

DESTINOS CLÁSICOS Y NUEVAS PROPUESTAS EN LA DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE SALTA¹

Carlos R. Cáceres
Instituto de Geografía – UBA
caceres.carlosr@gmail.com

Claudia Alejandra Troncoso
CONICET/Universidad de Buenos Aires
claudia_troncoso@yahoo.com.ar

Pablo Miguel Vanevic
Instituto de Geografía – UBA
pablo.vanevic@gmail.com

Eje temático: Geografía Social

I. Introducción

En los últimos años la provincia de Salta ha reforzado su presencia en el conjunto de destinos turísticos a nivel nacional. Esto implicó, entre otras cosas, la multiplicación de propuestas para disfrutarla tanto en términos de variedad de productos como en lugares a ser visitados. Esta renovación de la Salta turística involucró a varios destinos y productos salteños que componen la actual propuesta turística provincial. Algunos de ellos se encuentran ampliamente consolidados (aunque también han sufrido procesos de actualización) y otros son de reciente aparición.

Este proceso 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), el incremento de desplazamientos turísticos a nivel nacional y también, de manera central, 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 de planificación sectorial creadas en las tres gestiones de Juan Carlos Romero (1995-1999, 1999-2003, 2003-2007) y en las que les sucedieron, a cargo de Juan Manuel Urtubey (desde 2007)². En términos generales, la intención de esta política provincial gira en torno a otorgarle al turismo un lugar destacado en el conjunto de actividades provinciales, colocar a Salta entre los principales destinos

¹ Este trabajo fue realizado en el marco del proyecto de investigación (UBACYT) *Turismo y Territorio. Política y cultura en la definición de lugares y atractivos turísticos de la Argentina*, Facultad de Filosofía y Letras (UBA) dirigido por Rodolfo Bertoncello.

² Los instrumentos de planificación que se han diseñado en este período son 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 de la Provincia de Salta 2010-2020. Este impulso al turismo se llevó adelante a partir de 2003 mediante un préstamo del BID (Préstamo BID N° 1465/OC) que se extendió hasta 2010.

turísticos nacionales y, con el tiempo, afianzar un perfil como destino de cierta exclusividad y con una proyección internacional³.

Estos procesos de transformación del turismo en este contexto provincial se vinculan con otros que están marcando las formas de hacer turismo en la actualidad y con ciertas transformaciones más generales que experimentan las sociedades actuales. En efecto, ya se ha señalado en varias oportunidades que esta práctica no puede ser comprendida independientemente del contexto económico, histórico y sociocultural específico en el que se desarrolla (Urry, 1996 [1990], Britton, 1991; Bertoncello, 2002; Meethan, 2001). Esto ha llevado a indagar en el análisis de la producción y el consumo de bienes y servicios turísticos en relación con la producción y el consumo en las sociedades occidentales actuales en términos generales (Urry, 1996 [1990]; Bertoncello, 2002; Meethan, 2001). Varios autores proponen este tipo de interpretaciones que evitan asumir que el turismo es algo escindido de la sociedad general y que -más allá de las especificidades que pueda requerir su análisis- no pueden desconocerse las vinculaciones que esta práctica tiene con dinámicas sociales más amplias (Bertoncello, 2002). Así, el turismo ha sido abordado recurriendo a modelos que caracterizan a la producción y el consumo vigentes (y más o menos generalizado) en el último siglo. Esto llevó a hablar de turismo fordista y posfordista. El turismo fordista (o masivo) se retrata como un turismo que ofrece productos estandarizados, elaborados masivamente para un mercado relativamente homogéneo (Meethan, 2001; Bertoncello, 2002) donde prevalece el consumo de paquetes turísticos (que combinan fundamentalmente los servicios de viaje y alojamiento) ofrecido por grandes compañías. La oferta de este tipo de productos se adecua la existencia de un período principal de vacaciones (durante el verano) y tiene como modalidad turística representativa el turismo de sol y playa (Marchena Gómez, s/f). Asimismo, conlleva la incorporación de amplios sectores sociales a esta práctica a partir de la generalización de derechos adquiridos en el mundo del trabajo, fundamentalmente, el derecho al tiempo libre pago (Marchena Gómez, s/f y Bertoncello, 2002). En términos generales, estas formas de organizar la producción y el consumo surgieron a fines del siglo XIX y se generalizaron durante la segunda mitad del siglo XX.

A partir de las últimas décadas de ese siglo se produjeron ciertas transformaciones en la economía marcadas por una progresiva especialización en la producción acompañados por la existencia de un consumidor demandante de ciertas especificidades en los productos consumidos (Meethan, 2001). Teniendo en cuenta específicamente el turismo (llamado postfordista o alternativo), este período va a caracterizarse por la desconcentración temporal (flexibilización del calendario laboral) y espacial (incorporación de nuevos destinos y revitalización de los ya existentes) y el surgimiento de nuevos actores vinculados a la oferta turística (Marchena, s/f). En efecto, con frecuencia se observa que las grandes empresas (hoteles, tour operadores, compañías aéreas) son acompañadas por pequeños prestadores de servicios, en algunos casos especializados en

³ La política de impulso al turismo en esta jurisdicción provincial acompaña a aquella diseñada a nivel nacional que en la última década ha apostado fuertemente a hacer de la Argentina un país turístico de la mano de una planificación nacional expresada en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS) vigente desde 2005 que, además, se ha actualizado el último año con el horizonte puesto en el año 2020.

satisfacer demandas específicas (Marchena Gómez, s/f; Urry, 1996 [1990]) alimentando el carácter exclusivo de algunos productos turísticos.

Asimismo, surgen nuevas modalidades turísticas que acompañan a las vacaciones de sol y playa estandarizadas y que además parecen adecuarse a todas las necesidades existentes. Ellas abarcan: el ecoturismo, el turismo aventura, el turismo rural, el turismo cultural, el etnoturismo, entre otras. Estas modalidades turísticas no solo hablan de nuevas formas que toma la práctica turística sino que expresan una nueva manera de considerar, consumir y gestionar espacios con características naturales o culturales dignas de admiración y protección (entre ellas, aquellas consideradas en vías de extinción; Urry, 1996 [1990], Nouzeilles, 2002). Esto abarca el patrimonio, la cultura y la tradición como elementos que despiertan la atención turística en un contexto de creciente interés por el pasado en las sociedades actuales (Choay, 2001); un pasado que es objeto de una contemplación nostálgica frente a la idea de un presente y un futuro inciertos que prevalece en la actualidad (Lowenthal, 1998 [1985]).

En el presente trabajo interesa abordar esta diversidad en el turismo salteño fuertemente instalada en los años recientes a la luz de estos procesos más amplios que caracterizan al turismo en la actualidad. En este sentido, el objetivo es analizar los procesos recientes de diversificación de la oferta turística en la provincia de Salta observando especialmente cómo se redefinen destinos clásicos y cómo se suman nuevos apelando o recurriendo a ciertas especificidades que habilitan la aparición de nuevos productos, considerando los cambios recientes en las formas de hacer turismo. Para ello se analizan algunos de los destinos que, de distintas maneras, participaron de estos procesos de cambio. Ellos son la ciudad de Salta, un destino clásico que ratifica su propuesta turística; los Valles Calchaquíes, que renueva su propuesta a través de nuevos servicios turísticos; y Tolar Grande que surge como un destino completamente nuevo⁴.

II. El destino clásico: la ciudad de Salta

A diferencia de otras capitales provinciales de la región, la ciudad de Salta instaló y promovió sus atractivos culturales, entre los que se destacan edificaciones históricas coloniales presentes fundamentalmente en el centro histórico de la ciudad. Esto no es nuevo ya que a lo largo del siglo XX la ciudad ha sido admirada turísticamente por sus construcciones coloniales eclesiásticas, civiles y domésticas del período. En la actualidad estos atractivos siguen plenamente vigentes y se destacan por sobre otros⁵. Como lo fue históricamente, la ciudad de Salta continúa siendo el principal destino en el contexto provincial, ocupando un lugar destacado en el conjunto de atractivos, lugares y productos turísticos salteños. Además, constituye un importante centro regional debido a la presencia

⁴ Otros ejemplos de transformaciones en relación a esta renovación del turismo provincial son: la tradicional propuesta de turismo enológico que se ha modernizado con la creación de la Ruta y el Museo del Vino; la promoción del este selvático hasta ahora escasamente visitado por turistas; la oferta tradicional del turismo termal se moderniza de la mano de servicios de spa y la figura del gaucho salteño tiene su propio circuito en el Sendero Gaucho al sur de la provincia.

⁵ Otros atractivos de la ciudad se vinculan con lo gauchesco (sintetizado en la figura del héroe provincial Martín Miguel de Güemes) y lo folklórico (asentado en la larga tradición de Salta como cuna del folklore nacional).

del aeropuerto internacional y el desarrollo de una importante oferta de servicios turísticos (alojamiento, gastronomía, excursiones). Asimismo, la consolidación de la ciudad como destino patrimonial colonial fue posible, en parte, a partir del diseño de una política turística y patrimonial provincial que hizo hincapié en la protección y embellecimiento del centro histórico de la capital. Como parte de esta política al inicio de la década de 2000 se implementa el programa de Recuperación del Casco Histórico que incluyó acciones como restauración, pintura e iluminación de edificios emblemáticos⁶, y que se completó con la semi-peatonalización y el adoquinado de algunas calles y la creación de un mobiliario urbano que fundamentalmente acentuó el carácter colonial del centro histórico (farolas de estilo colonial, cartelería con los nombres de las calles de la ciudad en ese período, etc.)⁷. Estas acciones se complementaron progresivamente con un conjunto de medidas tendientes a definir un área patrimonial (el área centro declarada Bien de Interés Arquitectónico y Urbanístico de la Provincia de Salta) y las formas de protección a las que sería sometida⁸. El gobierno provincial es el gran actor que lleva adelante estos procesos orientados a la (re)creación de la ciudad de Salta como destino turístico y a la valorización turística (y la protección) de su patrimonio. Esto implicó un acondicionamiento de la ciudad orientado a rescatar el pasado y la tradición provincial en el que tuvieron un rol destacado el saber experto patrimonial que realizó análisis y propuestas acerca de cómo proteger esta área de la ciudad. En este proceso la política provincial contribuyó a fortalecer materialmente (a partir de proteger, embellecer y poner en destaque su centro histórico) y simbólicamente (a partir de reforzar un imaginario turístico ya instalado) una Salta turística fuertemente apoyada en su patrimonio colonial.

De esta manera, para reafirmar la atractividad turística de la ciudad se recoge el interés actual por el pasado, aunque haciendo hincapié en una parte de él: aquél consagrado por los discursos hegemónicos sobre la historia provincial, donde se ha reconocido la herencia española como predominante sobre otras (Álvarez Leguizamón y Villagrán, 2010).

III. Destinos renovados: los Valles Calchaquíes

Los Valles Calchaquíes se ubican hacia el oeste de la ciudad de Salta y se extienden hasta las provincias vecinas de Tucumán y Catamarca. Ellos coinciden en parte con los departamentos salteños de La Poma, Cachi, Molinos, Rosario de

⁶ Entre ellos la Catedral, el Cabildo Histórico, el Convento de San Bernardo, el edificio de la Jefatura de Policía, el Palacio Legislativo, la sede de la Corte de Justicia, el ex Banco Hipotecario, la sede de la Dirección General de Personal, la Dirección de Vialidad y los edificios que albergan el Museo de Arte Contemporáneo y el Museo de Arqueología de Alta Montaña, inaugurados en 2004.

⁷ El centro histórico comprende edificaciones con otros estilos arquitectónicos más allá del colonial como el art déco y el neocolonial. Sin embargo, prevalece casi de manera exclusiva la idea del centro histórico como manifestación del período colonial.

⁸ En 2006 se sanciona la Ley N° 7418 de Protección del Patrimonio Arquitectónico y Urbanístico de la Provincia de Salta, con la Comisión de Preservación del Patrimonio Arquitectónico y Urbanístico de la Provincia de Salta (CoPAUPS) como órgano de aplicación; en 2009 el Área Centro de la Ciudad de Salta es declarada por Decreto Provincial N°2735/09 Bien de Interés Arquitectónico y Urbanístico de la Provincia de Salta (BiPAUPS); y en 2011 se crea mediante la ley N° 7418 el Plan Regulador Área Centro Ciudad de Salta (PRAC) para el desarrollo y conservación de esta zona de la ciudad.

Lerma, Chicoana, La Viña, San Carlos y Cafayate⁹. Las principales actividades económicas de la zona se vinculan con la producción agropecuaria. Entre los productores agropecuarios la mayoría cuenta con explotaciones de tipo familiar (con diferente grado de capitalización) y combina la producción de cultivos comerciales (pimiento para pimentón, comino, tomate, cebolla, zanahoria, poroto y vid) con el autoconsumo (agricultura y ganadería de subsistencia -caprina, ovina y pocos bovinos-) (Arqueros y Manzanal, 2004). En Cafayate y la zona aledaña además se encuentra un gran número de productores vitivinícolas de capitales principalmente foráneos. Ellos además de la producción vitivinícola han incursionado en la explotación turística de las bodegas (brindan degustaciones y espacios para alojamiento) que constituye una veta más para incrementar sus ingresos. Estas actividades marcan una diferenciación social, económica y territorial con respecto a los productores familiares quienes también ofrecen sus productos pero a manera de alternativa a la ofertada por las grandes bodegas.

Desde mediados de la década del '90, se ha desarrollado en la zona una venta de las principales bodegas (y de tierras), fundamentalmente a capitales extranjeros, lo que ha implicado dos situaciones: por un lado, altos niveles de desempleo como consecuencia al despido de los peones rurales, y por el otro, un aumento del proceso de urbanización. Esto fue debido a que los nuevos dueños no permitieron que los peones y sus familias permanecieran en sus predios (como lo habían hecho por años) porque su intención era expandir el área cultivable. Como consecuencia estas familias rurales debieron asentarse principalmente en las cabeceras de los departamentos, en barrios populares gestados desde la órbita pública. Asimismo, las constantes crisis agropecuarias y el escaso o nulo acceso a créditos con el que tecnificar el proceso productivo han generado desempleo y emigraciones afectando a aquellas familias campesinas dueñas de una pequeña parcela de tierra (Ledesma, s/f).

La ciudad turística por excelencia en esta región de Salta es Cafayate, que pasó de ser el lugar de veraneo de las clases sociales más acomodadas de esa y otras provincias (que la elegían por su tranquilidad y buen clima) a ser un área muy concurrida desde el punto de vista turístico debido a que en los últimos años ha crecido y diversificado la oferta de alojamiento y gastronomía. Esto se vincula con la intensa promoción de la zona y la reciente creación de la Ruta y el Museo del Vino. Esto se vio acompañado de la multiplicación de emprendimientos turísticos de alto nivel en la zona (hoteles boutique o temáticos relacionados con el vino) que se visitan muchas veces a partir de un paquete turístico adquirido en Salta que incluya la visita a esta localidad.

Pero el turismo en los Valles Calchaquíes representó (y lo representa aún) una solución al problema del desempleo. Él es promovido por el Estado local o provincial (como medio para generar fuentes laborales) y también es considerado desde la propia población local que comienzan a valorizar aspectos naturales (paisaje, clima, etc.) y culturales (tradiciones, gastronomía, etc.) para activarlos turísticamente y generar emprendimientos que atraigan turistas locales y extranjeros.

Este tipo de experiencias de apostar al turismo fueron gestándose en el ámbito local de la mano de algunos programas de asistencia a la producción

⁹ La población del conjunto de estos departamentos es de 103.418 habitantes según el censo de 2010.

agropecuaria (Programa Social Agropecuario-PSA). El tipo de oferta que comenzó a surgir se propuso como una alternativa a la oferta turística existente en los Valles Calchaquíes. Especialmente representaba un contraste con la concurrida Cafayate y una opción para los turistas que buscaban tranquilidad y paz -aquello que Santana Talavera (2006, [1997]) llama turismo de evasión-. Así, varias localidades del valle comienzan a perfilarse como destinos turísticos dando inicio a un proceso de turistificación (Knafou, 1996), que ha permitido que pobladores rurales del valle antiguamente dedicados a otras actividades tengan en el turismo un complemento económico, pero esta vez atendiendo a un turista más demandante de experiencias nuevas y esclarecedoras.

Es en este contexto en el que surge la *Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes Salteños* (RTC), una cooperativa que nuclea a campesinos y artesanos orientados al turismo rural comunitario. Su origen se vincula con la presencia del PSA que venía brindando financiamiento y asesoramiento técnico en la zona. El territorio en el que opera la cooperativa se encuentra atomizado, distribuido en varias comunidades (Santa Rosa, Payogastilla, La Merced, El Barrial, Corralito, San Antonio de Animaná, El Divisadero) con centro en San Carlos. Esta organización comunitaria se ha constituido como una cooperativa agro-turística en diciembre de 2008 y brinda servicios de alojamiento, gastronomía, guiados y artesanías. Dicha organización es el resultado de más de 5 años de trabajo participativo en asambleas comunitarias que buscan a través del turismo solucionar las necesidades básicas de los pobladores locales. La RTC está integrada por 50 familias distribuidas por las comunidades mencionadas, 7 de ellas prestan servicio de alojamiento en sus casas reacondicionadas para tal fin, el resto presta otros servicios: confección de artesanías en cuero, gastronomía regional, elaboración de vinos caseros, etc. Un trabajo parejo dentro de la Red conlleva a un beneficio equitativo, con lo cual todos los integrantes están condicionados a participar de las reuniones mensuales, reunión a la que ellos denominan "Asamblea Campesina". El objetivo es evaluar los pasos a seguir, comentar los obstáculos surgidos para tratar en forma conjunta de solucionarlos con el fin de brindar un mejor servicio¹⁰. Por otra parte, han ideado un sistema de rotación por las comunidades de la Red (una especie de itinerario) con lo cual el viajero logra ver distintas actividades de campo. 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.

El turismo que se practica es un turismo responsable, en donde se promueve el respeto por las tradiciones de la comunidad, cultura y la naturaleza. Es decir que, es el deseo de estas comunidades compartir la cultura calchaquí "desde adentro"¹¹, evitando que esta actividad se masifique porque asumen que eso conllevaría la pérdida de su intimidad. Esta propuesta, anclada en una nueva modalidad como es el turismo rural comunitario, continúa recibiendo

¹⁰ En estas reuniones se dictan cursillos, por ejemplo, a nivel gastronómico: qué preparar, cómo y con qué elementos, como así también la presentación del plato elaborado. Otro de los cursos que se han dictado es cómo 'preparar camas' para acondicionar la habitación del turista, o cómo elaborar y presentar los dulces caseros, etc.

¹¹ En actividades como hacer pan casero, dulce artesanal, quesos, vino patero y comidas regionales.

asesoramiento técnico ahora vinculado a referentes en la materia que participan activamente de las reuniones de la organización.

El surgimiento de este emprendimiento ha diversificado las propuestas para hacer turismo en los Valles Calchaquíes. Ya no se trata sólo de la propuesta que ofrece Cafayate (también renovada en torno al vino como atractivo) sino de otra alternativa para captar un consumidor interesado en ciertos aspectos de la herencia prehispánica que pervive en la actualidad, especialmente aquellos que pueden apreciarse al acercarse a la vida cotidiana de la población local.

IV. Nuevos destinos: Tolar Grande

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

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

Este podría haber sido el primer hito en la consolidación de Tolar Grande, ya que la expedición partió haciendo base en este sitio. Pero una vez realizado el hallazgo; la participación de los guías locales, la logística empleada y todo resabio que pudiera existir que indicara la importancia de Tolar Grande no fue mencionado. Lo que sí se instalaría en el imaginario de quienes comenzaban a visitar el Norte y con ello los museos propuestos, era la idea de vastedad, de soledad, de contacto puro con un ambiente hostil que se proponía a raíz de las exposiciones realizadas sobre aquella expedición que mostraban a Tolar Grande con estas características.

Pero más allá de este hallazgo, otras particularidades caracterizan a la localidad. Ella había sido habitada por casi 4000 habitantes durante 1970 (época de auge de la minería que se desarrollaba en la zona) pero hacia fines de la década de 1990 tenía poco menos de 50 habitantes con la declinación de esta actividad. Es hacia ese momento que comenzó un plan para repatriar pobladores, muchos de ellos jóvenes hijos de tolareños o simplemente pobladores de la Puna a quienes se atrajo con la oferta de recibir casa, agua y luz de manera gratuita, además de un trabajo municipal. La única condición era que fuesen kollas de la Puna.

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

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

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

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

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

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

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

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

Las consecuencias de una paulatina y constante presencia en ferias turísticas, la realización de eventos mensuales que se repiten año tras año logran que el

destino se posiciona 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”.

V. El turismo salteño diversificado

Los procesos señalados para cada uno de los destinos definieron una especificidad frente a otros destinos provinciales que habla de una diversidad a escala provincial. Esta diversidad es retomada a la vez que estimulada desde la política turística provincial. De hecho, los atractivos y formas posibles de experiencia turística que ofrecen estos destinos son presentados a través de las actividades de promoción nutriendo una idea de provincia que ofrece todas las opciones para el turismo. En efecto, “todos los paisajes, todos los sentidos”, es uno de los slogans recientes utilizados para promocionar la provincia, a la vez que se afirma que Salta

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

Los aspectos físico-naturales de la provincia se amplían e incorporan sus extremos más marcados (el desierto y la selva). También la valorización turística del pasado se renueva: el tradicional pasado colonial que ha signado fuertemente la identidad provincial sigue con fuerza pero acompañado del pasado prehispánico como “testimonio” o “vestigio” exhibido en el Museo de Alta Montaña y vivo en las tradiciones andinas de Valles Calchaquíes y Puna. El pasado se amplía “actualizándose”, en la medida en que incorpora la valorización de culturas no occidentales que ha cobrado amplia vigencia en la actualidad. Así, la ciudad colonial presentada en la capital provincial es la contracara y complemento de las áreas rurales focalizadas en retomar “otros pasados” como el prehispánico fuertemente presentes en Valles Calchaquíes y en la Puna. Asimismo, aquel destino clásico muy asociado a una ciudad (que de a poco también intenta mostrarse cosmopolita) contrasta con lo rural fuertemente puesto en juego en los Valles Calchaquíes y la condición de desierto exhibida por Tolar Grande.

Pero esto no solo habla de la intención de presentar a la provincia con una profusión de opciones para el turismo. También esta idea está expresada en las herramientas de planificación diseñadas en los últimos años. Desde la política pública provincial se busca una *descentralización geográfica del turismo* de la mano de nuevas propuestas. La ciudad de Salta y su patrimonio mantienen su primacía pero este último se encuentra sometido a un tratamiento de protección más intenso, conforme las nuevas exigencias de preservar el pasado para su admiración turística. Y dentro de las nuevas propuestas el turismo comunitario en Valles Calchaquíes y en Tolar Grande es una de las más relevantes. De hecho, como parte de las acciones del Ministerio de Cultura y Turismo se creó recientemente el área de Turismo Comunitario para atender a las experiencias de ese tipo que se dan en el ámbito provincial. Con ellas nuevos atractivos se ponen en juego: la intimidad de la familia rural, las tareas rurales o artesanales, la

gastronomía y los productos típicos, la cosmovisión andina, las formas de organización colectivas comunitarias, la vastedad del desierto puneño y la variedad de curiosidades que se ofrecen al turista aventurero, entre otros.

VI. Reflexiones finales

Estos procesos que tienen lugar en la provincia de Salta expresan los cambios que viene experimentando el turismo en los últimos años. La aparición de nuevas modalidades para públicos específicos como el turismo comunitario, que con frecuencia se caracterizan también por ser productos exclusivos a partir del ofrecimiento del trato personalizado y las experiencias con pequeños grupos.

También es destacada la aparición de nuevos actores, más variados y con nuevos roles. En los destinos de turismo comunitario la irrupción de actores colectivos que administran emprendimientos turísticos difiere –y complementa- a los grandes empresarios que componían tradicionalmente las cámaras de turismo de la provincia (y que por ejemplo, han forjado el perfil de la ciudad de Salta como destino turístico); ahora ellos se ven acompañados de estas otras experiencias que requieren también de otros prestadores. Asimismo, aparece en el conjunto de actores el *saber experto* –sobre aspectos patrimoniales o sobre nuevas modalidades turísticas como el turismo comunitario- con un rol central, orientando de cerca estos procesos. Esto se completa con las acciones desde el gobierno provincial que, mediante herramientas de planificación, estimula esta diversidad de opciones turísticas en el territorio provincial.

Referencias bibliográficas

- ÁLVAREZ LEGUIZAMÓN, S. y A. Villagrán (2010). Artes de gobierno y estrategias de legitimidad en la etapa neoliberal en Salta, el gobierno de Juan Carlos Romero. En Álvarez Leguizamón, S. (comp.) *Poder y salteñidad: saberes, políticas y representaciones sociales*, Salta: CEPIHA.
- ARQUEROS, Ximena y Mabel MANZANAL (2004). "Interacciones y vinculaciones Interinstitucionales para el Desarrollo Territorial-Rural: El caso de San Carlos en Salta", en Primeras Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales del NOA. Universidad Nacional de Salta.
- BERTONCELLO, Rodolfo (2002) "Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas", *Aportes y Transferencias*, Vol. 6, Nº 2, CIT-UNMDP, Mar del Plata.
- BRITTON, Stephen (1991) "Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism", en *Environment and Planning, D Society and Space*, vol. 9, Londres.
- CHOAY, Françoise (2001) *A alegoría do patrimônio*. Estação Liberdade/ Editora. UNESP San Pablo
- GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA, Ministerio de Turismo y Cultura (2010) *Revista Salta Argentina*.

- KNAFOU, Remy (1996). Turismo e território. Por uma abordagem científica do turismo. En, Adyr A. B. Rodrigues (org.) *Turismo e geografia: Reflexões teóricas e enfoques regionais*. Hucitec, São Paulo, Brasil. Pp. 62-73.
- LEDESMA, Rossana (s/f). "Promoción Turística y Patrimonio. El caso de Cafayate (Salta)". Proyecto CIUNSA N° 1449, Universidad Nacional de Salta.
- LOWENTHAL, David (1998 [1985]) *El pasado es un país extraño*, Madrid, AKAL Ediciones.
- MARCHENA Gómez, M. (s/f) Un ejercicio prospectivo: de la industria del turismo "fordista" al ocio de producción flexible, Sevilla, mimeo.
- MEETHAN, Kevin (2001) *Tourism in global society. Place, culture, consumption*, Nueva York, Palgrave.
- NOUZEILLES, Gabriela (2002) "Introducción", en Nouzeilles, Gabriela (comp.) *La naturaleza en disputa. Retóricas del cuerpo y el paisaje en América Latina*. Buenos Aires, Paidós.
- SANTANA TALAVERA, Agustín (2006) [1997]. "Acercamientos, tipologías y definiciones". En *Antropología y turismo ¿Nuevas hordas, viejas culturas?*. Barcelona, Editorial Ariel Antropología.
- URRY, John (1996 [1990]) *O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*, San Pablo, SESC- Studio Nobel.