los impulsan a nuevos proyectos.

La aparición del turismo, como una nueva forma de explotación de la familia campesina, es una innovación en la producción de servicios, lo que marca una diferencia con las actividades tradicionales, complementando la producción agropecuaria, al tiempo que implica un nuevo involucramiento en procesos colectivos de mayor alcance.

Palabras claves: Asociatividad – Familia – Red – Campesino – Turismo

## **Introducción**

La zona sur de la provincia de Salta y específicamente el área geográfica comprendida por los Valles Calchaquíes se presenta hoy como un territorio atravesado por disputas y tensiones con relación a la explotación y usos de recursos tanto materiales como simbólicos. En el marco de este trabajo el

territorio es comprendido en sentido amplio como una matriz de organización y de interacciones sociales y no como un simple espacio abstracto o un receptáculo de actividades (Albuquerque, 1999). Si bien en términos de los actores el territorio aparece como algo dado y un hecho de la naturaleza, este espacio es un espacio en construcción y definición.

Las disputas en el territorio tienen una extensa tradición en la zona. Algunas se originan por el uso del territorio que hacen las bodegas, con grandes extensiones de tierras ocupadas y no siempre adquiridas de modo legal ni legítimo. Otras por los recursos naturales como el agua que estos establecimientos utilizan en detrimento de los usuarios de menor escala como los pequeños productores y las explotaciones de carácter familiar.

Pero al mismo tiempo hay otro uso del territorio destinado a los servicios turísticos. Estos emprendimientos se ceñían a un espacio específico del territorio, pero en la última década comienza a extender sus fronteras. Esto se debe en parte al incremento del número total de turistas, sumado a la heterogeneidad en el tipo de turistas que reciben. La expansión de los establecimientos vitivinícolas primero, y de los establecimientos turísticos después, configura un escenario de disputas por el territorio y los recursos en los que los actores menos favorecidos del proceso son los pequeños productores rurales.

Es en este escenario en el cual en el año 2003 surge la Red de Turismo Campesino (en adelante RTC). Este es un emprendimiento de carácter asociativo llevado adelante por familias de la zona. Esta práctica asociativa como forma de organización colectiva para la cooperación voluntaria, con el propósito de favorecer la situación de los actores involucrados, remite a un análisis teórico desde una perspectiva que intenta comprender tanto su funcionamiento colectivo como sus potencialidades de desarrollo. La RTC emerge como un recurso para complementar los ingresos de los integrantes al tiempo que, como organización, comienza a disputar el uso y explotación de los recursos naturales y simbólicos en la zona.

Ante la expansión de las fronteras los pequeños productores comienzan a sufrir en simultáneo diferentes situaciones. Por un lado la imposibilidad de expandir el territorio que utilizan en la propia producción. Al mismo tiempo, en caso de poseer una porción del territorio no pueden acceder a los elementos necesarios para hacerlos productivos ya que los mismos se concentran en los grandes establecimientos. Por otro lado (y en simultáneo) la expansión de la frontera turística acapara los recursos naturales de por sí escasos al tiempo que se apropia de esferas de la comercialización y producción propias de los pequeños productores como son las artesanías, comidas y hasta rituales. A esto se debe agregar el aumento del valor de la tierra y del costo de los insumos para producir.

Este trabajo intenta recuperar el modo en que la RTC, en tanto ONG, desarrolla estrategias y acciones tendientes a configurar alternativas en la utilización y significación del territorio y los recursos naturales y simbólicos que se disputan en la zona.

En el primer apartado se introduce de manera específica al contexto económico y productivo local. La identificación de los actores en el territorio y los antecedentes en experiencia asociativas de los miembros de la RTC. El segundo apartado se enfoca en la descripción y el funcionamiento de la RTC como organización. El tercer apartado aborda las estrategias que llevan adelante los actores y los modos en que se posicionan en un territorio atravesado por diferentes tensiones. Finalmente, y a modo de conclusión preliminar se intentará dar cuenta del proceso y de los interrogantes y nuevas reflexiones que el mismo habilita.

La estrategia metodológica que atraviesa el trabajo es del tipo cualitativa en la que se combinan fuentes primarias como entrevistas en profundidad, observaciones e historias de vida con fuentes secundarias. Como fuentes secundarias se analizarán los registros de reuniones, informes de la organización, proyectos presentados para conseguir financiamiento, memorias institucionales. Estas fuentes se ponen en diálogo con un corpus teórico a fin de significar y otorgar un sentido específico a alguna de las categorías abordadas.

### **Contexto económico y productivo local<sup>1</sup>**

La localidad de Cafayate se encuentra en el área de los Valles Calchaquíes, que llegan hasta la provincia de Tucumán y se considera la frontera sur de lo que fue el Imperio Inca. Se ubica a 183 km. al sur de la provincia de Salta y está a 1660 m.s.n.m. Es una fracción de los que se denomina Andes Meridionales.

Tiene una población total de 11.785 habitantes de las cuales 1071 se considera rural. Una de las localidades cercanas más importantes es San Carlos con una población 7208 habitantes, según la Dirección Provincial de Estadísticas, está considerada rural en su totalidad. Siguiendo por la misma ruta se encuentran algunos parajes como: Angastaco con una población de 2.518 habitantes y Animaná de 1.454, en estos dos últimos casos el total de la población está considerada de carácter rural (Angélico; Fairstein, 2008).

### **Las actividades tradicionales agropecuarias**

La explotación rural y agropecuaria (también mencionada como tradicional) en la zona se la puede identificar en dos grandes formas diferenciadas tanto en volumen, proceso productivo y tecnología. Hay un expansivo desarrollo del cultivo de la vid, básicamente de uva para vino Torrontés, vinos de alta gama y vinos de altura.

Esta explotación está a cargo de grandes bodegas, la mayoría de ellas de capital transnacional. Son los propietarios de los viñedos, la tierra y la bodega en sí. Por lo tanto concentran todo el proceso productivo y de comercialización. Algunos de estos establecimientos también poseen hoteles gerenciados por grupos económicos como es el caso de la bodega El Esteco.

Otro de los cultivos característicos de la zona es el pimiento rojo para la producción de pimentón. Pero aquí la dinámica productiva es distinta al caso de las bodegas, ya que hay un gran número de pequeños productores de pimiento rojo que venden la materia prima a grandes compañías que lo procesan y comercializan el producto terminado. Las dos grandes empresas compradoras son Alicante y La Virgina.

Por lo tanto este sector representa una economía fuertemente concentrada que acapara por un lado el proceso productivo y el circuito de comercialización, y por otro lado define los precios en el mercado y determina de este modo el valor de compra a los pequeños productores. Paralelamente absorben la mayoría de los recursos naturales disponibles, como las horas de riego y la mano de obra. Esta situación posiciona en desventaja al gran número de pequeños productores que pueblan la zona.

La escala del pequeño productor local es de entre 1 y 3 hectáreas, la mayoría en la modalidad de arrendatario o mediero. Los pequeños productores que no desarrollan una actividad alternativa tienen una economía de subsistencia, donde las condiciones de desigualdad con las grandes fincas los limitan no solo en su capacidad productiva sino fundamentalmente competitiva. A esto se suma la imposibilidad económica de tecnificar el trabajo del campo, adquiriendo herramientas y maquinarias que mejoren la productividad.

En el plano de los pequeños productores que integran pueden identificarse cuatro grupos:

#### Productores de pimiento para pimentón

Suelen ser medieros o arrendatarios que trabajan ellos mismos la tierra junto con otros miembros de la familia y que en época de cosecha contratan entre uno y tres jornaleros a quienes emplean estacionalmente por una paga mínima. Como se mencionaba anteriormente venden su producto a grandes compañías que procesan y comercializan el pimentón. El espacio de la producción suele estar a unos kilómetros de distancia de la vivienda. En la vivienda se cultivan productos mínimos para autoconsumo.

#### Pequeños productores diversificados

Son productores que se dedican a diferentes tipos de cultivo, entre los que se destacan: tomate, zapallo, higo, uva, plantas aromáticas, tunas, durazno, alfa, cebolla, entre otras. Al mismo tiempo suelen tener un número reducido de gallinas y/o cerdos. La producción se hace en las proximidades de la vivienda y ocupa a varios miembros de la familia. La mayoría de lo producido es para el autoconsumo, y el excedente se comercializa en la comunidad local o se intercambia entre vecinos o parientes por otros productos, de manera informal o de trueque. La economía de este tipo es de subsistencia. Esta es tradicionalmente la forma económica de los parajes El Barrial y Bella Vista.

#### Pequeños productores que combinan la finca domiciliaria con actividades alternativas prediales

Además de los cultivos domésticos se dedican a la producción de artesanías que venden a los turistas directamente en sus casas o en mercados artesanales locales. Estos se manejan como sala de exposición y venta donde el mayor porcentaje de lo vendido está destinado a quien lo produce y una pequeña parte al mantenimiento del local y el sueldo de uno o dos empleados del mismo. Esto se da en la zona de Animaná, Santa Rosa y La Punilla donde, paralelamente, se cultiva viña, especias, anís, comino y pimienta. Y al mismo tiempo se producen artesanías, básicamente en cerámica y tejidos.

#### Pequeños productores que además de la finca doméstica realizan trabajo extra predial

La mayoría de estos productores se emplea como mano de obra en las bodegas o en emprendimientos turísticos (hoteles, restaurantes, etc.) o como jornaleros en época de cosecha de la uva. Esto se sucede en los poblados y parajes más próximos a la localidad de Cafayate (en San Luis, San Antonio y Divisadero) dado que el clima es favorable en cuanto a lluvias y capacidad de riego, se cultivan frutales nueces, pasas y uva. Es en esa zona en la que se encuentra asentada la Ruta del Vino y las grandes bodegas.

Esto genera un continuo problema de aguas ya que el consorcio hídrico local asigna más horas de riego a los grandes bodegueros que a los pequeños productores. Establecen las horas de riego según la cantidad de hectáreas que se poseen. Este es uno de los principales motivos por los cuales no es posible una dedicación exclusiva de los pequeños productores a la propia finca.

En este sentido puede citarse el texto de Gras y Barbeta quienes establecen “un aumento del empleo no agrario entre los trabajadores y sus familias (...) la combinación del trabajo predial con otras formas de ocupación posibles” (Gras y Barbeta, 2003)

#### Las actividades turísticas

A lo largo del S. XX la provincia de Salta, y en especial la zona de los Valles Calchaquíes, se fueron transformando en un destino turístico privilegiado de la Argentina.

La provincia de Salta recibía 461.429 turistas en el año 1997, para el año 2008 el número de turistas recibidos fue 1.256.706. En Cafayate se asienta lo que se denominó turísticamente la ruta del vino, que es un recorrido por una cantidad de bodegas desde grandes empresas hasta emprendimientos familiares que ofrecen visita, recorrido de los viñedos y las formas de producción, degustaciones y en algunos casos hospedaje de lujo.

Los Valles reciben turistas de modo sostenido durante todo el año, en los meses de septiembre y octubre la procedencia es principalmente del exterior, en los meses de enero, febrero y marzo es local. Las características de los turistas es muy heterogénea así como la oferta. Por un lado hay en Cafayate hoteles de categoría que reciben turistas con alto poder adquisitivo, esto

convive con una gran cantidad de turismo joven que realizan viajes de bajo costo como *mochileros* y suelen hospedarse en hostel o en campings.

Este aumento de la actividad turística se debe a que la política cambiaria es favorable para el turismo proveniente del exterior. Pero al mismo tiempo esta dificulta el turismo hacia el exterior a nivel nacional. Por lo tanto se conjuga la gran afluencia de turismo extranjero como de turismo interno.

Este proceso generó un gran impacto socio económico en un doble sentido. Por un lado aumentaron notablemente los ingresos totales de la provincia de Salta no sólo para los directamente afectados sino también abriendo puestos de trabajo en el área de la construcción y los servicios así como en la expansión de expresiones culturales y artísticas propias de la zona.

Pero por otro lado la mayoría de los nuevos emprendimientos turísticos son llevados adelante por capitales del extranjero, de la Ciudad de Buenos Aires o familias locales dueños de grandes extensiones de tierra.

Al mismo tiempo la promoción turística no estuvo acompañada de las inversiones necesarias, ni del cuidado y protección del entorno natural, las poblaciones preexistentes en la zona, el paisaje, el ambiente, las economías regionales y el territorio. Más bien por el contrario.

Al ser el pueblo de Cafayate una zona turística de más larga data, los parajes aledaños que comenzaron a notar la afluencia en los últimos veinte años comenzaron tempranamente a desarrollar estrategias organizativas a fin de canalizar y orientar el turismo hacia el viajero responsable, el respeto por la cultura local y el sostenimiento de las actividades productivas rurales en convivencia con el turismo. Es en este contexto que surge la RTC como organización que permite organizar, discutir y disputar el ordenamiento territorial y simbólico a modo de planteo contra-hegemónico al del turismo tradicional.

### Antecedentes, experiencias previas y surgimiento de la RTC

La Red de Turismo Campesino no surge como un emprendimiento aislado del contexto vincular y relacional de la zona. Las familias campesinas poseen historia y tradición en asociarse por lazos de parentesco, de proximidad geográfica y de ayuda mutua. Al generarse el proyecto de la Red lo que se busca es recuperar estas prácticas previas fin de aplicarlas a procesos colectivos que repercutieran favorablemente en los ingresos de las familias involucradas.

En palabras de quienes integran la organización:

*“La solidaridad en el campo siempre está. Yo me acuerdo antes que estaba el trueque, que acá sigue existiendo. La gente de campo el que puede carnea, lo cambia por maíz, el queso por papa. Siempre muy solidaria la gente de campo. Siempre está ayudándose y eso no se perdió nunca”<sup>2</sup>.*

Al tiempo que, dada la heterogeneidad estructural que se visualiza en la zona, donde la competencia está dada entre las grandes fincas y pequeñas explotaciones familiares, esta asociatividad es una estrategia para posicionarse mejor en un mercado que se les presenta claramente como desventajoso.

Quienes dieron origen a la RTC no encontraron otro modo, ni otra figura para llevar adelante el proyecto, más que asentarse sobre las capacidades existentes y fortalecer el trabajo en conjunto y los lazos comunitarios propios de la zona. A modo de ejemplo se recuperan tres experiencias previas a la RTC:

#### El consorcio de recursos hídricos

Hacia finales de la década del 90 el gobierno de la Provincia de Salta creó los denominados consorcios de recursos hídricos. De este modo la compañía proveedora del agua a varias localidades provinciales compartía esta facultad con los miembros de la comunidad.

No solamente se unieron para reclamar más horas de riego ante los grandes productores sino que también realizan permanentes gestiones frente a las autoridades locales a fin de modificar esta situación que se les presenta como claramente adversa.

Esta clase de organización desarrolló fuertes lazos comunitarios y de solidaridad al interior de los parajes y las pequeñas localidades que se auto-organizaron para distribuir solidariamente y del modo más eficiente el limitado recurso existente en la zona.

#### La experiencia de las teleras

El hilado y tejido es una de las actividades que tradicionalmente realizan las mujeres de la zona. Un grupo de aproximadamente 12 mujeres que desarrollaba esta práctica individualmente, decidieron generar un emprendimiento colectivo. En un espacio donado por la municipalidad de San Carlos instalaron un taller de tejido en telar y, cada una fabrica, y vende sus productos individualmente. Pero se organizan para atender el local, afrontar los gastos, comprar la materia prima de manera colectiva.

#### La Asociación de la Villa de los Cinco Nombres o Pequeños Productores de Pimiento Rojo

Desde el año 2004 los pequeños productores de pimiento rojo lograron consolidarse como organización cooperativa en lo que se llama oficialmente La Villa de los Cinco Nombres o conocido a nivel local como la Asociación de Pequeños Productores de Pimiento Rojo.

El motivo que los llevó a asociarse fue que su ingreso depende del precio que las grandes empresas compran el pimiento. Como productores individuales no lograban negociar un precio mínimo que garantizara la siguiente cosecha y la subsistencia del grupo familiar. Al organizarse como cooperativa muchos de los

productores decidieron no vender el producto por debajo de un precio mínimo establecido colectivamente.

Desde entonces tras cada cosecha, el precio del pimentón es negociado entre la cooperativa y las empresas. Mediante la intervención de un técnico del PSA a partir del año 2006 se comenzaron a organizar para conseguir un subsidio (mediante el Plan Manos a la Obra Del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación) que les permita tecnificar el proceso productivo a fin de generar un producto con mayor nivel agregado y mejores posibilidades de competir en el mercado.

En el marco del PSA se realizaban reuniones de capacitación, promoción y apoyo a los campesinos de la zona de los Valles Calchaquíes. De estas reuniones, en el año 2003, uno de los técnicos (ingeniero agrónomo) del PSA propone empezar a pensar en brindar servicio turístico, como una estrategia alternativa y complementaria a la actividad campesina. La Red de Turismo surge con una idea clara de fortalecimiento de la comunidad y de lo local a partir de la asociatividad, la ayuda mutua y la solidaridad de las familias participantes.

A partir de criterios establecidos por la organización quedó conformado por 53 familias. Este grupo se encuentra asistido técnicamente por un ingeniero técnico del PSA que fue quien impulsó la creación de la RTC y por el grupo de guías turísticos locales, que capacitaron en guiaje por la zona, cabalgatas y bicicletas.

Las asociatividades pueden presentar múltiples formas, Muani y Bonetto indican que “se trata de una forma de cooperación entre unidades productivas, en las que solo ciertas etapas del trabajo cierta rama de la producción se administran conjuntamente, en tanto que los socios dirigen sus explotaciones individuales por su propia cuenta” (Muani y Boetto, 1994).

### **La Red de Turismo Campesino: organización y funcionamiento**

La población de los pequeños productores locales que integran la RTC se asientan a lo largo de 80Km. En el pueblo de Cafayate hay cuatro parajes: Divisadero, San Luis, La Punilla, Las Conchas, allí se concentran quince familias. En el departamento de Animaná hay dos parajes San Antonio que concentra 4 familias y Corralito con dos familias. En la zona de San Carlos se encuentran los parajes: El Barrial, Payogastilla y la Merced donde se hallan entre 15 y 20 familias. En el departamento de Angastaco se encuentra la comunidad de Santa Rosa, que tiene entre 6 y 8 familias. Los artesanos y grupo de guías locales llamados Calchak se concentran en el pueblo de San Carlos, propiamente dicho. De las familias que integran la RTC 27 son pequeños productores y el 26 restante son artesanos. En palabras de unos de los artesanos de la RTC<sup>3</sup>:

*“En el caso de San Carlos yo soy un artesano del pueblo pero antes era rural esto... el pueblo crece... esto era campo. Uno mantiene formas de vida que*

*hace al campesino, yo sigo teniendo mi huerta, por eso te digo... el hecho es dar el alojamiento y la comida solamente en la zona de campesinos netas...”<sup>4</sup>.*

De este relato se desprende que el ser campesino (como actor social) para quienes integran la RTC no quiere decir que trabajen directamente en el campo. Campesino es todo aquel que vive en las comunidades o parajes, que tiene alguna finca o producción propia como subsistencia y pueden ser empleados en otras actividades en los pueblos próximos, jornaleros en las fincas grandes o realizar artesanías como modo de subsistencia. Para la RTC ser campesino no necesariamente es ser un pequeño productor rural.

Por lo tanto la RTC no solo se genera para brindar el servicio de alojamiento sino que también intenta generar un circuito productivo y de comercialización propio. Mediante la venta de artesanía local (cerámica, madera, tejidos, plata, dulces, etc.), las comidas típicas, y los guías locales, se ofrece un servicio integral donde todas las demandas turísticas sean cubiertas.

Paralelamente esto refleja una posición a futuro ya que las salas de exposición de artesanías buscan captar también al turista que no se hospeda en las casas que la RTC ofrece. Expandiendo así su mercado y el radio de alcance de la organización. Las diferencias en el modo de producción implican diferencias en la inserción en la RTC y la recepción de turistas. En el caso de los pequeños productores que cultivan el pimentón la recepción de turistas suele ser más esporádica, ello radica en que al tener una actividad exclusivamente ligada a la explotación de la tierra, los ciclos económicos determinan la posibilidad de contar con tiempo y mano de obra para la atención del turista. La recepción de turismo se ve claramente limitada en la época de cosecha, dado que involucra, en muchos casos a la familia en su totalidad.

Para el grupo de pequeños productores diversificados la inserción en la RTC y el trabajo con los turistas es más estable, ya que las fincas suelen estar en el mismo espacio que la casa, por lo tanto no existe un desplazamiento según el período de la cosecha. Al mismo tiempo posibilita integrar al turista a las tareas que la familia desarrolla en la explotación de su finca. Por otro lado esta actividad no suele ocupar a todos los miembros al mismo tiempo, sino que van rotando según la actividad que se realice. De este modo, siempre se cuenta con alguien en la casa que puede atender la recepción de turismo.

Una situación similar sucede con los pequeños productores que combinan la finca domiciliaria con trabajos alternativos. Como la mayoría de estos trabajos son prediales y fundamentalmente artesanales, están gran parte del tiempo en la casa, lo que facilita la atención del turismo en cualquier momento del año. En el caso de los pequeños productores que realizan trabajo extra predial, cuentan con una ventaja comparativa, sus posibilidades de mejorar la infraestructura habitacional a fin de recibir turistas son mayores. Esto se debe a que cuentan con un salario o jornal que les garantiza un nivel de ingreso para su mantenimiento, por lo tanto los ingresos extra que se generan a través del turismo pueden ser reinvertidos o bien en la explotación doméstica o bien, como sucede en la mayoría de los casos, en mejorar la infraestructura, lo que les garantiza una mayor afluencia de turistas.

Es por estas diferencias que al interior de la organización están muy interesados en ejecutar el dinero de los subsidios recientemente gestionados a fin de que en el menor tiempo posible todas las familias descritas se encuentren en iguales condiciones de recibir turistas, en cuanto a infraestructura y disponibilidad de tiempo.

La RTC tiene por objetivo que el turista comparta las actividades propias de los campesinos, pero al mismo tiempo se esfuerzan por elevar los niveles de los servicios que ofrecen, a fin de atraer una mayor cantidad de visitantes. La idea de la organización es que el turismo no reemplace las otras actividades que las familias realizan. Esto implica que la actividad principal que cada una de las familias que se incorporan a la RTC no es la turística.

El turista paga un costo según el paquete elegido. El 80% de ese ingreso queda en la familia que lo ha alojado, y el 20% se destina al fondo común de la RTC. Al mismo tiempo pagan un pequeño monto por costo operativo de la organización. Cada familia realiza, en la medida de sus posibilidades, un aporte mínimo en dinero por año para lograr cubrir el costo operativo anual.

Durante el año 2007 se fortaleció mucho la experiencia de alojamiento de turistas, ya que lo consideraron como un año de puesta a prueba del proyecto. En la actualidad recibieron aproximadamente 100 turistas, siendo la mayoría de origen extranjero, grupos de universitarios que van a la zona a realizar investigaciones científicas y funcionarios de gobierno.

Se encuentran financiados por una Plan Manos la Obra que comparten con La Asociación de Pequeños productores de Pimiento Rojo, este dinero está siendo destinado a la infraestructura de las viviendas que aún falta terminar de reciclar. También recibieron un subsidio de \$79.000 del PPD (Programa Pequeñas Donaciones del Banco Mundial) que están utilizando para imprimir folletería, mejorar la oficina que tienen en el pueblo de San Carlos, mantener la página web y solventar el gasto operativo.

Basan estas gestiones en las experiencias de otros países que ofrecen turismo comunitario y campesino. La RTC está integrada al Comité Latinoamericano de Turismo Comunitario, organización integrada por 15 países entre los que se encuentra Panamá, Guatemala, México, Bolivia, entre otros.

Su modo de organización es asambleario. Las asambleas se realizan mensualmente en localidades que van rotando. Suelen durar uno o dos días. La asistencia es obligatoria de por lo menos un integrante de cada familia. Todos los integrantes de la asamblea tienen voz y voto por igual. Los gastos de traslados, alojamiento y comida durante las asambleas son solventados por la organización y no por las familias. Son muy estrictos en el cumplimiento de las asambleas y en la participación de las familias que integran la RTC.

#### Dinámica de los actores en la RTC

Actualmente la RTC se encuentra integrada formalmente por 53 familias. El objetivo en el mediano plazo es que 27 familias brinden el servicio de alojamiento y las 26 restantes se aboquen a la comercialización de sus productos artesanales típicos de la zona. Están diseñando 6 salas de exposiciones para vender las artesanías tanto a los turistas que se hospedan en las casas de los campesinos y a otros que visitan la zona.

Al día de hoy la RTC cuenta con 10 familias efectivas, de las 25 inscriptas, que están en condiciones de recibir turistas, lo que representa 20 plazas. Ya que no todos los campesinos que integran la RTC han culminado las obras de infraestructura y mejora de las viviendas. Esto se debe en parte a las demoras en la adjudicación de los subsidios, y en parte a que las prioridades de las familias no siempre están ligadas al trabajo con el turismo. Muchas de ellas ponderan su actividad rural, si la cosecha es favorable o si acceden en mejores condiciones al circuito de comercialización.

Por lo tanto esto refleja que el emprendimiento turístico no es la principal actividad de las familias, sino por el contrario, representa una actividad complementaria y por lo tanto un ingreso esporádico (y no constante). Sin embargo, aunque las familias no estén aún en condiciones de recibir turistas participan activamente de las asambleas y reuniones. Tienen voz y voto, y capacidad de decisión sobre el funcionamiento de la RTC.

En definitiva la RTC tiene para las familias un sentido pluridimensional. Una de las dimensiones es lo que afecta a la calidad de vida. Al mejorar sus casas para recibir a los turistas, las familias mejoran su calidad de vida, ya que se apunta a la erradicación de los baños letrina, la humedad y goteras en los ambientes, el mejoramiento de la infraestructura habitacional en general, esto repercute positivamente en las familias, estén recibiendo o no turistas en ese momento.

Otra dimensión a destacar es la que tiene que ver con los lazos de ayuda mutua que se generan a través de la experiencia. Muchas familias, que se pusieron en contacto a través de la RTC, logran articularse para llevar adelante otros tipos de emprendimientos, que si bien en la actualidad son muy incipientes, dan cuenta de la capacidad de auto-organización y cooperación que queda instalada en los participantes.

Finalmente, y siendo quizás la dimensión más importante, es la que tiene que ver con el ingreso. Este ingreso se percibe tanto a un nivel primario como secundario. Podemos determinar cómo nivel primario la ganancia en dinero que le implica a la familia trabajar con el turismo. Es decir que se modifica la economía del hogar a partir de esta actividad. El ingreso monetario que implica esta actividad puede ser utilizado como las familias lo deseen, no tienen obligación de rendir cuentas a la organización de las acciones realizadas con el dinero que el emprendimiento turístico.

Pero por otro lado se registra un ingreso a nivel secundario, ya que, como se mencionaba anteriormente, uno de los beneficios de participar en la Red es el mejoramiento de la estructura habitacional. Paralelamente los nuevos lazos

que se generan, provocan por ejemplo modalidades de trueque de elementos de consumo primario que permite minimizar el dinero destinado a la compra de productos en el mercado. Los ingresos también se modifican ya que el excedente que se genera se utiliza, en el caso de los pequeños productores, en el mejoramiento de la rentabilidad de los productos de la tierra a través de la posibilidad de compra de fertilizantes, pesticidas, alambres y demás materiales necesarios para el trabajo en la finca.

Por lo tanto la economía familiar se ve claramente fortalecida a partir de su participación en la RTC, no solo a nivel social-comunitario sino también a nivel de estrategia socio-productiva de los hogares y de la economía local.

### **Tensiones y posiciones: disputas en torno al territorio, las prácticas y los sentidos de las mismas**

#### Las tensiones territoriales

Lo que lleva adelante la RTC, más allá del emprendimiento en sí, es una resignificación del territorio tanto en sus inscripciones materiales como simbólicas, e incluso discursivas.

La relación con el territorio se podría caracterizar como dialéctica, en términos de “experiencia” (Robins y Aksoy, 2005) dado que permite abordar las discontinuidades, los cambios y las divagaciones más que la continuidad de una identidad reificada. Por un lado determina las prácticas de los actores, en tanto actividades rurales y culturales. Pero al mismo tiempo marcan el territorio a partir de la práctica. Para las grandes bodegas y emprendimientos turísticos el territorio es un espacio a conquistar, explotar y fuente privilegiada para la generación de ganancias. Para los miembros de la RTC el territorio es un espacio a respetar, cargado de de sentidos y significaciones. Los miembros de la RTC piensan el territorio como un lugar cuasi sagrado, donde convive la producción y el cultivo con el mito y el relato. Perciben como invasiva y poco respetuosa la utilización de mera explotación que las empresas (en tanto otros) hacen del territorio.

En palabras de los actores que integran la RTC aparece de modo reiterado y heterogéneo las referencias al territorio y sus disputas:

*“No es fácil vivir en el campo, la vida del campo es muy dura, muy sacrificada. Aquí se hace de todo. A nosotros nos gusta trabajar mucho la tierra, cultivarla. El gran problema que tenemos ahora es el agua. Antes se cultivaba sobre los cerros. Ahora por el problema del agua eso es imposible (...)*

*Ahora estamos, este... viendo las pocas posibilidades que tenemos por el tema del agua, tenemos un poco de tierra pero no podemos trabajarla. Tenemos un turno cada 22 de 6 horas, que es muy limitado. Y eso hace que entremos un poco, a buscar otra alternativa, porque no alcanza... Y un poco para paliar la situación”<sup>5</sup>.*

En este fragmento se observa cómo el acceso los recursos naturales determinan los cambios con relación al territorio. Pero al mismo tiempo, en la misma entrevista el territorio es referido como “*lo nuestro*”:

*“Con sacrificio y lucha se consiguen las cosas. Como esto que nos llena de orgullo mostrar lo nuestro, nosotros mostrar y cuidar lo nuestro y que se haga respetar lo nuestro. Y mostrarle todo lo que tenemos”.*

Y “*lo nuestro*”, en tanto aquello como lugar en el que se trabaja y se vive, pero también cómo espacio de construcción identitaria termina disputando el sentido y el uso del mismo. Los miembros de la RTC delimitan una frontera clara entre un “nosotros” reales de la tierra, quienes *siempre* estuvieron allí y son los verdaderos portadores de la tradición y la cultura en contraposición a los “otros”. Que hacen un uso específico del territorio sin dotarlo ni dar cuenta de la simbología que los miembros de la RTC asumen como esencial, real y auténtica.

En otra entrevista se señala que:

*“Y la posibilidad es el turismo, acá en el Valle. Un lugar con mucho atractivo desde lo cultural, lo paisajístico, lo histórico, ha llevado a crecer. Donde... se ve la potencialidad en turismo, ¿no? Y sobretodo si uno analiza los lugares, como es el caso de Cafayate... o San Carlos mismos, diría yo, San Carlos todavía sigue siendo dueña la gente del pueblo , Cafayate ya no, son todas multinacionales, bodegueras, y sin ir en contra de la gente de afuera, creo que justamente los de afuera vienen con ideas nuevas, vienen con inversiones. Pero si dejamos que el lugareño pierda protagonismo se pierda la esencia de esos pueblos con identidad. Y vos venís a Cafayate hoy, y qué encontrás... más que te reciba un salteño o un norteño que da el servicio, te recibe uno de Buenos Aires, uno de Córdoba, uno de Uruguay, Uno de estados Unidos, uno de Europa. ¿Qué hace? No te vende... No estás compartiendo lo que es lo del lugar, simplemente lo estás comprando en base a intermediarios”<sup>6</sup>.*

Nuevamente en los discursos de la RTC hay cosas que *son del lugar* que tienen como portadores *verdadero* a los campesinos y cosas que no son del lugar y que tiene como portadores a otros actores que provienen de otros lugares con otras culturas.

Pero al mismo tiempo, tal como se mencionaba al principio de este apartado, quienes integran la RTC también marcan el territorio para destacar aquello que consideran propio. O es cualquier forma de vida campesina la que están poniendo de manifiesto. Es una forma de vida que asumen como verdadera en contraposición a propuestas falseadas. Y ese verdadero se traduce en inscripciones a fin de resaltar lo que se intenta destacar. En la misma entrevista con uno de los miembros de la RTC indicaba que:

*“Trabajamos como protagonistas de la actividad turística... buscando la forma de ir mejorando estas necesidades básicas como el agua potable, el tema de los caminos, los puentes peatonales. O el caso de la salud, el tema transporte. Y yendo más internamente la familia el tema infraestructura. Lo que decía antes es más a nivel comunitario. Ya a nivel familiar el tema de la*

*infraestructura familiar. Así como se mejora una habitación para el turista, eso va involucrando que lo que se va mejorando es la casa, y la gente va tomando conciencia de que la casa no es solamente una cuestión práctica, sino que también se la puede vivir, como una cuestión estética. Entonces ahí se plantea, en base al reglamento, de cómo conservar la arquitectura rural, con estéticas más allá de lo práctico”<sup>7</sup>.*

Al dejar establecido que se mejora tanto la infraestructura comunitaria como la arquitectura de las casas, se enfatiza la necesidad de establecer ventajas comparativas como estrategia para competir en el mercado turístico local posicionándose con una oferta diferenciada pero estéticamente atractiva.

Se relaciona con lo que propone Ávila Moreno: “la posibilidad de los sujetos sociales de expresarse cada vez más *en y desde* diversos registros culturales; de combinar en sus prácticas culturales cotidianas elementos procedentes de contextos culturales diversos”<sup>8</sup>.

La organización, al disputar el territorio moviliza diferentes recursos. Por una parte la construcción identitaria como campesinos, que no sólo tiene que ver con la actividad agropecuaria, sino con toda una forma de vida. Por otro las modificaciones estéticas que den cuenta de esa identidad de un modo atractivo para el turista. Es en este sentido en el que se establece una relación dialéctica con el territorio. En tanto el mismo los define al tiempo que es modificado en función de esa definición que hacen de sí mismos.

De esta manera la RTC disputa desde lo que Castells dio en llamar una identidad legitimadora en tanto que representa un conjunto de organizaciones e instituciones que crean sentido; identidad para la resistencia dado que conduce a la formación de *comunidades* e identidad proyecto en tanto que construye sujetos como actor social colectivo mediante el cual los individuos alcanzan sentido (Castells, 1997)

Se toma la definición de identidad de Castells que la entiende como “proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido”<sup>9</sup>.

### Las tensiones en la relación con el Estado

La relación con el Estado local, provincial y nacional es fluctuante y presenta variaciones en la temporalidad y el alcance.

En un primer momento, entre los años 2003 y 2006 la relación con el Estado provincial presentaba serias dificultades. La legislación que regula el turismo a nivel provincial marcaba una serie de requerimientos imposibles de hacer efectivos para la organización. Si bien mantenían permanente diálogo con los funcionarios, no se lograron en ese momento muchos avances en función de promover legislación en torno al turismo comunitario.

El cambio de gestión facilitó el intercambio entre la RTC y el estado provincial. Esto se vio favorecido porque la organización cambió la estrategia y comenzó a

vincularse de modo más directo con la Secretaría de Turismo de la Nación de modo conjunto con otras organizaciones del país que empezaban a configurar explotaciones turísticas en base a la experiencia de la RTC. De este modo se logra poner en la agenda de la Secretaría la necesidad de alguna forma de reconocimiento y regulación estatal de las actividades del turismo comunitario a nivel nacional.

Esta doble situación (el viraje en el rumbo político en la gestión provincial y el diálogo directo con el organismo a nivel nacional) llevo a la organización a posicionarse como referentes para otras organizaciones similares y consolidarse como un actor en diálogo con el Estado.

Entre fines del 2008 y principio del 2009 se desarrolla el llamado Proyecto Red Argentina de Turismo Rural Comunitario, el mismo comienza a retomar algunas de las propuestas de la RTC (y organizaciones similares) dando visibilidad a este tipo de proyectos.

Para el mismo periodo uno de los miembros de la RTC se integra como secretario de turismo en el Municipio de San Carlos. Al consultarlo sobre como evaluaba esta doble pertenencia, expresaba que:

*“Yo estoy trabajando como secretario de turismo de la Municipalidad pero yo en la Red tengo un espacio de años y ha cambiado porque el gobierno provincial ha cambiado. Antes estaba Romero con un enfrentamiento con la Nación y la Nación tenía muchas ganas de apoyarnos pero la provincia lo prohibía. Y el secretario de turismo de la provincia rechazaba totalmente a esta actividad, no quería saber nada. Hoy el ministro de turismo que cambió la modalidad, Horacio Cornejo, de acá de Salta, nos invitó ya dos veces y no a que le demos que esto es viable, como decía el otro. Enséñenme, dice. Hay que cambiar la legislación, ayudenme, la cambiamos. Entonces esas aperturas a nosotros nos pone feliz de saber que era cuestión de tiempo nomás. Vamos bien y la familia se siente más alentada. Esta organización no sale a pedir, propone, estamos proponiendo como generar mano de obra, empleo, ingresos”<sup>10</sup>.*

La estrategia que desarrolló la organización en relación al Estado fue de diálogo y cooperación, no de enfrentamiento y disputa. De esta manera intentan generar alianzas con el Estado a fin de fortalecer el emprendimiento, dándole visibilidad y promoción.

Al mismo tiempo el Estado no puede ser asumido como una totalidad unificada ni en la esfera política ni en la esfera directa de la intervención. Con esto refiero a que si bien una parte del Estado (la dedicada al turismo) hoy promueve la actividad de la organización, otra parte es la que promueve el loteo poco criterioso de tierras fiscales, la desafectación de reservas provinciales y el acceso diferenciado a recursos naturales.

Si bien no es el eje de este trabajo, y merece un análisis de mayor profundidad o complejidad, es dable preguntarse si la promoción del turismo no opera como la forma de acallar e invisibilizar problemas de larga data en las poblaciones rurales conformadas por pequeños campesinos y agricultores familiares. El supuesto que subyace a este planteo es que quizás, si las familias que integra la RTC pudieran desarrollar una economía que fuera más allá de la de

subsistencia, su inserción a la organización tendría que ver con otras cuestiones además de las ligadas a los ingresos.

No se pretende interpelar de modo negativo la inserción de actores rurales a procesos de producción y comercialización de actividades no tradicionales como el turismo. Por el contrario, adquiere la validez y entidad que los actores le otorgan. Pero eso no implica no poder formularse otros interrogantes que atraviesan la cuestión del pequeño productor más allá del emprendimiento concreto que lleva adelante la organización.

La RTC surge por la necesidad concreta de sus miembros de aumentar los ingresos de los hogares conformados por pequeños productores. Es innegable que esa necesidad se funda en problemas de mucha antigüedad en la relación entre los grandes y pequeños productores, y su diferenciado acceso a medios de producción y circulación.

Y esta situación no es totalmente ajena para quienes integran la organización, si bien no se lo plantean como una disputa explícita ni se organizan en torno a ella de modo evidente, lo enuncian en las dificultades que atraviesan para la reproducción de su vida cotidiana:

***E: ¿Usted tiene otro trabajo además de este?***

***ET:*** *Sí, nos lleva a buscar trabajo en los viñedos y en las cosechas y así traer la posibilidad de comer todo el año. Yo tengo ocho hijos y cuando eran chicos había que arreglarlas para poder criar. La idea era poder hacerlos estudiar, dos pudieron estudiar, y los otros lamentablemente no, solo secundario. No sé el menor, que tiene 14 años que será.*

*Tienen trabajos temporarios de lo que encuentren. Ahora en este tiempo están teniendo trabajo. Algunos ya tienen su familia. Se la van rebuscando*

*Por ejemplo ahora nos falta lo básico y van apareciendo servicios básicos como por ejemplo el agua potable, que es fundamental. La luz, que la tenemos muy cerca, lamentablemente la burocracia que hay dentro de las autoridades y las empresas y yo no sé si del mismo gobierno. Hemos intentado, hemos gestionado muchas veces y nunca tuvimos una respuesta favorable. Ahora si mejora lo del agua va a haber menos riesgo para la salud entre la gente de campo”<sup>11</sup>.*

Y aunque no se manifiestan en actividades concretas las demandas al Estado aparecen de variadas formas en el discurso:

*“Ante una situación de salud son limitados los recursos, por acceso, por viajes, por calidad de servicio en la parte de salud. Eso hace que la familia busque alternativa diferentes ya que el estado no se lo soluciona. Vos fijate la visión del capitalismo diría, no se si no estoy opinando cualquier cosa y nada que ver, pero la visión de la ciudad de generar los servicios principales en la ciudad, donde demanda que todo el mundo tenga que ir la Ciudad. Acá en Salta es el hospital San Bernardo. Tengo un problema, me tienen que operar un menisco, fijate lo que te digo, un menisco, que es una operación re sencilla, tengo que*

*viajar a Salta, pedir turno un mes antes, costo que tengo de vida, de alojarme, comer... cuando eso podría ser en el hospital local, o un solo hospital para todo el valle, que existe, porque invirtieron en un hospital nuevo pero no te dan los servicios, no hay médico. Entonces esas cositas genera que tenés que amontonarte en la ciudad en busca de los servicios, de salud en este caso o de educación.*

*Nosotros de acá, de un pueblo tan chiquito estamos viendo si se puede generar un convenio con los rectorados de las Universidades para que den otras posibilidades de estudios terciarios con las universidades. Pero bueno... No sé a dónde llegará... No sé si es una cuestión económica o cantidad de alumnos”<sup>12</sup>.*

Actualmente el Estado promueve el posicionamiento del turismo comunitario como una forma inclusión específica de estas poblaciones en el mercado turístico, pero no se puede asegurar que vaya en el mismo sentido en lo que respecta su posición, de evidente desigualdad, en el mercado agropecuario.

## **Conclusiones**

El proyecto que lleva adelante la RTC se inscribe en complejo entramado de relaciones sociales de producción, comercialización y circulación de bienes materiales y simbólicos. La RTC encontró un nicho a ser explotado que les permite incrementar sus ingresos sin renunciar a las actividades propias de los pequeños productores rurales. Al mismo tiempo se posicionaron como un referente en lo que atañe al turismo comunitario a nivel nacional y un interlocutor en el diálogo con el Estado.

El formato de cooperativa se encuentra asentado y sostenido por experiencias previas en la zona lo que favorece a la organización. Esto también fue abonado por la idea (o lo idealizado) de que la solidaridad y la ayuda mutua es algo dado e intrínseco de los pobladores de los Valles. Si bien las experiencias previas existieron y su eficacia fue relativa, el relato opera como un constructor identitario que facilita la organización y gestión del emprendimiento.

El eje de la propuesta de la organización se focaliza en compartir “*lo que son*” y eso los diferencia de otros a los que atribuyen características foráneas, extraños a la cultura y tradición del lugar que ocupan en el espacio. Se constituyen como portadores de una tradición esencial y auténtica, inmutable al tiempo y hacen de eso una ventaja comparativa en el mercado del servicio turístico. Para la RTC el ser y el hacer van de la mano de un modo irrenunciable y desde allí ponen en disputa el territorio y la circulación de bienes culturales. Son ellos y no los otros los portadores de esta cultura que les permite identificarse y asociarse. Para los miembros de la RTC el “ser campesino” es un conjunto de significaciones sociales imaginarias (Castoriadis, 1997) cargadas de sentido y diferentes de otras posibles. Es un “nosotros” con determinadas características que permiten la diferenciación de “otros” con características distintas. Esta idea de nosotros-otros puede implicar, aunque no necesariamente ni en todos los casos, una jerarquización.

Al accionar explícito que se propone la organización (en tanto proveedora de servicios de turismo campesino comunitario) se le puede sumar, aunque en el relato aparezca velado o matizado, otro tipo de accionar. El que tiene que ver con reconocer las disputas en torno al acceso a los recursos naturales, tecnológicos, de educación y de salud que son limitados para estas poblaciones. Si bien es evidente que la RTC no se constituye como entidad para dar curso a estos reclamos, la situación está presente tanto en el relato como en la práctica misma del emprendimiento.

La RTC se plantea como un espacio que tensiona el dominio de los servicios turísticos tradicionales y disputa con ellos la utilización del territorio y de los recursos. Pero al mismo tiempo reconoce que el ser campesino no necesariamente tiene que ser igual a sostener una economía de subsistencia. Es entonces que la organización adquiere otro carácter, ya que además de un medio para incrementar los ingresos, es una herramienta para hacer visibles otras desigualdades.

Con la promoción y el aval del Estado para prestar el servicio turístico, se utiliza el canal para poner de manifiesto (aunque sea subsumido a las necesidades del turista por venir) la necesidad de mejorar la calidad de vida en general. Infraestructura de las viviendas, mejoramiento de los caminos para el acceso en época de lluvia, potabilización de las redes de agua, tendido eléctrico, etc. Si bien estas demandas se inscriben en la necesidad de mejorar la calidad del servicio que ofrecen y ser competitivos en el mercado, da cuenta de otras necesidades en la zona.

La organización como tal nuclea demanda e intereses de índole diferente a través de un proyecto concreto. Permite a los miembros pensarse a sí mismos como comunidad organizada y posicionada para discutir cuestiones más allá del emprendimiento concreto. La RTC es una organización reciente que recupera tradiciones e innova en otras. Se posiciona como un actor local con capacidad de disputar y negociar con los otros actores, no sólo en materia de turismo sino en diferentes aspectos de que afectan a la población de la zona. El turismo pareciera emerger como un aspecto específico pero no el único de la organización.

## **Referencias bibliográficas**

Albuquerque P. (2004). Autogestión. En A. Cattani (Ed.), *La Otra Economía*, Buenos Aires: Ediciones Altamira

Albuquerque, P. (1999). *Identidad y Territorio*. Instituto de Economía y Geografía, Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Madrid.

Angélico H. y Fairstein C. (2008, agosto), Las prácticas asociativas de familias rurales. La experiencia de la Red de Turismo Campesino de la provincia de Salta. En: Facultad de Economía de la Universidad de San Pablo, V Encuentro de Investigadores Latinoamericanos de Cooperativismo.

Ávila Molero, J. (2006) *Andes trans/nacionales. Globalización, (in)migración y rituales religiosos*. P. 12. Colección Monografías, N° 31. Caracas: Programa Cultura, Comunicación y Transformaciones Sociales, CIPOST, FaCES, Universidad Central de Venezuela. 49 págs. Disponible en (acceso 14/5/2011):

<http://www.globalcult.org.ve/monografias.htm>

Bonfil Sánchez P. (2004), *Las familias rurales ante las transformaciones económicas recientes*, México DF. Disponible en (acceso 14/5/2011):

<http://www.pa.gob.mx/publica/pa070505.htm>

Castells, M. (1997). Cap.1. Paraísos comunales: identidad y sentido de la sociedad en red y Cap. 2. La otra cara de la Tierra: Movimientos sociales contra el Nuevo Orden Global. En: *La era de la Información, Tomo 2. Economía, sociedad y cultura*, Madrid: Alianza

Castillo Sandoval Darío (2000), *El aporte del cooperativismo a la nueva ruralidad. El caso de las cooperativas de cosecheros de palma aceitera en los llanos orientales*, Universidad Javeriana: IER.

Castoriadis, Cornelius (1997). *El avance de la Insignificancia*, Buenos Aires: Eudeba

Grass, C. y Barbeta, P. (2003, julio), Trabajo y empleo en las explotaciones familiares: cambios, tendencias e interrogantes. En ASET, Congreso Nacional de Estudios del Trabajo.

Muani J. y Bonetto R. (1994). *Las formas asociativas como alternativa para apoyar la reconversión productiva*. En: INTA. Documento de trabajo de Programa Cambio Rural.

Robins, Kevin y Aksoy, Asu (2005). "El que busca encuentra. Mirada transnacional y conocimiento-experiencia", en Arfuch L., *Pensar este tiempo. Espacios, afectos, pertenencias*. Buenos Aires: Paidós.

Zapponi, Elena (2008). ¿El espacio religioso como lugar de suspensión de lo político? Análisis de la construcción social de "islas atemporales" en el camino de Santiago de Compostela. En Mallimaci, F. *Religión y política, perspectivas desde América Latina y Europa*, Buenos Aires: Biblos.

Páginas web:

Programa Social Agropecuario. (2011, mayo 14) PSA. [On line]. Disponible:

[http://www.minagri.gob.ar/SAGPyA/agricultura\\_familiar/psa/index.php?PHPSES\\_SID=35bfeda7d586074e8667579102f5cc4b](http://www.minagri.gob.ar/SAGPyA/agricultura_familiar/psa/index.php?PHPSES_SID=35bfeda7d586074e8667579102f5cc4b)

Red de Turismo Campesino. (2011, mayo 14) *Red de Turismo Campesino*. [On line]. Disponible:

<http://www.turismocampesino.org/>

Fuentes secundarias:

Fragmento de la entrevista a miembro de la RTC - Brinda alojamiento en la RTC – Lugar de la entrevista: casa del entrevistado - Paraje El Divisadero – Municipio de Cafayate – Salta, realizada el 17 de Enero de 2008

Fragmento de la entrevista a artesano de la RTC –Lugar de la entrevista: Casa del entrevistado – Pueblo de San Carlos – Municipio de San Carlos – Salta, realizada el 18 de Enero de 2008

---

<sup>1</sup> La zona del Noroeste Argentino tiene el 26.90% de hogares por debajo de la línea de pobreza y hay un índice de desempleo del 10% aproximadamente, según las mediciones del Indec del año 2007. Según el Censo realizado en el año 2001 la provincia de Salta tiene una población total de 1.079.051 personas, de las cuales 178.880 es considerada rural. Según el censo nacional agropecuario en los departamentos que integran la RTC hay prácticamente 2000 habitantes que se dedican a actividades ligadas al campo.

<sup>2</sup> Fragmento de la entrevista a miembro de la RTC - Brinda alojamiento en la RTC – Lugar de la entrevista: casa del entrevistado - Paraje El Divisadero – Municipio de Cafayate – Salta, realizada el 17 de Enero de 2008

<sup>3</sup> Fragmento de la entrevista a artesano de la RTC –Lugar de la entrevista: Casa del entrevistado – Pueblo de San Carlos – Municipio de San Carlos – Salta, realizada el 18 de Enero de 2008.

<sup>4</sup> Fragmento de la entrevista a artesano de la RTC –Lugar de la entrevista: Casa del entrevistado – Pueblo de San Carlos – Municipio de San Carlos – Salta, realizada el 18 de Enero de 2008.

<sup>5</sup> Fragmento de la entrevista a miembro de la RTC - Brinda alojamiento en la RTC – Lugar de la entrevista: casa del entrevistado - Paraje El Divisadero – Municipio de Cafayate – Salta, realizada el 17 de Enero de 2008.

<sup>6</sup> Fragmento de la entrevista a artesano de la RTC –Lugar de la entrevista: Casa del entrevistado – Pueblo de San Carlos – Municipio de San Carlos – Salta, realizada el 18 de Enero de 2008

<sup>7</sup> Fragmento de la entrevista a artesano de la RTC –Lugar de la entrevista: Casa del entrevistado – Pueblo de San Carlos – Municipio de San Carlos – Salta, realizada el 18 de Enero de 2008.

<sup>8</sup> Ávila Molero, J. (2006) *Andes trans/nacionales. Globalización, (in)migración y rituales religiosos*. P. 12. Colección Monografías, N° 31. Caracas: Programa Cultura, Comunicación y Transformaciones Sociales, CIPOST, FaCES, Universidad Central de Venezuela. 49 págs. Disponible en (acceso 14/5/2011):

<http://www.globalcult.org.ve/monografias.htm>

<sup>9</sup> Castells, M. (1997). Cap.1. Paraísos comunales: identidad y sentido de la sociedad en red y Cap. 2. La otra cara de la Tierra: Movimientos sociales contra el Nuevo Orden Global. En: *La era de la Información, Tomo 2. Economía, sociedad y cultura*, Madrid: Alianza

<sup>10</sup> Fragmento de la entrevista a artesano de la RTC –Lugar de la entrevista: Casa del entrevistado – Pueblo de San Carlos – Municipio de San Carlos – Salta, realizada el 18 de Enero de 2008

<sup>11</sup> Fragmento de la entrevista a miembro de la RTC - Brinda alojamiento en la RTC – Lugar de la entrevista: casa del entrevistado - Paraje El Divisadero – Municipio de Cafayate – Salta, realizada el 17 de Enero de 2008

<sup>12</sup> Fragmento de la entrevista a artesano de la RTC –Lugar de la entrevista: Casa del entrevistado – Pueblo de San Carlos – Municipio de San Carlos – Salta, realizada el 18 de Enero de 2008