



Universidad Nacional de Rosario.

Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales.

Licenciatura en Turismo.

Trabajo Integrador Final.

“Roles y estereotipos de género en el Turismo Rural Comunitario de
Peña Morada, Salta, Argentina.”

Autora: Barchiesi Giana

Legajo N° B-0087/6

Director: Diego Beretta

Correo electrónico: giabarchiesi@gmail.com

Rosario, 24 de junio de 2024.

AGRADECIMIENTOS.

A mi familia y amigos por acompañarme en este proceso durante años y siempre creer en mí. A mis padres por el apoyo incondicional en esta carrera.

A mi director Diego Beretta, por la ayuda y guía brindada con tanta dedicación en cada etapa de este trabajo.

A quienes colaboraron para que este trabajo sea posible:

Francisca Mendoza, cacique de la comunidad Peña Morada, quien siempre prestó colaboración para responder mis dudas;

Luis Aparicio, Director de Pueblos Originarios del Municipio de Aguaray, quien siempre mostró predisposición para facilitarme información;

Narella Dalla Rosa, amiga de la vida, quien siempre estuvo para ayudar.

Y a mi sobrina Felicitas, quien viene en camino y me motiva a seguir.

RESUMEN.

El Turismo Rural Comunitario, el cual surge en nuestro país a partir del inicio del siglo XXI, es la actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible y que está basada en la participación activa de las poblaciones locales, que se tienen que beneficiar del desarrollo turístico. En Salta particularmente ha experimentado un importante desarrollo en los últimos años, donde muchas familias campesinas y originarias viven de la agricultura y también del TRC. Entre ellas la comunidad guaraní Peña Morada, objeto de estudio de esta investigación.

En esta comunidad y sus actividades mencionadas, las mujeres participan activamente y son protagonistas en todas las instancias que éstas involucran. Como muchos de los ámbitos y actividades protagonizados por mujeres se suelen identificar roles y estereotipos de género.

Es por ello que en el presente trabajo se tiene como objetivo principal identificar como se construyen roles y estereotipos de género en la práctica turística de la comunidad Peña Morada.

PALABRAS CLAVE.

Turismo Rural Comunitario – Peña Morada – Mujeres – Roles de género – Estereotipos de género.

ÍNDICE.

	Pág.
• Introducción.	1
• CAPÍTULO 1.	
-Estado del Arte.	5
• CAPÍTULO 2.	
-Red Conceptual.	9
-2.1.Turismo Rural Comunitario	9
-2.2.Género, roles, estereotipos, perspectiva de género e Interseccionalidad.	19
• CAPÍTULO 3.	
-3.1. Antecedentes de TRC en Argentina.	23
-3.2. TRC en Salta.	26
3.2.1. Marco Legal.	26
3.2.2. Desarrollo del TRC en Salta.	28
3.2.3. Redes de TRC en Salta.	30
• CAPÍTULO 4.	
-4.1. Comunidad Guaraní Peña Morada, Salta.	34
-4.2. Francisca Mendoza.	37
-4.3. Turismo Rural Comunitario en Peña Morada.	40
• CAPÍTULO 5.	
-5.1. Las mujeres de la comunidad Peña Morada, las prácticas turísticas y los roles y estereotipos de género.	45
-5.2. Los roles y estereotipos de género en las principales actividades del Turismo Rural Comunitario.	45
5.2.1. División sexual del trabajo, feminización laboral, brecha salarial.	45
5.2.2. Participación en sectores de poder y acceso a capacitaciones.	48

-5.3. Análisis final.	49
• Bibliografía.	52
• ANEXO 1. Ley 27.324, “Régimen de Promoción de Pueblos Rurales Turísticos”	59
• ANEXO 2. Resolución Provincial N° 195/2013.	62
• ANEXO 3. Registro Único Provincial de los Emprendimientos de Turismo Rural Comunitario.	64
• ANEXO 4. Código Ético de Mutua Colaboración.	84
• ANEXO 5. Entrevista telefónica a Francisca a Mendoza.	86

Introducción

A partir de las últimas décadas del siglo XX, comenzaron a generarse demandas de productos turísticos nuevos, exóticos, muchos de ellos fuertemente vinculados con los recursos naturales y culturales, el desarrollo sustentable, la participación activa de los turistas, y el interés por el conocimiento y respeto por la diversidad cultural.

Respondiendo a estas nuevas demandas, surge una nueva forma de organización denominada Turismo Rural Comunitario (TRC), la cual se lleva a cabo en el ámbito rural donde residen las comunidades originarias. En este trabajo se recupera la definición de TRC (García López, 2017, aprendedeturismo.org), como:

“aquella actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible y que está basada en la participación activa de las poblaciones locales, que se tienen que beneficiar del desarrollo turístico” (García López, 2017, aprendedeturismo.org).

En nuestro país con el inicio del siglo XXI comienza un incipiente desarrollo de este tipo de turismo. Es posible identificarlo en provincias como Salta, Misiones, Neuquén, Buenos Aires, Santa Cruz, Chubut, entre otras.

Con respecto a algunos de los ejemplos mencionados, la provincia de **Neuquén** en su “Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable – Neuquén 2030” destaca en sus principales circuitos (Ruta 7 lagos, Ruta del Pehuén, Ruta de los Dinosaurios, Ruta de la Fe) los proyectos de Turismo Comunitario Mapuche. Por su parte en **Misiones** se encuentra la Comunidad *Mbya Guaraní Yriapú*, a pocos kilómetros de las Cataratas del Iguazú. En la aldea *Yriapú* se encuentra un emprendimiento de turismo comunitario autogestionado por la población *mbya* guaraní, basado en los pilares de su cosmovisión, su identidad, y que promueve el encuentro de culturas, la convivencia con la naturaleza, la producción tradicional y el comercio respetuoso y transparente (VolemosBlog, 2020).

En **Salta**, particularmente, el Turismo Rural Comunitario ha experimentado un importante desarrollo en los últimos años, pasando a formar parte de la estrategia provincial de desarrollo turístico, posicionándose como pionera en el sector a nivel país. Actualmente aproximadamente 150 familias campesinas y originarias viven de la agricultura y también del TRC. Entre ellas la comunidad guaraní Peña Morada, objeto de estudio de esta investigación.

La comunidad, en su emprendimiento de práctica turística, ofrece a los turistas la posibilidad de aprender las técnicas de cestería guaraní y degustar comidas autóctonas elaboradas con productos de la huerta comunitaria. En esta comunidad y sus actividades mencionadas, las mujeres participan activamente y son protagonistas en todas las instancias que éstas involucran.

Es de destacar que en muchos de los ámbitos protagonizados por mujeres se suelen identificar roles y estereotipos de género. Los roles de género se pueden definir, según el Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional (2013), como comportamientos aprendidos en una sociedad, comunidad o grupo social determinado, que hacen que sus miembros estén condicionados para percibir como masculinas o femeninas ciertas actividades, tareas y responsabilidades y a jerarquizarlas y valorizarlas de manera diferenciada. Éstos llevan a sostener que existe una relación determinante entre el sexo de una persona, su capacidad para realizar una tarea y la valorización social que se le otorga a dicha tarea.

Por su parte los estereotipos asignan rasgos idealizados a cada género, más allá de las personas. Son representaciones simplificadas, incompletas y generalizadas que se realizan teniendo como base al sexo biológico.

Como ejemplos de estos roles y estereotipos, y en los cuales va a ahondar esta investigación, se pueden mencionar la división sexual del trabajo, la feminización laboral, la brecha salarial, y la participación limitada para las mujeres tanto a sectores y puestos de poder, como a distintas capacitaciones.

Es por ello que en el presente trabajo se tiene como objetivo principal identificar como se construyen roles y estereotipos de género en la práctica turística de la comunidad Peña Morada. Por su parte los objetivos específicos

son: identificar como se construye la **feminización laboral** como estereotipo en la práctica turística de la comunidad; identificar la construcción de una **brecha salarial** como rol de género en la práctica turística de la comunidad; identificar como se construye una **división sexual del trabajo** en la práctica turística de la comunidad a través de los estereotipos y roles; identificar como se construye el estereotipo de **acceso limitado a mujeres** a puestos de poder y capacitaciones en la práctica turística de la comunidad.

La modalidad del siguiente estudio es un TIF de investigación, el cual será abordado en base al período 2004-2024. Este recorte temporal está fundamentado en que, según el centro de investigación Alba Sud, en el año 2004, la Subsecretaría de Agricultura Familiar de la Nación decidió apoyar formalmente el proceso de conformación de emprendimientos de Turismo Rural-Comunitario, naciendo así la “Cooperativa Red de Turismo Campesino” de los Valles Calchaquíes en Salta, actualmente dirigida por mujeres; y el año 2024, tomando como referencia a la actualidad.

La elección de este tema de investigación radica en que el TRC está presentando un importante crecimiento en Argentina, especialmente en la provincia de Salta, donde la mayoría de los emprendimientos son llevados a cabo por mujeres artesanas y productoras de las comunidades que allí se encuentran, como en este caso de estudio, la comunidad Peña Morada. Gracias a estos emprendimientos turísticos, estas mujeres encuentran mayores oportunidades no solo laborales, sino también accediendo a capacitaciones, participando en la esfera pública, entre otros avances. De allí la inquietud de indagar si dentro de estas prácticas turísticas, donde las mujeres de la comunidad son indiscutiblemente las protagonistas, existen roles y estereotipos de género. Ya que, más allá de los avances para las mujeres, los cuales están a la vista, muchas veces las actividades llevadas a cabo por mujeres son intervenidas, hasta de manera inconsciente, por estos roles y estereotipos. Es por ello el interés en identificar su construcción.

Además, se considera que la escritura de este trabajo permitirá hacer más visible aún los emprendimientos turísticos de las mujeres de Peña Morada, contribuyendo así de alguna forma a un mayor crecimiento. De esta manera se

lograría generar cada vez más autoconfianza, independencia y participación para estas mujeres protagonistas de este trabajo y así ir derribando poco a poco los roles y estereotipos de género que las atraviesen.

La presente investigación parte desde una metodología cualitativa para abordar la temática planteada y el cumplimiento de los objetivos propuestos, en la cual se presentan y analizan fuentes tanto primarias como secundarias. Fuentes secundarias mediante la revisión bibliográfica del campo de estudio tales como artículos periodísticos, blogs de la web especializados en el área temática, escritos académicos, material audiovisual, documentos normativos tanto del gobierno nacional como de la provincia de Salta, entre otros. Y fuentes primarias, donde se presenta la entrevista telefónica realizada a la cacique de la comunidad guaraní Peña Morada. Es importante destacar que la escases de fuentes primarias, a comparación de lo previsto, se fundamenta en la dificultad de contactarse con distintos agentes involucrados en la temática, debido a la exigua señal telefónica por parte de miembros de la comunidad y a su vez, por no obtener respuestas de parte de agencias y profesionales en el tema al pedido de entrevistas.

CAPITULO 1.

ESTADO DEL ARTE.

En la actualidad, tanto en nuestro país como en otros, sobre todo en Europa (España mayormente), existen diversas investigaciones acerca del Turismo Rural Comunitario (TRC) como nicho turístico. A su vez también se encuentran trabajos sobre Género y Turismo; pero muchos menos son los que abarcan la perspectiva de género, el Turismo Rural Comunitario y una comunidad en particular.

En cuanto al Turismo Rural Comunitario se puede mencionar la investigación **“Turismo Rural Comunitario una alternativa para la sostenibilidad de los territorios”**, realizado por *Innovtur* (Centro Virtual de Formación Turística, España) (2018), el cual sostiene que con el surgimiento de iniciativas de desarrollo turístico junto con la participación de agentes y actores locales cobran importancia nuevas modalidades turísticas apoyadas en la participación, organización y gestión de comunidades locales, denominado **“Turismo Rural Comunitario”**.

A nivel nacional, la Licenciada en Comunicación Social con especialidad en Turismo Rural y Desarrollo Local Sustentable, Graciela Inés Gallo, junto al Licenciado en Turismo y especialista en Turismo Comunitario Juan Manuel Peralta, escriben **“El turismo rural comunitario como viabilizador para la revalorización de culturas y recursos. La importancia de imprimir vivencias y compartir saberes” (2014)**, quienes sostienen que este tipo de turismo logra que las comunidades hagan de su labor cotidiano un atractivo turístico que genera ingresos complementarios para una mejora en su calidad de vida y la de sus familias.

Con respecto a los estudios que relacionan al Turismo y el Género, en el marco internacional podemos encontrar la tesis doctoral de la Licenciada en Planificación y Gestión del Turismo, Daniela Moreno Alarcón, de la Universidad Complutense de Madrid, **“Turismo y Género: un enfoque esencial en un contexto de desarrollo sostenible y responsable del turismo” (2018)**. La

autora española sostiene que el turismo se construye sobre las relaciones de género y es por ello que es preciso estudiar el turismo desde el enfoque de género porque el género en sí implica una estructura simbólica y normativa patriarcal, y la construcción política, económica y social que surge del turismo no es ajena a esta estructura, la cual se manifiesta, a través de las motivaciones, deseos, tradiciones y percepciones que resultan del encuentro entre quienes viajan y las comunidades locales.

También en el ámbito español, específicamente sobre la mujer en el turismo, Daniela Moreno Alarcón y Ernest Cañada Mullor, analizan el trabajo turístico desde una perspectiva de género. En **“Dimensiones de género del trabajo turístico” (2018)**, relacionan conceptos que se utilizarán en esta investigación como “trabajo feminizado”, “brecha salarial”, entre otros.

En Argentina, la autora Ayelén Mariana Carducci, en su escrito **“Mujer y turismo: Estereotipos y roles de género en el ámbito laboral” (2020)** se centra en la reflexión acerca de la situación laboral del género femenino en la actividad turística, en relación a los estereotipos y roles de género socialmente establecidos. Sostiene, al igual que Moreno Alarcón, que la actividad turística se encuentra inserta en una sociedad desigual, en una estructura de poder donde las mujeres corren con desventaja. Es por esta razón que el ámbito laboral del rubro turístico no escapa a la realidad social, sino que, por el contrario, la reproduce.

Siguiendo con el enfoque laboral y económico del turismo y el género, podemos mencionar a la autora Natalia Espinola, quien en su tesis de Maestría en Economía **“Segregación ocupacional por género y diferencial de ingresos en turismo: evidencia para Argentina” (2013)** analiza la relación entre la segregación ocupacional por género y el diferencial de ingresos en el empleo en turismo en Argentina. En dicha investigación los resultados comprueban que efectivamente existe una marcada segregación ocupacional por género en el empleo turístico y una relación entre los ingresos y la composición ocupacional en el empleo en turismo. La cual es negativa para mujeres.

La elaboración de estudios acerca del turismo rural-comunitario y los impactos de éste en la vida de las mujeres del noroeste argentino es relativamente reciente. Por su parte, España, ha realizado investigaciones en este campo de estudio, sobre todo por medio del centro de investigación y comunicación de turismo, Alba Sud, el cual presenta artículos realizados por sus investigadores acerca de este nicho turístico y de qué manera puede influir éste en los roles de género de forma global y en el noroeste argentino:

“Mujer y Turismo Rural Comunitario”, escrito por Ramiro Ragno en el año 2018, sostiene que existe un rol protagónico de la mujer en el turismo rural comunitario en general y del noroeste argentino, el cual es una actividad comercial gestionada principalmente por mujeres;

“Turismo rural comunitario y género. ¿Cómo la actividad turística puede influir en los roles de género?” (2019), la cual es una investigación realizada en las provincias de Salta, Jujuy y Tucumán y escrita por Carla Izcara y Raúl González (ambos investigadores de AlbaSud), identifica cómo el turismo rural comunitario puede ser una herramienta poderosa para cambiar la situación de desigualdad de género, ya que este turismo, en el mejor de los casos, proporciona a las mujeres oportunidades de empleo, autonomía financiera, capacitación y les brinda la oportunidad de establecer contacto con el mundo exterior. Sin embargo, sostienen, que no se ha logrado aún modificar la división tradicional de tareas por género en la mayoría de los casos.

A nivel nacional, se han realizado muy escasas investigaciones acerca del turismo rural-comunitario del noroeste argentino y cuáles son los impactos en la mujer de la comunidad, mayormente en artículos de revistas y blogs turísticos, como es el caso de *CaminosAndinos*, *ViajesyNoticias*, entre otros, los cuales manifiestan y coinciden en que la gran mayoría de los emprendimientos turísticos rurales del noroeste argentino son liderados por mujeres.

Más precisamente acerca de las mujeres de la Comunidad Guaraní Peña Morada de Salta y su relación con el turismo rural-comunitario, el número de investigaciones es sumamente limitado. En ellas y en el contexto de nuestro país, podemos encontrar un trabajo de investigación de Tesis de Licenciatura en Antropología de Andrea Luján Gallo (Universidad Nacional de Salta), quien

escribe **“Turismo Rural Comunitario: gestión y participación de las mujeres de la comunidad Guaraní Peña Morada, departamento San Martín, provincia de Salta”**. Este trabajo aborda la participación de las mujeres guaraníes de comunidad Peña Morada en el circuito turístico de yungas de la Red de Turismo Rural Comunitario en la provincia de Salta y procura dar cuenta, desde la rama de la antropología, de la importancia de las trayectorias de mujeres guaraníes en la gestión de proyectos productivos en particular y en el sostén de las tramas comunitarias en general.

Como se puede observar y tal como se menciona con anterioridad existen trabajos de investigación acerca del Turismo Rural Comunitario, de Turismo y Género, de TRC y las mujeres en el noroeste argentino, TRC y la participación de la comunidad Peña Morada. Sin embargo ninguno de ellos analiza al Turismo Rural Comunitario llevado a cabo por la comunidad Peña Morada desde la perspectiva de género. Los pocos trabajos encontrados sobre el TRC y la comunidad en cuestión, solo hacen mención a que los emprendimientos son llevados a cabo principalmente por mujeres, y destacan su rol protagónico, pero eso no implica analizar desde una perspectiva de género. Ya que, más allá de ser protagonistas las mujeres, se pueden reproducir y/o construir de todas formas los roles y estereotipos de género en la práctica turística.

Es por ello que se justifica este trabajo de investigación, intentando aportar a dicha vacancia sobre la construcción de roles y estereotipos de género en la práctica del Turismo Rural Comunitario de la comunidad guaraní “Peña Morada”, en Salta.

CAPITULO 2.

RED CONCEPTUAL.

En el presente capítulo se desarrollarán las principales categorías de análisis que serán de guía para este trabajo de investigación: Turismo Rural Comunitario, con su conceptualización, antecedentes, ejemplos y modalidades; el rol del Estado en este nicho turístico; el género y la perspectiva de género, con sus respectivas dimensiones a analizar (roles, estereotipos, división sexual de trabajo, brecha salarial, etc.) y el concepto de interseccionalidad.

2.1. Turismo Rural Comunitario.

A partir de las últimas décadas del siglo XX, comenzaron a generarse demandas de productos turísticos nuevos, exóticos, muchos de ellos fuertemente vinculados con los recursos naturales y culturales, el desarrollo sustentable, la participación activa de los turistas, y el interés por el conocimiento y respeto por la diversidad cultural.

Respondiendo a estas nuevas demandas, surge una nueva forma de organización denominada **Turismo Rural Comunitario** (TRC), la cual se lleva a cabo en el ámbito rural donde residen las comunidades originarias.

La Asociación Venezolana de Emprendedores Microempresariales, AVEM, (2011) lo define como aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma, al cual se le incorpora el término de comunitario que lleva implícito la sostenibilidad y la participación protagónica de las comunidades organizadas, es así como se plantea:

“...actividad de tipo vivencial e integral ya que promoverá la incorporación de las comunidades en el manejo responsable de sus recursos naturales, culturales y humanos, además de una interrelación más estrecha con las

comunidades, contribuyendo en la conservación de los recursos naturales y culturales del área en que se efectúa la actividad turística” [AVEM \(2011\)](#).

Sin embargo, si se analiza esta definición reduce demasiado su mirada en el sujeto, el turista, y no tanto en las comunidades anfitrionas. Si bien el turismo es una actividad altamente protagonizada por los turistas, incluye otros actores principales, como es el caso de las comunidades originarias en el TRC. Es por ello que en este trabajo se recupera la definición de García López (2017), quien abarca todas las dimensiones y actores del turismo. El autor escribe:

“El Turismo Rural Comunitario es aquella actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible y que está basada en la participación activa de las poblaciones locales, que se tienen que beneficiar del desarrollo turístico” (García López, 2017)

Otra de las características de este nicho turístico es su desarrollo a pequeña escala, en cuanto al tamaño de los flujos turísticos y a la envergadura de construcciones y asentamientos en los que se desarrolla, que generalmente son pequeños. Presenta un crecimiento lento y orgánico, conectado con los pobladores, quienes generalmente controlan su desarrollo localmente y en el largo plazo.

Estos modelos de desarrollo turístico buscan la inclusión social y económica de las poblaciones rurales a través del desarrollo de diversos productos y servicios dirigidos a los turistas. Un factor clave es garantizar que las comunidades locales gestionen de forma adecuada sus activos naturales, culturales, financieros y sociales.

Para diferenciar este tipo de turismo de otros segmentos, como el del ecoturismo, con el que coincide en muchos aspectos, en países como Costa Rica, Argentina, entre otros, ha sido llamado “Turismo Rural Comunitario”, potenciando así la participación comunitaria. En países como Guatemala, México y Ecuador se ha enfrentado la misma disyuntiva tratando de construir un concepto que diferencie al turismo que tiene como eje central la base local, llamándolo entonces “turismo comunitario”; en Brasil ha sido denominado “turismo de base local” (Cardín Pedrosa,2007).

Los principales países emisores de turistas comunitarios son europeos, concretamente Alemania, Holanda y Francia. En Estados Unidos es aún poco conocido, pero está en crecimiento. Este segmento turístico tiene una tipología de turistas variada: desde jóvenes mochileros a parejas de 50-60 años. Suelen viajar solas, en pareja o en pequeños grupos, normalmente no superando las 6 personas (García López, 2017).

En América Latina, el TRC es una actividad que se remonta a las dos últimas décadas y surge en un contexto de grandes cambios económicos, sociales y políticos, con los nuevos paradigmas del desarrollo sostenible, donde la importancia del paisaje, los diferentes atractivos culturales y la vida silvestre que se encuentra en sus territorios han permitido que los gobiernos se preocupen por impulsarlo como alternativa de desarrollo económico y social (Innovtur, sf.).

Los países que ofrecen turismo rural comunitario en América Latina son: Argentina, Costa Rica, Panamá, Ecuador, Perú, Colombia, Brasil, Bolivia y Chile.

Siguiendo con algunos de los ejemplos mencionados, en **Costa Rica** El Plan General de Desarrollo Turístico Sostenible 2002-2012 considera al Turismo Rural Comunitario como uno de sus instrumentos indispensables en pro de un turismo sostenible, ya que representa una etapa avanzada del ecoturismo en términos socioeconómicos, al complementar y diversificar los ingresos de las familias campesinas, combatiendo el aislamiento económico, desarrollando la capacidad empresarial, contribuyendo a frenar la migración rural, permitiendo valorar y recuperar la cultura local y estimulando el desarrollo de infraestructura en zonas rurales. Este tipo de turismo se viene desarrollando en Costa Rica de forma exitosa (Cardín Pedrosa, 2007).

En el contexto costarricense actual, donde el 25% de la superficie del país corresponde a áreas protegidas, la participación de las poblaciones locales en los beneficios derivados de la conservación se impone como una necesidad para la sostenibilidad del propio sistema de áreas de conservación. La débil capacidad del Estado para garantizar la integridad de los ecosistemas protegidos, unido a la necesidad de generar alternativas productivas en las

áreas de amortiguamiento, hace que la opción de un turismo sostenible gestionado por las propias poblaciones vecinas se convierta en una posible solución al eterno conflicto entre conservación y desarrollo (Cardín Pedrosa, 2007).

Existen dos importantes redes a nivel nacional surgidas para representar los intereses de las organizaciones del sector y comercializar la oferta de manera articulada. Se trata del *Consortio Cooperativo Red Ecoturística Nacional* (COOPRENA), con más de diez años de operar y trece organizaciones afiliadas y, más recientemente, la *Asociación Costarricense de Turismo Rural Comunitario* (ACTUAR), que aglutina veinticinco organizaciones socias (Cardín Pedrosa, 2007).

En **Perú**, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (MINCETUR) ,cuenta con el *Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario* sobre el que articulan cada vez más emprendimientos preparados para recibir turistas, intentando incrementar su contribución al desarrollo económico local y a la reducción de la pobreza (Mincetur, 2008). En el año 2016 se publica la actualización del “Plan Estratégico Nacional de Turismo 2016 – 2025”; en este documento se evidencia la importancia del Turismo Rural Comunitario siendo una política de estado y una estrategia turística para generar inclusión económica y social en poblaciones rurales localizadas en los principales destinos turísticos del país (Galmarini, 2018).

Desde el mundo rural, están surgiendo cada vez más iniciativas empresariales turísticas en Perú que demuestran que algunas comunidades quieren apostar por esta actividad como una fuente alternativa de ingresos. Hasta la fecha, esta iniciativa está más presente en sur del país, vinculada a los destinos turísticos tradicionales. No obstante, son cada vez más los visitantes de comunidades alejadas de centros poblados y destinos convencionales. Cusco, Puno o Arequipa son regiones que contienen numerosas comunidades en las que el turismo constituye una notable fuente de ingresos (Sariego López, 2012).

En Perú, los servicios-productos de Turismo Rural Comunitario son variados. Las propuestas van desde el clásico y simple alojamiento en una casa de la comunidad, hasta la oferta de actividades como el esquileo de camélidos

(llamas, vicuñas...), o la visita a complejos arqueológicos de la zona; en los destinos más sofisticados se propone una oferta turística integrada con alojamiento, almuerzo, oferta complementaria y la especificidad del conocimiento y la convivencia con las comunidades (Sariego López, 2012).

Hoy en día, **Ecuador** es uno de los países más desarrollados y reconocidos en el ejercicio del Turismo Comunitario. Cuenta con cerca de cien experiencias comunitarias y otros tanto en proceso de formación. El turismo rural comunitario en Ecuador se formaliza por primera vez cuando se incluye en el año 2001 en el Reglamento de Ecoturismo y Sostenibilidad. Un año después, las comunidades se integraron como proveedores de servicios turísticos dentro de la ley de turismo, una condición que estaba prohibida hasta entonces. Durante ese mismo año, 2002, se crea la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), que actualmente agrupa diversas iniciativas de turismo comunitario de diferentes pueblos y nacionalidades asentadas en las cuatro regiones naturales del Ecuador. La (FEPTCE), promueve y fortalece las propuestas de turismo comunitario enfocado a mejorar el bienestar de la población desde una visión integral y sostenida en el tiempo, manteniendo sus identidades, que puedan ser representados a nivel local, nacional e internacional. La integración de la FEPTCE como actor estratégico tanto en la ley de turismo como en el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del Ecuador (PLANDETUR) 2020, le permite liderar la mayoría de las acciones relacionadas con el turismo comunitario (Encalada, 2021).

En servicio de hospedaje, en la Región Andina, se ofrecen opciones de alojamiento en casas de familia, especialmente donde los visitantes tienen la oportunidad de convivir e interactuar con la comunidad anfitriona; mientras que en la Amazonia se ha desarrollado más el alojamiento en cabañas y también están las áreas destinadas para acampar, ya que, un importante número de visitantes tienen espíritu aventurero y optan por acampar (Vargas-Cumbajín et al., 2017).

Las comunidades gestionan al menos 6 tipos de turismo: De naturaleza (observación y fotografía de flora y fauna, observación de aves, visita a centros biológicos, etc.); de aventura (caminatas, trecking, cabalgatas, paseos en

bicicleta, escalada, etc.); cultural (convivencia con familias locales, participación en fiestas locales, participación en juegos locales, etc.); Agroturismo (participación en actividades agrícolas, en procesos artesanales, procesos agroindustriales, en actividades pecuarias, pesca, etc.); místico (visitas a lugares místicos, participar en rituales chamánicos, participar en curaciones, etc.); histórico (visitas a museos, visitas a sitios históricos, visitas a ruinas arqueológicas, etc.) (Vargas-Cumbajín et al., 2017).

En nuestro país con el inicio del siglo XXI comienza un incipiente desarrollo de este tipo de turismo.

En relación al rol del Estado, a partir del año 2000, momento en el cual se promulga la Ley Nacional de Turismo N°25.997/04 y luego el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2014 (PFETS), se comienza a priorizar al turismo como política pública; considerando en este trabajo a la autora Velasco González, quien define a la **política pública** como “*un programa de acción propio de una o varias autoridades públicas o gubernamentales, o a veces no, en un ámbito sectorial de la sociedad o en un espacio territorial dado*” (2011, p.960), y a la **política turística** como “*el conjunto de acciones que impulsan actores públicos, en ocasiones en colaboración con actores no públicos, con la intención de alcanzar objetivos diversos relacionados con la variedad de fenómenos y relaciones que supone el proceso de atracción, estancia o residencia ocasional de ciudadanos en un territorio determinado*” (2011, p.960).

Asimismo, se definen desde la política pública nacional diferentes aspectos para responder a los cambios producidos en la demanda turística, teniendo en cuenta la necesidad de diversificación de atractivos, destinos y modalidades. En este contexto, el Turismo Comunitario comienza a estar presente en las políticas públicas (Babini, 2022)

Ante el inicio de una incipiente actividad turística autogestionada por las comunidades de los pueblos originarios campesinos en espacios rurales, el Ministerio de Turismo (MINTUR), creó en el año 2006 la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATuRC), cuyo objetivo principal era apoyar dichas iniciativas, y generar inclusión social y desarrollo local, y, que hasta la actualidad, viene apoyando acciones de capacitación, asesoramiento territorial,

gestión de inversiones, encuentro de emprendedores y promoción, etc. (Babini, 2022)

Por su parte, el “Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2025”, sostiene que:

“el Turismo Rural Comunitario contribuye al fortalecimiento de la autogestión comunitaria del turismo para aportar al desarrollo local, sustentado en sus principios de reciprocidad, inclusión, participación y valoración del patrimonio natural y cultural; garantizando el respeto de los territorios y la identidad de pueblos originarios y comunidades campesinas”.

Además, es pertinente mencionar la ley Ley 27.324, “Régimen de Promoción de Pueblos Rurales Turísticos” (2016) (ANEXO 1), la cual en sus artículos N° 3 y 4° establece que:

Art.3° - “Las provincias seleccionarán pueblos en su jurisdicción que deberán cumplir las siguientes características:

a) Que las autoridades de la comunidad autodefinan al pueblo como pueblo rural en el marco del artículo 2°¹ y que dicha definición sea avalada por las autoridades provinciales;

b) Poseer algún atractivo para el desarrollo de un proyecto turístico que sirva para complementar rentas y diversificar la base económica del mismo, fundamentando su viabilidad y sustentabilidad, y estableciendo las pautas a través de las cuales el mismo beneficiará a la población local y cuyas actividades se desarrollen en un marco de planificación integral de todas las actividades económicas locales.

Art. 4°- “La autoridad de aplicación (Ministerio de Turismo de la Nación), gestionará el acceso de los pueblos rurales turísticos a los siguientes beneficios:

¹ Artículo 2°— A los fines de la presente ley, se entenderá por “pueblo rural” a las comunidades del ambiente agrario o sus inmediaciones que constituyan un espacio no residual, que incluya los ámbitos rural disperso y pueblo aglomerado, en relación con la naturaleza del mundo agrario en tanto espacio social, diferenciado, construido como lugar de vida y de trabajo independientemente de los límites provinciales, departamentales, municipales o de partidos.

- a) Identificación de necesidades de inversión pública, vinculadas a obras de infraestructura, recuperación del patrimonio cultural y/o arquitectónico y sus posibles fuentes de financiamiento;
- b) Apoyo en la gestión para obtener financiamiento en entidades públicas y/o privadas para emprendimientos turístico-productivos a desarrollarse en el pueblo rural turístico;
- c) Asesoramiento en temas de promoción turística y de desarrollo de la producción local en consideración de las medidas de protección del patrimonio natural existente;
- d) Inclusión de catálogos, directorios, guías, publicidades, página web, que promueva y desarrolle el Ministerio de Turismo de la Nación y/o el Instituto Nacional de Promoción Turística (Inprotur);
- e) Participación en los programas de promoción y capacitación turística que promueva y desarrolle el Ministerio de Turismo de la Nación;
- f) Implementación de medidas de protección de los recursos existentes a fin de mantener los valores de identidad y la singularidad del pueblo, previendo la planificación y el ordenamiento territorial.”

En Argentina es posible identificar este tipo de turismo en provincias como Salta, San Juan, La Pampa, Buenos Aires, Santa Cruz, Chubut, entre otras.

Existen distintas modalidades que puede brindar el Turismo Rural-Comunitario. En este trabajo se tomará como referencia la división realizada por el Centro de Investigación Académica “CEUPE”, quien establece las siguientes modalidades:

- **Turismo cultural.** Esta modalidad de turismo se da en aquellos núcleos rurales que despiertan interés turístico debido a su rico patrimonio histórico-artístico, fundamentado en la presencia de importantes monumentos, la arquitectura tradicional, fiestas singulares declaradas de interés cultural, presencia de obras de arte, museos etnográficos, etc. La motivación principal del turista es el conocimiento

de la cultura local, desde todos los puntos de vista: gastronomía, cultura en general, tradiciones, festejos, formas de vida, arquitectura, etc. (CEUPE, s.f).

- **Ecoturismo.** En el año 2000 la OMT (Organización Mundial de Turismo) define que “el Ecoturismo se emplea para designar las formas de turismo que cuentan con las siguientes características: es una forma de turismo basada en la naturaleza en la que la motivación principal de los turistas sea la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en las zonas naturales; incluye elementos educativos y de interpretación; generalmente, si bien no exclusivamente, está organizado para pequeños grupos; los proveedores de servicios que colaboran en el destino tienden a ser pequeñas empresas de carácter local; procura reducir todo lo posible los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural; contribuye a la protección de las zonas naturales utilizadas como centros de atracción de ecoturismo”.

Los ejemplos más conocidos pueden ser: observación de aves, observación de fauna, turismo botánico, entre otros.

- **Agroturismo.** Es la modalidad de turismo rural más aceptada y generalizada, y la que cuenta con mayor tradición, hecho que ha contribuido a generar confusión ya que es frecuente el uso del término de agroturismo para referirse al de turismo rural. En sí el agroturismo constituye una tipología más dentro de la esfera del turismo rural. Esta modalidad de turismo rural se localiza en los campos posibilitando hacer partícipe al turista de las diferentes actividades agropecuarias. La demanda viene motivada por el carácter agrícola de lo rural, por el hecho de lo local, y por la posibilidad de establecer vínculos relacionales con la población local (CEUPE, s.f).

Además, los autores Gallo y Peralta en “Turismo Rural Comunitario. Un aporte metodológico y herramientas prácticas” (2018) agregan las siguientes modalidades:

- **Turismo Vivencial.** Las familias invitan a los visitantes a compartir su cotidianeidad. Su vivienda, su vida en comunidad, sus actividades agropecuarias, sus tradiciones y artesanías. La vivencia tiene como objetivo mostrarles una forma de vida única y particular, con las características de una determinada región. Es un encuentro entre culturas en el que ambas partes aprenden. Se promueve un intercambio de saberes en el hacer compartido (Gallo y Peralta, 2018).
- **Turismo científico.** En las distintas opciones del TRC hay un interés expreso de la comunidad científica nacional e internacional por investigar e interiorizarse sobre aspectos diversos. El turismo científico ofrece productos a medida y para grupos de investigación y estudiantes de posgrado que se acercan a las comunidades; también para el público común interesado en aspectos astrológicos, antropológicos y otros a los que puede acceder con explicaciones no técnicas y adaptadas (Gallo y Peralta, 2018).
- **Turismo de creencias y religioso.** La religión y otras creencias motivan el traslado de personas de un lugar a otro, ya sea en relación a fiestas conmemorativas, eventos familiares personales, promesas por cumplir, o simple curiosidad. Un número creciente de pueblos rurales organiza recorridos y circuitos uniendo puntos vinculados a esta temática, ya se trate de capillas, postas, monumentos u ofrendas espontáneas populares (Gallo y Peralta, 2018).
- **Turismo gastronómico.** El interés por la gastronomía y por conocer cómo se producen los ingredientes primarios de cada receta genera un

movimiento creciente de turistas, muchos de ellos en busca de sabores exóticos, bebidas de características únicas, productos ancestrales y en proceso de recuperación por parte de los pobladores. La agroecología, la producción de granja, la atención familiar personalizada caracterizan estas propuestas (Gallo y Peralta, 2018).

En definitiva, para este trabajo se recupera la noción de TRC en las modalidades de ecoturismo, vivencial y gastronómico.

2.2 Género, roles, estereotipos, perspectiva de género e interseccionalidad.

Históricamente, el género como concepto teórico surge desde los ámbitos militantes feministas para analizar las desigualdades entre varones y mujeres, dado que hasta ese momento se justificaban a partir de las diferencias biológicas entre unos y otras. Entre los cambios importantes que fueron surgiendo a lo largo del tiempo se destaca la acepción cultural que le brinda la autora Lamas (2000), la cual define al **género** como un conjunto de prácticas, creencias, representaciones y prescripciones sociales que surgen entre los integrantes de un grupo humano en función de una simbolización de la diferencia anatómica entre hombres y mujeres. Esta definición se aparta de lo biológico de ambos sexos para sostener que los papeles del hombre y la mujer son un producto social, histórico y simbólico.

A su vez, a partir del género las sociedades construyen de manera simbólica roles tanto para hombres como para mujeres, los cuales se conocen como “**roles de género**”. Estos roles son “los comportamientos aprendidos en una sociedad, comunidad o grupo social determinado, que hacen que sus miembros estén condicionados para percibir como masculinas o femeninas ciertas actividades, tareas y responsabilidades y a jerarquizarlas y valorizarlas de manera diferenciada” (Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional CINTERFOR, 2013).

Los roles de género son condicionantes absolutos en la vida de las personas, ya que como sostiene el CINTERFOR (2013) éstos llevan a sostener que existe una relación determinante entre el sexo de una persona, su capacidad para realizar una tarea y la valorización social que se le otorga a dicha tarea. Tanto las mujeres como los hombres realizan múltiples roles en sus vidas, en la esfera productiva y en la esfera reproductiva. No obstante, si bien se están produciendo cambios, en la mayoría de las sociedades, los hombres se destacan en la esfera productiva, mientras que las mujeres en la reproductiva. Históricamente, los varones fueron considerados los principales proveedores del hogar mientras que las mujeres se asociaron principalmente a las tareas domésticas y cuidado de niños/as.

Además de roles, también se construyen “**estereotipos**” que asignan rasgos idealizados a cada género, más allá de las personas. Son representaciones simplificadas, incompletas y generalizadas que se realizan teniendo como base al sexo biológico. Por ejemplo, el estereotipo femenino está asociado con la fragilidad, la docilidad, la obediencia a la autoridad masculina.

Por su parte, la **perspectiva de género** permite analizar cómo operan estas representaciones sociales, roles y estereotipos en cada sociedad. Podemos decir que el concepto de género y su acepción cultural muchas veces postula “verdades” que muchas veces naturalizan las desigualdades entre varones y mujeres y crean relaciones de asimetría tales como la división sexual del trabajo, empleos informales en las mujeres o feminización del trabajo, brechas salariales, patrones y estereotipos, entre otros.

La división sexual del trabajo, como menciona la autora Estermann (2022), es la forma de división del trabajo que se desprende de las relaciones sociales de sexo, histórica y socialmente modulada. Tiene como característica la asignación prioritaria de los hombres a la esfera productiva y de las mujeres a la esfera reproductiva así como, simultáneamente, la captación por parte de los hombres de las funciones con fuerte valor social agregado (políticas, de alto poder, etc.) Esta división tiene dos principios organizadores: el principio de separación (hay trabajos de hombres y trabajos de mujeres) y el principio jerárquico (un trabajo de hombre “vale” más que un trabajo de mujer). Por

ende, la diferencia en la inserción de las mujeres en el mercado laboral no surge por un factor preferencial o biológico, sino que se puede explicar por una relación de roles y estereotipos de género. La mayoría de las veces se encasilla a las mujeres en aquellos trabajos considerados como una extensión del trabajo doméstico o que responden a las “características propias femeninas”, generando una feminización laboral.

Con el paso del tiempo se han producido cambios y las mujeres han ido ocupando, en mucha menor medida que los hombres, puestos laborales de mayor importancia o poder. Sin embargo, y siguiendo el “principio jerárquico” de Estermann, podemos mencionar que en la división sexual del trabajo no solo el trabajo del hombre vale más que el de la mujer en una significación basada en jerarquía, sino también en lo remunerativo, produciéndose una **brecha salarial** entre géneros.

La brecha salarial puede tener dos connotaciones: las mujeres ganan menos dinero que los hombres por hacer el mismo trabajo y ganan menos porque trabajan en una labor que no está valorada, como es el caso de las “extensiones del trabajo doméstico”

Además de todo lo mencionado, es importante tener en cuenta la relación entre las desigualdades por género y por otros motivos (tales como raza, clase, etnia, etc.). Cuestiones de la identidad como el género, la etnia, la raza, la ubicación geográfica, no afectan a una persona de forma separada; y aquí es donde se tiene en cuenta el concepto de **interseccionalidad**.

Este concepto se desarrolla en 1989 por una abogada afroestadounidense, Kimberlé Crenshaw, en el marco de un caso legal, con el objetivo de hacer evidente las múltiples dimensiones de opresión experimentadas por las trabajadoras negras de la compañía estadounidense General Motors. Con esta idea, Crenshaw esperaba destacar el hecho de que las mujeres negras estaban expuestas a violencias y discriminaciones por razones tanto de raza como de género y define la interseccionalidad como el fenómeno por el cual cada individuo sufre opresión u ostenta privilegio en base a su pertenencia a múltiples categorías sociales

Dicha noción, tal como menciona la autora Viveros Vigoya (2014) en su diálogo con “*Iconos. Revista de Ciencias Sociales*”:

“...es una perspectiva donde ya no se habla de la mujer, sino de las mujeres porque somos conscientes de las diferencias de clase, etnicidad, raza, generación, sexualidad, entre otras”,

y ha servido para desafiar el modelo hegemónico de “La Mujer” universal, para comprender las experiencias de las mujeres, como producto de la intersección dinámica entre el sexo/género, la clase y la raza en contextos de dominación construidos históricamente

Las categorías y conceptos desarrollados anteriormente nos permitirán analizar e identificar como se construyen roles y estereotipos de género en las experiencias de Turismo Rural Comunitario en la comunidad guaraní Peña Morada de la Provincia de Salta, objetivo del presente trabajo de investigación.

CAPITULO 3.

3.1. Antecedentes de Turismo Rural Comunitario en Argentina.

La primera referencia sobre Turismo Rural Comunitario en Argentina data de los años 90 cuando las comunidades mapuches empezaron a ofrecer servicios de camping, cabañas y senderos. Estos servicios están principalmente vinculados a las áreas de influencia de los **parques nacionales de la Patagonia**, como las comunidades Wiritray en Nahuel Huapi, Curruhinca y Rakitwe en Lanín y el Centro de Nieve Batea Mahuida en Villa Pehuenia (González e Izcara, 2019).

La crítica situación de una parte del sector agropecuario argentino fue lo que dio impulso al TRC, configurándose, en algunos casos, como la única manera viable de mantener sus establecimientos. La diversificación de la agricultura ha sido un patrón que se dio, principalmente, entre los productores de menor escala, quienes, precisamente por producir a menor escala, pierden competitividad para la producción. Se señala que la modificación de la función productiva tradicional entre las que se encuentra la incorporación de actividades no agrícolas y servicios, en muchos casos, surge debido a la necesidad de diversificación del riesgo y de generación de ingresos adicionales a los agrícolas. Se produce con ello un aumento de los encadenamientos de la agricultura con otros sectores y el aumento de las ocupaciones no agrícolas de los habitantes rurales, incrementándose con ello los niveles de pluriactividad del sector (Román y Ciccolella, 2009).

Como se mencionó con anterioridad, entre las primeras iniciativas de turismo rural de la Argentina, se destacan las de la región patagónica, que comenzaron principalmente como una alternativa a la reducción de ingresos que generó la caída en los precios de la lana (principal actividad productiva de la región), configurándose como actividad de subsistencia en las explotaciones agropecuarias, combinando la búsqueda de una mayor rentabilidad y el fortalecimiento de las unidades. En numerosos casos, los emprendimientos se han localizado sobre infraestructuras preexistentes, con acervos culturales propios de las zonas donde se llevaban a cabo. En general, se reasignan

lugares en la casa para compartir (habitaciones que pasan a ser para huéspedes, se comparte la mesa, etc.), así como alguna de las actividades de la unidad productiva, es decir, que muchos productores comenzaron a volcarse al turismo rural utilizando la capacidad instalada ociosa de sus establecimientos (Román y Ciccolella, 2009).

A su vez, un número importante de medianos y grandes productores de diversas regiones del país adecuaron sus estancias para recibir turistas. En algunos casos, a esta variante se agrega la posibilidad de realizar y participar activamente en las tareas de campo y cabalgatas, entre otras modalidades.

Luego de aquel tiempo, quien toma las riendas del proceso de apoyo al turismo comunitario desde los organismos gubernamentales, ha sido la Subsecretaría de Agricultura Familiar (SAF) de la Nación, dependiente del Ministerio de Agroindustria de Argentina: este organismo es, desde 1997 a la fecha, una estructura especializada en el acompañamiento técnico territorial de comunidades campesinas e indígenas de Argentina en temas diversos e integrales (proyectos de acceso a agua, fortalecimiento organizativo, producción agroganadera, mejoras de hábitats, fortalecimiento de cadenas productivas y comerciales, capacitaciones, etc.). De este modo, en el año 2004, la SAF y, a partir del interés de las organizaciones y de los técnicos, inician un proceso de conformación de emprendimientos comunitarios de turismo, principalmente en las provincias de Salta (donde se decidió apoyar formalmente el proceso de conformación de emprendimientos de TRC en la Quebrada del Toro y en el **Valle Calchaquí** y allí nacieron las actuales **“Asociación Turu Yaco”** y la **“Cooperativa Red de Turismo Campesino”**) y luego Río Negro; hasta que en la actualidad, los técnicos de la SAF acompañan procesos de TRC en diversas comunidades en casi todo el país. Entre los organismos provinciales de turismo que explicitan interés en involucrarse y apoyar el turismo comunitario, la primera en hacerlo fue en 2006 la Secretaría de Turismo de Jujuy (Legislatura Provincia de Río Negro, 2019).

A nivel nacional, en noviembre de 2009 se realiza el 1° Encuentro Nacional de TRC que promovió la Secretaría de Turismo de Argentina en las instalaciones turísticas de Embalse Río Tercero en Córdoba. En aquella oportunidad, fueron

40 las comunidades participantes que empezaron a definir y decidir criterios (AlbaSud, 2019). Es en este primer encuentro donde nace la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATuRC) (Legislatura Provincia de Río Negro, 2019).

Tal como se mencionó, la **Red Argentina de Turismo Rural Comunitario** se crea en el año 2009, y es a partir de la elaboración del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Está compuesta por comunidades y redes locales pertenecientes a las regiones Norte, Litoral, Cuyo y Patagonia. Se propone como misión contribuir al desarrollo local mediante el fortalecimiento de la autogestión comunitaria del turismo, sustentado en sus principios de reciprocidad, participación y valoración del patrimonio natural y cultural; garantizando el respeto de los territorios y la identidad de pueblos originarios y comunidades campesinas. La Red establece como sus objetivos:

- Fortalecer el desarrollo participativo de emprendimientos turísticos comunitarios, en el marco de sus propias estrategias, miradas y procesos;
- Consolidar la red nacional de referentes técnicos en terreno, quienes mediante la interdisciplinariedad y la sinergia institucional, acompañan los procesos de desarrollo del turismo junto a las comunidades involucradas en cada provincia;
- Generar enlaces y herramientas que faciliten el desarrollo endógeno e integral de las experiencias; gestar una estrategia comercial específica y facilitar un marco normativo adecuado al turismo rural comunitario;
- Incentivar y acompañar la gestión de redes regionales y la red argentina de experiencias y emprendimientos, como espacio de contención y construcción colectiva de organización formal y comercial;
- Promover el abordaje del turismo rural comunitario, como una actividad complementaria en la diversidad tradicional y como herramienta de valoración del patrimonio y arraigo del territorio de pueblos originarios y campesinos (Forneris 2014)

3.2. Turismo Rural Comunitario en Salta.

3.2.1 Marco legal.

Teniendo en cuenta el periodo investigado, en el año 2013 el gobierno provincial de Salta, avanza fuertemente a favor y legaliza la prestación de servicios de TRC reconociendo a las comunidades de pueblos originarios y organizaciones campesinas rurales como los actores formales y comerciales de esta tipología turística. En dicho año, se impulsa el *Plan Estratégico de Turismo Sustentable «Salta SI+»*, en donde el TRC es incorporado como un Programa de carácter general, lo cual marca un cambio en la forma de desarrollo en la provincia de Salta y en la importancia que la misma le da a este sector; ya que desea captar turismo dispuesto a comprender las culturas, que sea un turista respetuoso de los saberes y costumbres de pueblos originarios.

El Ministerio de Cultura y Turismo de la provincia ha avanzado con decisión política a favor del TRC a través de acciones concretas como: legalizar a los emprendimientos comunitarios, acercar capacitaciones específicas para la mejora de los servicios, generar encuentros de emprendedores, acercar agencias de viajes con interés en la comercialización y finalmente, elaborar una planificación estratégica para el sector (Ragno, 2015).

Además, en el 2013, se aprueba la reglamentación específica del TRC, la *Resolución Provincial N° 195/2013 (ANEXO 2)*, la cual lo define en su artículo N°2 como:

“...aquél en el cual la población rural, en especial pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus distintas estructuras de carácter colectivo, ejercen un papel central en su desarrollo, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios. El TRC no sustituye a las actividades tradicionales de trabajo, sino que es una forma de ampliar y diversificar las opciones productivas de las comunidades y complementar así las economías de base familiar”;

y a su vez propone:

“...garantizar en la oferta de turismo rural comunitario el respeto a la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas; la conservación y preservación de su patrimonio, el uso sostenible de sus recursos, el desarrollo de actividades económicas viables a largo plazo, y la generación de oportunidades que mejoren la calidad de vida de las comunidades, como así también la prestación de servicios auténticos que generen experiencias significativas en los visitantes, entre otros propósitos” (Resolución Provincial N° 195, 2013, p.8).

Es necesario mencionar que algunos de los puntos de dicha resolución fueron modificados durante el año 2020.

También en el 2013 se aprueba el *Registro Único Provincial de los Emprendimientos de Turismo Rural Comunitario* (ETC) (ANEXO 3). Este instrumento legal fue construido de forma participativa, integra las miradas territoriales, apela a la consolidación de la oferta turística TRC y a la formalización de los ETC considerando a los prestadores de TRC como prestadores de servicios turísticos. No obstante, durante su posterior implementación se advirtieron ciertas debilidades y limitaciones que llevaron a la necesidad de modificar algunos aspectos de la misma (Del Ponti, 2021, p.684,685).

Siguiendo con el marco legal merece la pena mencionar el *Código Ético de Mutua Colaboración* (ANEXO 4), creado en el año 2014, el cual consta de diez principios en los cuales representantes del Ministerio de Cultura y Turismo, Emprendimientos Turísticos Comunitarios y Agencias de Viajes se comprometen a adoptar, dar difusión de los mismos y proponer las acciones necesarias para defender la autenticidad de las prácticas culturales, saberes y costumbres de las comunidades; entre otros puntos.

Dicho código sostiene que el Turismo Rural Comunitario tiene como base el desarrollo y el buen vivir de las comunidades que lo ejercen; considera que las comunidades locales son los actores legítimos y relevantes en el proceso de construcción y definición de cada emprendimiento; entiende que todos los agentes del desarrollo turístico, tanto el sector público, empresas, asociaciones profesionales, trabajadores del sector, organizaciones no gubernamentales,

etc., como así también las comunidades receptoras y los propios turistas, ejercen responsabilidades diferenciadas pero interdependientes en la valorización individual y social del turismo; y vela por el desenvolvimiento del TRC, convencidos de que el contacto directo, espontáneo e inmediato entre culturas y formas de vida distintas, sostiene los principios encaminados a la promoción del desarrollo socioeconómico de las comunidades, la lucha contra la pobreza y el fomento de un turismo responsable y sostenible.

Resulta pertinente para esta investigación dar cuenta del marco legal ya que la intervención del Estado en este tipo de turismo le dio la oportunidad a los emprendimientos del TRC de legalizar y regularizar sus actividades, y a las comunidades, la de ser reconocidas ante el Estado como prestadoras de servicios de este turismo, siendo todo esto un gran impulso para un posterior crecimiento, tanto para este nicho turístico como el de la calidad de vida de las comunidades emprendedoras.

3.2.2 Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en Salta.

En Salta, el Turismo Rural Comunitario ha experimentado un importante desarrollo en los últimos años, pasando a formar parte de la estrategia provincial de desarrollo turístico posicionándose como pionera en el sector a nivel país.

El TRC está reglamentado gracias al trabajo conjunto entre la Provincia y las comunidades y actualmente aproximadamente 150 familias campesinas y originarias viven de la agricultura y también del Turismo Rural Comunitario (Ministerio de Turismo y Deportes Salta, 2020). Las comunidades, organizadas en la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATuRC), abren sus puertas invitando al visitante a vivenciar momentos inolvidables junto a culturas ancestrales en paisajes naturales de sorprendente belleza.

Las ofertas de las comunidades de la provincia de Salta, son tanto diversas como atractivas, y muy ajenas a la imagen urbana y occidental que

normalmente se tiene de Argentina. Pues quienes ofrecen los servicios son comunidades campesinas mestizas e indígenas que viven de la agricultura y la ganadería a pequeña escala, mantienen costumbres y expresiones culturales ancestrales que se reflejan en sus ceremonias, arquitectura en tierra, gastronomía típica, música, artesanías y en su relación con la Pachamama o Madre Tierra. El viajero que elige el turismo comunitario, elige un encuentro de culturas, conversaciones entre amigos, caminar por senderos, aprender a hacer tejidos o cerámicas, cocinar con leña en horno de barro, admirar cultivos y semillas autóctonas. Y mientras viaja, apoya un mundo más justo generando oportunidades (Ragno, 2015).

Existen diversas zonas en la provincia de Salta en las cuales se pueden llevar a cabo prácticas del Turismo Rural Comunitario. Estas zonas, tanto en sitios web oficiales de turismo de la provincia, como “*SaltaTurismo.com*”, y en agencias de viajes, como por ejemplo “*Origins*” (la cual ofrece turismo con base en el noroeste argentino), se encuentran divididas en tres regiones

Una de las regiones es el **Norte Verde** en la que se encuentra el Parque Nacional Baritú con una extensión de 72200 hectáreas y una flora y fauna que permite la observación de aves y conocer el hábitat del yagareté, además de hacer una caminata rodeada de vegetación. El turismo encuentra en Peña Morada, Campoblanco y Yariaguarenda, familias que trabajan de manera asociada y conservan sus costumbres ancestrales y la gastronomía (Buenos Viajes, 2020).

Otra región es la de los **Valles Calchaquíes** que, con sus asombrosos paisajes y las múltiples actividades que se pueden realizar compartiendo con familias de la zona sus conocimientos de la tierra y el cultivo de la vid, invitan a conocer los emprendimientos vitivinícolas, los viñedos, admirar las artesanías, vivir la aventura de recorrer los cerros y degustar los famosos vinos de altura (Buenos Viajes, 2020).

Por último, en la zona de **Puna y Quebrada del Toro** donde hay partes del camino que están a más de cuatro mil metros de altura, los pobladores conformaron una importante red de Turismo Comunitario, una Asociación de emprendedores y la Red Atacama, se puede disfrutar el Camino del Inca,

Patrimonio de la Humanidad y ver el volcán Lullailaco en un entorno inigualable (Buenos Viajes, 2020)

3.2.3. Redes de TRC en Salta

Como ya se mencionó anteriormente, desde el año 2004, el Turismo Rural Comunitario comenzó a gestarse en la provincia de Salta con el nacimiento de la Red de Turismo Campesino de los Valles Calchaquíes. Podemos decir que esta Red fue pionera en el TRC y que dio inicio a esta forma de desarrollo en Salta.

Con respecto a los emprendimientos de Turismo Rural Comunitario de la Provincia de Salta, según la Dirección de Productos Turísticos del Ministerio de Turismo y Deportes de Salta (2019) existen nueve Redes reconocidas por esta misma organización, entre las cuales se pueden mencionar:

-La **Red de Turismo Rural Comunitario Lickan de Tolar Grande**, emplazada en el altiplano salteño, también denominada “Puna Salteña”, en el departamento de los Andes, Provincia de Salta. Esta Red fue pionera en incorporarse al marco legal que rige para los emprendedores de TRC en la provincia de Salta. La red recibió la credencial como primer emprendimiento inscripto en el Registro Provincial de Emprendimientos de Turismo Rural Comunitario.” (Secretaría de Comunicación de Salta, 2015).

Lickan es una red de emprendedores que se encuentra compuesta por 20 familias de la comunidad de Tolar Grande, Salta. Ofrece servicio de alojamiento en Tolar, que es una de sus principales fuentes de ingreso para los integrantes de esta Red en materia de Turismo. (Funes L., Sangari, C., 2020, p.97).

Esta red de TRC ofrece atractivos tanto culturales como naturales. Sus principales atractivos naturales son: Ojos de mar, Salar de Arizaro y Cono de Arita, Laguna Santa María, Cerro el Macón. Por otro lado, sus atractivos

culturales incluyen fiestas culturales como el cierre nacional de la Pachamama y el ascenso a la Montaña Sagrada Macón (Funes L., Sangari, C., 2020, p.98).

-La **Red de Turismo Campesino** se encuentra emplazada en los Valles Calchaquíes, provincia de Salta. Los parajes y pueblos que forman parte de esta organización son: Cafayate, El Divisadero, La Banda de Abajo, San Antonio de Animaná, San Luis de Chuscha, San Carlos, Corralito, El Barrial y Santa Rosa. En estos lugares podemos encontrar 12 comunidades. La dinámica de la prestación de servicios se inclina a una visita dinámica en donde la familia anfitriona y el turista tengan un contacto cercano. La principal actividad es el turismo vivencial, donde los turistas se alojan en las casas de familias, las cuales mantienen la arquitectura típica y originaria de la zona o de las comunidades (Funes L., Sangari, C., 2020, p.100, 101).

Las principales actividades y atractivos de esta red son las visitas a artesanos de las comunidades, donde el turista puede aprender a realizar artesanías y aprender sobre estas; actividades rurales, donde el turista puede realizar las mismas actividades que realiza el poblador local como ser el cuidado de rebaños, la preparación de la tierra, formas de cultivo de variedades locales, manutención de la vid, elaboración del vino artesanal, entre otros; senderismo; cabalgatas (Funes L., Sangari, C., 2020, p.102).

-**Emprendimiento Turístico Comunitario de Turu Yaco.** Esta organización se encuentra emplazada sobre la Quebrada del Toro. Esta red de turismo comunitario se encuentra compuesta por 6 poblados o parajes, los cuales ofrecen el servicio de TRC (Funes L., Sangari, C., 2020, p.105).

Su accesibilidad varía dependiendo la época del año. La época no estival, siendo de marzo a comienzos de diciembre no presenta problemas, pero de finales de diciembre a comienzos de abril las lluvias torrenciales cortan la accesibilidad, impidiendo el desarrollo de las prácticas turísticas en los emprendimientos (Funes L., Sangari, C., 2020, p.105).

-Comunidades del Norte Verde. Existen 3 comunidades de origen guaraní que se ubican en el departamento de San Martín, provincia de Salta, sobre la Ruta Nacional 34, a 350 kilómetros de la ciudad de Salta. Estas comunidades son Peña Morada, Asociación de Artesanos La Salamanca y Asociación Yariguarenda. Entre las 3 comunidades reúnen un aproximado de 40 familias que conforman los emprendimientos. Sus principales atractivos son vivenciales y están relacionados a las artesanías, como ser cerámica, máscaras y cestería. Además se puede realizar senderismo, se ofrece gastronomía vivencial y el aprendizaje de la cultura e historia de las comunidades (Funes L., Sangari, C., 2020, p.103, 104). Las comunidades de este sector no ofrecen servicios de alojamientos.

- Asociación de Turismo Comunitario de Brealito. La comunidad de Brealito se encuentra en el Municipio de Seclantás, Departamento de Molinos, en la parte central del Valle Calchaquí, provincia de Salta.

Es una comunidad que se dedica a la producción agropecuaria, con pequeños excedentes destinados a la comercialización, en especial sus quesos de cabra. La oferta en esta modalidad son paseos guiados a la “laguna encantada” y las cascadas, sitios arqueológicos de arte rupestre, actividades productivas, alojamiento, gastronomía y un local de exposición y venta de productos artesanales (Funes L., Sangari, C., 2020, p.106)

Tal como se vio en este capítulo, la provincia de Salta fue pionera en el país en el proceso de conformación de emprendimientos de Turismo Rural Comunitario y sus respectivas regulaciones, y desde allí es que continúa experimentado hasta la actualidad un importante crecimiento en el sector.

La oferta de este nicho turístico en la provincia es totalmente diversa, pudiendo dividirse y encontrarse en distintas zonas y redes comunitarias que la llevan a cabo, conformadas por diferentes emprendimientos de las comunidades que en

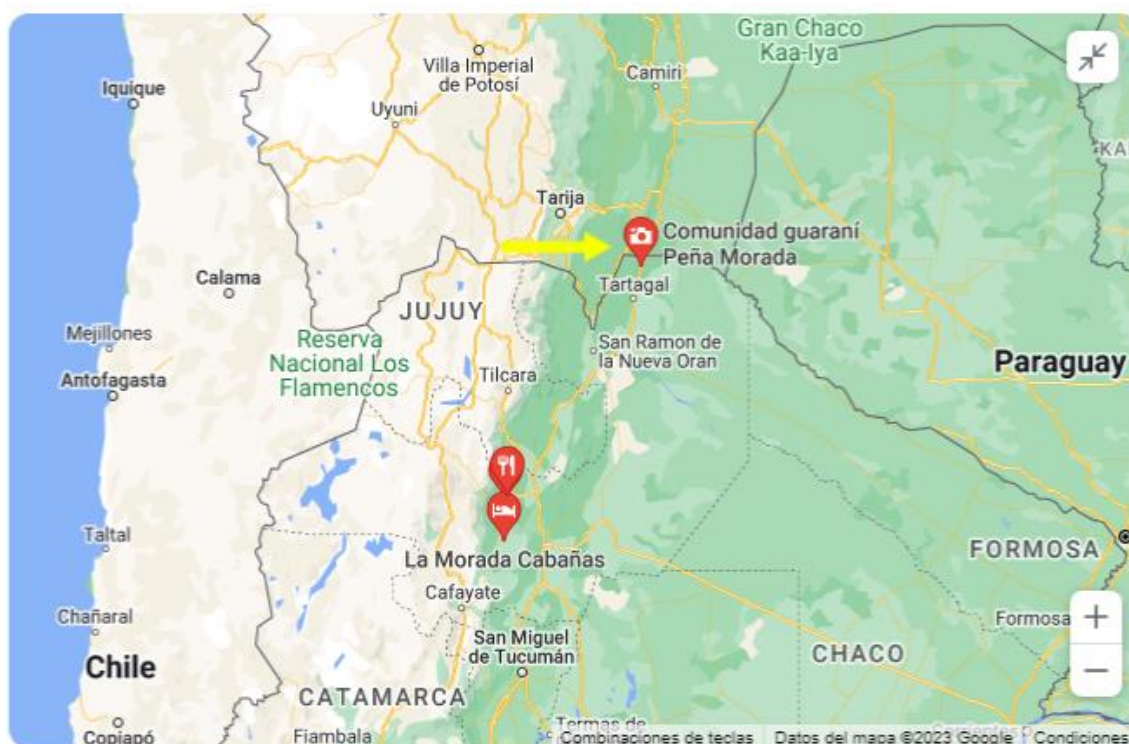
ellas se emplazan. Una de las regiones descritas en este apartado fue la de “Norte Verde”, donde allí se encuentra la comunidad guaraní de Peña Morada, objeto de estudio de esta investigación, la cual se desarrollará a continuación en el próximo capítulo.

Capítulo 4.

4.1. Comunidad Guaraní Peña Morada, Salta.

La Comunidad de origen guaraní denominada “Peña Morada” se encuentra asentada en la localidad de Aguaray; en el departamento/partido General José de San Martín, de la provincia de Salta.

Está ubicada a pocos más de 32 Km al norte de Tartagal sobre la ruta nacional 34, y es el último poblado argentino antes de ingresar a Bolivia (BoomerangViajes, 2020).



(GoogleMaps, 2023).

Esta zona corresponde a un espacio de transición entre las yungas y el chaco. Se trata de una zona apta para el cultivo del maíz, mandioca, batata, entre otros alimentos, que son la base y fuente nutricia principal de las comunidades (Mendoza et al., 2022, p.16).

Asentada al pie de las serranías del Aguaragüe ², forma parte de un continuum en la ocupación tradicional del pueblo guaraní desde tiempos remotos. Es ocupada por dicho pueblo desde el río Guapay, en Bolivia, hasta el sur del río Bermejo (Mendoza et al., 2022, p.16).

Como parte del pueblo originario, los integrantes de la comunidad han tenido una movilidad territorial producto de pautas culturales ancestrales que se han reproducido a través de los tiempos. Peña Morada está muy cerca de la frontera argentina-boliviana. La conformación de esta frontera ha demandado un largo proceso de litigios y acuerdos entre ambos países (Mendoza et al., 2022, p.17).

La comunidad ha luchado por sus tierras y ha resistido a diferentes atropellos a su ocupación ancestral. En este proceso de resistencia ha habido avances sostenidos de criollos del lugar en pos de quitarles parte del territorio comunitario (Mendoza et al., 2022, p.18).

“El territorio ya no es amplio, nos quedó muy chico y, lo poco que queda tenemos que defenderlo por los chicos, porque ellos el día de mañana van a seguir también defendiendo este lugar, ha sido una lucha para seguir aquí” (Mendoza, Francisca y Felisa, 2022, p. 18).

La lucha de la comunidad y el amor a la tierra, también se ha manifestado en la resistencia a las grandes inundaciones que destruyeron viviendas, cercos de cultivo, entre otras construcciones. Este daño ha dejado anegadas tierras de ocupación comunitaria. La explotación de madera en todo el territorio, también ha tenido graves consecuencias, así como las prospecciones petroleras realizadas en los cerros (Mendoza et al., 2022, p.19).

Los comuneros han visto el proceso de degradación del medio ambiente, ya que el impacto ambiental causado por las grandes empresas ha sido pagado por la comunidad. Ésta resiste a los importantes desastres ambientales en los

² La serranía del Aguaragüe o sierra de Aguaragüe es una cordillera ubicada en el extremo sur de Bolivia y en el extremo septentrional del noroeste argentino.

territorios, como han sido las grandes inundaciones (Mendoza et al., 2022, p.19 y 20).

En cuanto a la población, la ocupación ancestral de Peña Morada creció de a poco en número debido a las familias que llegaron desde Bolivia para trabajar en los ingenios azucareros (Mendoza et al., 2022, p.17).

Actualmente, la comunidad está conformada por aproximadamente 45 familias, lo que da una población de alrededor de 200 habitantes, las cuales, según su cacique en la entrevista realizada, son en su mayoría mujeres (ANEXO 5).

También destaca la presencia de muchas familias jóvenes que formaron su familia en la comunidad; que solían ser pocos habitantes y con el paso del tiempo la misma se fue agrandando.

Con respecto a la conectividad, en febrero del año 2020 emprendimientos de Turismo Rural Comunitario como es el caso de Peña Morada, mediante el gobierno de la provincia y particularmente el Ministerio de Turismo de Salta, comenzaron a contar con conectividad a internet, considerando este servicio como algo imprescindible para la operación turística de cualquier emprendimiento. Francisca Mendoza sostuvo en una entrevista dada al gobierno de Salta en el año 2020 que, para la comunidad, el internet ha sido muy útil ya que les dio la posibilidad de compartir, haciendo conocer lo que realizan como comunidad y, la oportunidad de capacitarse, involucrando a los jóvenes.

Sin embargo, en la entrevista realizada en agosto del año 2023, Francisca comenta que ese plan de conectividad era solo por 18 meses, y que luego de transcurrido ese plazo se les planteó la posibilidad de ser pago por la comunidad. Peña Morada por su parte estaba dispuesta, pero se depende de una comunidad vecina que posee la antena, la cual no demuestra demasiado interés. Por lo que la cacique considera que los ha perjudicado a todos:

“...porque hay muchas chicas que están estudiando, otros del colegio, y por ahí necesitan sacar información de internet y ahora nada. No solo a los chicos que estudian sino también a nosotros como grupo porque hay capacitaciones sobre

alimentos, como tienen que prepararse, todo eso lo hacíamos vía internet, pero ahora no lo tenemos más”.

Si bien Francisca expone que más allá de las agencias de viajes, ellos publicitan el turismo de la comunidad mediante los jóvenes y sus redes sociales, la conexión a internet es mala y de muy bajo alcance. Lo cual se pudo comprobar además en la dificultad de conexión a la hora de entrevistar a la cacique para esta investigación.

En relación a lo legal, la comunidad cuenta con personería jurídica desde el 31 de agosto del año 2000, y se encuentra inscripta en el Registro Nacional de Comunidades Indígenas, junto a otras 323 comunidades indígenas de todo el país, según la Resolución N° 115/2012 emitida por el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (INAI)³.

Peña Morada, actualmente es liderada por su cacique Francisca Mendoza, una mujer que hace dos décadas se convirtió en Cacique de la Comunidad Guaraní; abriéndose paso en un rol tradicionalmente asignado a los varones, continúa desarrollando un intenso trabajo, para que las raíces de su pueblo se afiancen, crezcan y estén más presentes que nunca.

4.2. Francisca Mendoza.

Francisca Mendoza nació en 1950, en Peña Morada, donde desde el año 1998 se desempeña como *mburuvicha*, que en guaraní significa cacique, siendo así la primera cacique mujer en el norte salteño.

Francisca consideraba que la comunidad estaba estancada en el atraso y la falta de progreso. Un ejemplo de esto era que la gente tenía que acarrear agua

³ El INAI es un organismo descentralizado creado por la [Ley 23302](#) que implementa las políticas sociales destinadas a los pueblos originarios. Su principal propósito es asegurar el ejercicio de la plena ciudadanía a los integrantes de los pueblos indígenas, garantizando el cumplimiento de los derechos consagrados constitucionalmente (Argentina.gob.ar).

y lavar su ropa en el río porque no había cañerías; esto se debía a que el cacique no estaba desempeñando correctamente sus tareas. Lo anterior llevó a que, en 1998, los miembros de la comunidad la eligieran como la nueva *mburuvicha*. Uno de sus principales objetivos desde que asumió el cargo fue el de mejorar las condiciones de vida de la gente de su comunidad (Castelnuovo Biraben, 2013, p.29).

Una de las primeras acciones que desarrolló como dirigente, fue construir un salón para poder reunir a las mujeres de la comunidad y decidir entre todas que mejoras eran necesarias y establecer prioridades entre ellas. (González e Izcara, 2019). Actualmente, veintiséis años después de ser elegida por primera vez, sigue siendo cacique y ha conseguido que haya instalación de la red eléctrica, agua, la creación de un anexo de la escuela en la comunidad y, la conformación de la comunidad como uno de los puntos turísticos, entre las más importantes.

Que sea una mujer la cacique elegida evidentemente no fue una cuestión menor, ya que desde la misma comunidad reconocen que no se les daba lugar a las mujeres, de hecho, Francisca expresa en una entrevista al grupo “Mater Turismo Sustentable”:

“... para ser cacique se elige en una asamblea. Me eligieron. Asumí sin tener conocimiento yo como mujer, porque los varones son bien machistas y dicen que las mujeres son de las casas, tienen que cuidar a los hijos. Así que cuando me eligieron no tenía ningún conocimiento de que se trata en una reunión, cual es nuestro derecho como mujer;

... pero ahora no, ahora participo en todos lados, participé y participo en encuentros de mujeres donde voy conociendo los derechos de la mujer, los derechos nuestros como pueblo”.

También es evidente que la prioridad de Francisca, como se mencionó, fue y es el progreso constante de la comunidad, y se ve reflejado en sus palabras en la entrevista citada con anterioridad:

“...ir viendo también que es lo que hace falta en la comunidad, ir solucionando problemas, es lo más prioritario. Con proyectos. Nosotras como mujeres somos

bastantes más solidarias con los demás, vemos las necesidades de los vecinos de la comunidad, y así vamos solucionando problema y necesidades”.

A partir de esta introducción de la mujer en el ámbito político comunitario, ha aumentado el número de mujeres caciques, como por ejemplo Elina Elisabeth Gracionis, cacique de la comunidad de La Salamanca (González e Izcara, 2019).

Es de suma importancia todo lo desarrollado en este apartado, ya que demuestra como la elección de una cacique mujer fue un antes y un después en la vida de Francisca, de toda la comunidad y de las mujeres especialmente. Por un lado, el alcance de herramientas necesarias para el cumplimiento de necesidades básicas, tales como agua, electricidad y educación para toda la comunidad. Por el otro, darles a las mujeres el lugar que se merecen, para trabajar en conjunto y tomar decisiones sobre los problemas y necesidades que atraviesan a la comunidad.

A continuación, en el próximo apartado, se abordará el desarrollo del Turismo Rural Comunitario en Peña Morada, una de las más importantes gestiones de Francisca Mendoza a cargo de dicha comunidad.



Francisca Mendoza, cacique de la comunidad Peña Morada.

(Imágen de Izcara Carla, AlbaSud, 2019).

4.3. Turismo Rural Comunitario en Peña Morada.

En un conjunto de políticas que apuntan a convertir al turismo en un ámbito de acción del Estado, como se menciona con anterioridad, se sanciona la Ley Nacional de Turismo n°25997/05 promoviendo la autogestión de las familias originarias y campesinas, haciendo eco de las nociones actuales de empoderamiento que esta clase de gestiones turísticas propician (Gallo, 2021, p.4).

En la comunidad Peña Morada existe una preeminencia del trabajo de las mujeres en todo el proceso de “Patrimonialización”; entendiendo al patrimonio, según el autor Smith (2011), como “los procesos de creación de sentido y de representación que ocurren cuando se identifican, definen, manejan, exhiben y visitan los lugares o eventos patrimoniales”.

La comunidad, en su práctica turística, ofrece la posibilidad de aprender las técnicas de cestería guaraní y degustar comidas autóctonas producidas por las mujeres con productos de la huerta.

Francisca recuerda que cuando se les presentó la oportunidad de participar en un proyecto turístico, se vieron en el desafío de pensar en una propuesta “auténtica”, diferente a la de las otras comunidades y que diera cuenta de alguna costumbre propia del pueblo guaraní.

Al realizarle una entrevista a la cacique se indagó en cómo se presentó esa oportunidad de trabajar el TRC, si existió alguna intervención o incentivo por parte de algún órgano estatal, privado, entre otras posibilidades, a lo que Francisca expresa:

“Es por nuestro trabajo, que nosotros hacemos las artesanías, nuestra cultura, todo lo que seguimos manteniendo. Y como llega gente, siempre llegan misioneros, estudiantes, ingenieros en su último año que están haciendo sus tesinas... todo eso nos lleva a pensar a nosotros, que lo que hacemos nosotros con las artesanías tiene mucho valor como para recibir turismo, y así que bueno, como grupo estuvimos viendo y hablando;

“...además yo como siempre viajo, fui a los valles calchaquíes de Salta, viendo los lugares donde reciben a los turistas, como hay que recibirlos, como tienen que ser, la atención. Esto nos lleva a nosotros a crear grupos, las artesanas que damos los talleres y las que hacen la gastronomía otro grupo. Nosotros buscamos en eso como pueblo que haya un ingreso;

“...nos acompañó una ingeniera en lo que nosotros hacemos, ella iba viendo lo que hacíamos y nos decía que era lindo para que hagamos turismo ya que llegaba mucha gente y por el trabajo que hacíamos. Después trabajamos con una técnica en turismo que es de aquí de Salta. Ella nos dio una capacitación y yo ya veía como se tenía que trabajar con los turistas;

“... a nosotras los gobiernos o ministerios no, nos organizamos nosotros mismos con las técnicas que nos visitaron”.

Entonces, surgió la idea de recuperar el conocimiento de las técnicas de tejido con bejuco que Francisca aprendió de su abuela y que durante muchos años permaneció sin ser transmitido. El proceso que le siguió a esta elección fue el proceso de transmitir estos conocimientos a las jóvenes de la comunidad quienes cumplirían el rol de talleristas dentro del proyecto. A partir de esto, muchos jóvenes se integraron para trabajar en el equipo que recibe a los turistas (Gallo, 2021, p.8).

En el funcionamiento de este emprendimiento se involucran un conjunto de fundaciones, programas y agencias que conforman redes entre instituciones y comunidades indígenas y campesinas a lo largo del país. Entre las ONG involucradas se encuentran Buena Vida, Turismo sustentable NOA, entre otros, todos ellos financiando o facilitando algún aspecto involucrado en el proyecto de turismo. A la vez, se conforman redes entre la comunidad y agencias de turismo que promocionan el turismo sustentable como alternativa a los circuitos turísticos intervenidos por empresas e intereses privados. Entre ellas se encuentran las mencionadas con anterioridad Mater y Boomerang (Gallo, 2021, p.8).

Francisca comenta en la entrevista realizada para este trabajo de investigación que estas redes conformadas con las agencias u organizaciones cooperan a la organización, ya que son ellas quienes les avisan con anticipación a la comunidad de la próxima llegada de turistas y así poder preparar los materiales para dar los talleres de artesanías, ya que la materia prima se encuentra lejos y tiene que buscarse.

Cuando un contingente de turistas llega a Peña Morada, se los recibe en el Centro de Atención al Turista que se ubica en la parte baja de la comunidad, a un costado de la cancha de fútbol. El mismo fue construido a partir de la financiación de un proyecto (Gallo, 2021, p.7).

Se ofrecen desayunos, almuerzos o meriendas, de acuerdo a la hora que lleguen los visitantes, todo elaborado con productos autóctonos de la huerta de la comunidad y cien por ciento natural. Por ejemplo se producen canelones con la espinaca de su huerta, muchos jugos con frutales de la zona (mango, papaya, naranja, pomelo, limones y lima, entre otros); además en muchas ocasiones el postre protagonista es la mazamorra.

Para el dictado del taller de cestería son seis artesanas, se divide al contingente en cinco alumnos por cada tallerista y se les proporciona la materia prima. La fibra de bejuco⁴ utilizada para el tejido es extraída del monte y preparada previamente por las jóvenes con técnicas ancestrales. El taller tiene una duración aproximada de tres horas, donde se realizan artesanías chicas para que éstas puedan terminarse y ser llevadas por los turistas.

Dentro de las actividades en el marco del turismo rural comunitario (cestería, huerta, gastronomía), Francisca hace hincapié en que éstas son llevadas a cabo principalmente por mujeres, y que la artesanía que ellas realizan en talleres son cosas chicas, como por ejemplo bolsos, centros de mesa, piñatas, aros, pulseras, cestos pequeños, entre otras cosas de menor tamaño. Por su parte, los hombres (si bien no son muchos) hacen sillones, canastos grandes

⁴ Los Bejucos, conocidos como *Yaré* son plantas hemiepífitas, que inician su vida en el suelo del bosque y desarrollan tallos verdes, delgados y muy largos (Artesanías de Colombia S.A, 2013).

para poner ropa, estantes, mesas, entre otras cosas más grandes y pesadas. Ellos trabajan con madera, sauce y caño, mientras que las mujeres con bejuco y liana.

Al consultarle a Francisca el porqué de esta división de trabajo entre hombres y mujeres en el desarrollo de artesanías, hace referencia a una cuestión de fuerza y facilidad de manejo de los materiales, siendo los hombres quienes poseen la fuerza y capacidad de cargar, cortar, clavar y trabajar los insumos pesados como las cañas, palos y maderas. En cuanto a la materia de bejuco la cacique menciona que “a nosotras como mujeres es más fácil de manejar”.

Lo mismo acerca de las divisiones laborales fue cuestionado en la entrevista realizada a la cacique en cuanto a la oferta de gastronomía en la comunidad, ya que, como se mencionó en párrafos anteriores, es brindada por mujeres, a lo cual Francisca responde:

“Los hombres, de lunes a viernes salen a trabajar, tienen sus responsabilidades. Igual en lo que puedan nos acompañan.

Pero como mujeres somos nosotras las que damos por un lado los talleres de artesanías, el grupo que somos artesanas y otro grupo de mujeres que hacen la gastronomía. Así estamos trabajando”.



Francisca Mendoza dictando taller de cestería.

Imagen de: Boomerang Viajes.



Turistas almorzando lo preparado por la comunidad.

Imagen de: Boomerang Viajes.

Capítulo 5.

5.1 Las mujeres de la comunidad Peña Morada, las prácticas turísticas y los roles y estereotipos de género.

Como se menciona en el capítulo anterior, el trabajo de las mujeres dentro de las prácticas turísticas es clave, ya que participan activamente en todas las instancias que éstas involucran: siembra, cuidado y cosecha en la huerta comunal, producción de los alimentos que se ofrecen al turista, dictado del taller de cestería, producción de artesanías para la venta, entre otras. Además Francisca sostiene que el TRC es el camino para revalorizar el trabajo que realizan como artesanas, mostrar lo propio y a la vez visibilizar a las mujeres. La posibilidad de desempeñarse como artesanas en el ámbito del TRC, implica una oportunidad para trabajar en una actividad distinta a las que realizan cotidianamente dentro de sus hogares (Gallo, 2021, p.9).

Sin embargo, en este apartado se analizarán estas prácticas y si en ellas se identifican roles y estereotipos de género.

5.2 Los roles y estereotipos de género en las principales actividades del Turismo Rural Comunitario.

5.2.1 División sexual del trabajo, feminización laboral, brecha salarial.

En las principales actividades del turismo de Peña Morada (gastronomía, talleres de cestería, ventas de artesanías, etc.) las grandes protagonistas y hacedoras son las mujeres de la comunidad. Sin embargo se encuentran ciertos matices a la hora de analizar estas tareas bajo la mirada de la perspectiva de género, es decir estudiando si operan, y de qué forma, ciertas representaciones sociales, roles y estereotipos.

Como se mencionó en capítulos anteriores, la división sexual del trabajo, es la forma de división del trabajo que se desprende de las relaciones sociales de

sexo, histórica y socialmente modulada, y que esta división presenta dos principios organizadores, de los cuales uno, el “principio de separación”, hace referencia a que hay trabajos de hombres y trabajos de mujeres. Por ende la mayoría de las veces se encasilla a las mujeres en aquellos trabajos considerados como una extensión del trabajo doméstico o que responden a las “características propias femeninas”, generando una feminización laboral. En esta conceptualización, aplicada al TRC de Peña Morada, podemos encontrar un claro ejemplo en lo que es la gastronomía brindada al turista, donde las mujeres de la comunidad realizan lo que podemos llamar una “extensión del trabajo doméstico o del hogar”, con las respectivas tareas de siembra, cuidado y cosecha en la huerta, producción de los alimentos que se ofrecen al turista con los productos autóctonos, servir las distintas comidas, entre otras. En la cultura de esta comunidad, como se citó anteriormente en palabras de Francisca, son los hombres quienes tienen sus empleos por fuera de estas extensiones domésticas, otras responsabilidades según ella, mientras que las mujeres son las encargadas de preparar las comidas y ofertar la gastronomía.

Sin embargo, existen otras tareas donde se observa, y a la vez la cacique sostiene, que son una gran oportunidad para realizar quehaceres fuera de lo que implica las tareas del hogar. Aquí es donde se puede hacer mención al dictado de talleres de cestería y a la producción y comercialización de artesanías. Éstos se hallan como espacios donde libremente pueden mostrar y enseñar su arte, y hasta en oportunidades comercializarlo; y a su vez un espacio de intercambio e interacción en el que es posible compartir, dialogar y trabajar en un proyecto colectivo con las demás mujeres.

Lo que aquí se plantea, con el dictado de talleres y la producción de artesanías, se puede ver como un gran avance y una nueva y enorme oportunidad para las mujeres de Peña Morada de tener su salida laboral fuera de sus casas, dejando de a poco los tan arraigados estereotipos donde históricamente los varones fueron considerados los principales proveedores del hogar mientras que las mujeres se asociaron principalmente a las tareas domésticas y cuidado de niños/as.

No obstante, si se realiza un análisis más profundo aún de las actividades recientemente mencionadas (talleres y artesanías) y se sigue por la línea de los estereotipos de género resulta pertinente detenerse en lo que mencionó la cacique en la entrevista realizada acerca de las artesanías que las mujeres realizan, siendo éstas cosas chicas y livianas.

...”depende lo que pidan hacemos bolsos, centros de mesa, piñatas, aros pulseras. Todo cosas chicas. Después los varones (no son muchos varones, mujeres son más), ellos hacen sillones, canastos grandes para poner ropa, estantes, mesas, todo eso con madera y caño”.

Como se mencionó en el capítulo anterior, esto se debe a una cuestión de fuerza y facilidad de manejo de los materiales, siendo los hombres quienes poseen la fuerza y capacidad de cargarlos, mientras que las mujeres dominan insumos más livianos y pequeños.

Si se quiere observar bajo la óptica de los estereotipos de género (los cuales, como ya se mencionó, asignan rasgos idealizados a cada género, más allá de las personas, son representaciones simplificadas, incompletas y generalizadas que se realizan teniendo como base al sexo biológico), se puede llegar a la conclusión que esta división sexual del trabajo en las artesanías se encuentra delimitada bajo el estereotipo de género asociado con la fragilidad del sexo femenino, donde las mujeres emplean materiales más livianos y construyen cosas compatibles a su “debilidad” .

En cuanto a lo económico, al preguntarle a Francisca, explica que con las prácticas turísticas las mujeres comienzan a tener ingresos, sin embargo, no en su totalidad pueden ser considerados como propios. Ya que, en su organización como comunidad, la ganancia proveniente de las ventas y actividades en el turismo va a un “pozo común” cuyo fin es seguir proveyéndose de insumos para las próximas visitas y para lo que haga falta en la comunidad en general.

Con esto, se puede llegar a la conclusión que no existe una brecha salarial en el TRC de Peña Morada; ya que las mujeres de allí, dentro del aspecto económico, no conciben a las actividades turísticas como un empleo y

remuneración particular de cada una, sino como un ingreso para toda la comunidad.

5.2.2 Participación en sectores de poder y acceso a capacitaciones.

Uno de los aspectos relacionados con la división sexual del trabajo es que los roles y estereotipos de género en muchos casos evitan que mujeres calificadas y capaces lleguen a determinados empleos, puestos de poder o participación en sectores de fuerte valor social agregado (políticas, de alto poder, etc.), siendo éstos reservados para la figura del hombre.

Un claro ejemplo de la ruptura de este estereotipo es Francisca Mendoza, primera cacique mujer en el norte salteño. Francisca fue elegida cacique en 1998; en esa época las mujeres no participaban en las reuniones y se negaba su derecho a voto (González e Izcara, 2019).

Tal como cuenta en la entrevista realizada para *MaterSustentable*, ella como mujer, asume sin tener conocimiento, ya que los varones tenían una postura muy machista, y decían que las mujeres eran para el hogar, que tenían que cuidar a los hijos. Por ende no tenía idea acerca de que se trataba en reuniones de esos cargos; ni mucho menos cuáles eran sus derechos como mujer. Sin embargo, tal como comenta Francisca, eso cambió, ahora participa en congresos, en encuentros de mujeres, donde va conociendo también los derechos de la mujer.

La trayectoria de Francisca Mendoza en particular es la de una mujer que para formarse como lideresa y para cumplir su rol, recurrió a las capacitaciones en derechos y gestión que dictan las ONG presentes en el departamento San Martín, se involucró en redes de organismos, empresas y agencias que otorgan financiamiento para proyectos y se formó en gestión para el desarrollo indígena (Gallo, 2021, p.9).

Además, e introduciéndonos ya particularmente en el turismo, las mujeres de la comunidad han logrado una mayor y gran participación, en lo laboral, en

congresos, en reuniones de las cuales antes no participaban, capacitaciones, entre otras cosas. Se pueden identificar dos claros ejemplos mencionados por la cacique en su entrevista para este trabajo, donde comenta que actualmente tienen dos invitaciones; una, para ir a Jujuy a exponer y vender sus artesanías, lo cual implica un ingreso más para las mujeres, mostrar sus trabajos y participar en un ámbito de intercambio e interacción en el que es posible compartir y dialogar con las demás mujeres de otras comunidades. La otra invitación llega desde una comunidad de Bolivia, la cual está interesada en recibir a las mujeres de Peña Morada para capacitarlas en nuevas artesanías, y a la vez promocionar las que ya vienen haciendo en su cotidianeidad, y también en promoción y ejecución del turismo en comunidad. Según cuenta Francisca, es importante tener ese apoyo desde Bolivia, porque considera que ellos están más adelantados en materia turística ya que se manejan de manera independiente como comunidad y no necesitan de técnicos que los asesoren.

Es de destacar que gracias al turismo comienza un interés en las mujeres en capacitarse. A partir de esta motivación, se empieza a participar en capacitaciones, encuentros, y tienen la oportunidad de viajar solas por el territorio o al extranjero, como en los ejemplos mencionados.

Se puede concluir en que estos eventos no solo conllevan a un enriquecimiento teórico de las mujeres, sino que puede traducirse a la vez en un aumento de autoestima, confianza e independencia de ellas.

5.3 Análisis final.

El rol de las mujeres es fundamental en el Turismo Rural Comunitario de la comunidad Peña Morada, ya que son ellas quienes realizan la mayoría de los esfuerzos y trabajos para que éste se lleve a cabo, brindando la oferta gastronómica, los talleres y las ventas de artesanías. Son ellas quienes se capacitan para que todo funcione y siga un constante crecimiento, para brindar la mejor experiencia posible a todos los visitantes que llegan hacia allí.

Son ellas sin dudas las protagonistas de este nicho turístico en Peña Morada, sin embargo, este protagonismo, ¿trae consigo la deconstrucción de estereotipos o los sigue reproduciendo?

Tal como muestra este capítulo, donde se observan respuestas a los objetivos de investigación, tanto generales como específicos, se puede concluir en que la respuesta a dicha pregunta es relativa de acuerdo a la actividad del TRC en la que uno se detenga a analizar bajo la perspectiva de género. Por un lado, las actividades gastronómicas y artesanas, donde se observa una construcción y reproducción de los roles de división sexual del trabajo y feminización laboral, ya que se identifican de manera evidente los trabajos para hombres y para mujeres; y por el otro, en cuanto a acceso a capacitaciones y áreas de poder, lo cual siempre estuvo asociado a un espacio para hombres, las mujeres de Peña Morada están logrando frenar con este estereotipo, ya que son ellas quienes se capacitan, participan en congresos, en puestos y reuniones decisivas para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario.

Esta investigación concluye en que el mayor factor de la reproducción de estereotipos de género en la práctica turística de la comunidad se debe a la innegable interrelación entre el turismo, la cultura y sus patrones. Ya que la cultura, como la define la UNESCO, es “el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. La cultura engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones”. La cultura asimismo crea patrones socioculturales, los cuales son normas implícitas de conducta en sociedad, es una forma repetida de pensar y actuar en un determinado espacio.

El turismo, como la mayoría de los sectores y actividades, está altamente influido por la sociedad y es un gran reproductor de patrones culturales. Es por ello que las sociedades, marcadas por las relaciones de género, reproducen su estructura en los modelos turísticos en los que trabajan, y Peña Morada es un claro ejemplo de ello.

Con respecto al estado y las políticas públicas, las leyes y normativas que se vieron en esta investigación, están presentes para regular los emprendimientos

turísticos de este nicho, facilitarles visibilidad a éstos y sus comunidades anfitrionas; sin embargo aún no se hallan aquellas que den espacio a la reflexión en cuestiones de género.

Quizás, una posible futura intervención del estado, sea reforzar y capacitar en materia de género a estas comunidades, con el objetivo de afianzar un pensamiento deconstruido que comience a reflexionar acerca de los estereotipos y roles en estas culturas.

Ahora bien, ¿el estado está capacitado para ello?, ¿los conocimientos están, realmente, deconstruidos? Y si así fuese, ¿sería correcto suponer que estas comunidades tienen que aceptarlos? Sin dudas que adentrarnos en su cultura, en su suelo y su modo de vida nos ayudaría a repensarlo, pero es un camino a recorrer y, estas problemáticas, un espacio para seguir investigando.

BIBLIOGRAFÍA.

- Argentina.gob. “Instituto Nacional de Asuntos Indígenas-Institucional”. <https://www.argentina.gob.ar/derechoshumanos/inai/institucional>
- Artesanías de Colombia S.A. (2013). “Capitulo Tejeduría y Cestería en Guarumá y Bejuco. Yaré del Querarí”. Referencial Nacional de Tejeduría.
- Babini, N. (2022). “Turismo Comunitario en Argentina. Orígenes, Rol del Estado y Vinculación con América Latina”. Universidad Nacional de Mar del Plata. Disponible en <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/3669/1/babini-2022.pdf>
- Boomerang Viajes. (2020, 13 de marzo). “Un viaje al corazón guaraní”. Disponible en <https://www.boomerangviajes.tur.ar/2020/03/13/un-viaje-al-corazon-guarani/>
- Buenos Viajes. (2020, 12 de octubre). “Turismo Rural Comunitario en Salta”. Disponible en <https://www.buenosviajes.com/turismo-rural-comunitario-en-salta/>
- Cardín Pedrosa M. (2007). “El Turismo Rural Comunitario en Costa Rica”. XI Congreso Internacional de Ingeniería de Proyectos. Disponible en https://www.aepro.com/files/congresos/2007lugo/ciip07_1658_1666.340.pdf

- Castelnuovo Biraben N. (2013). "Mujeres indígenas y desarrollo: las experiencias de tres mujeres guaraníes del noroeste argentino". Universidad de Buenos Aires. Cuadernos de Antropología Social Nro. 39
- Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional (CINTERFOR). (2013, 09 de septiembre). "¿Qué son los roles de género?". Disponible en <https://www.oitcinterfor.org/p%C3%A1gina-libro/%C2%BFqu%C3%A9-son-roles-g%C3%A9nero>
- CEUPE magazine. (s.f) "¿Cuáles son las diferentes tipologías de Turismo Rural?". Disponible en <https://www.ceupe.com/blog/cuales-son-las-diferentes-tipologias-de-turismo-rural.html>
- Del Pilar Faría, C.; Angarita, J.L.; Pérez Laurens, L.; Ochoa, A. (2016). "Modelo de planificación estratégica del turismo rural sostenible". Multiciencias, vol. 16, núm. 3. Universidad del Zulia. Venezuela. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90453464005>
- Del Ponti, M. (2021). "Planificación Estratégica del Turismo Rural Comunitario: el caso de la provincia de Salta". Fundación Buenavida. Universidad Nacional de Chilecito. Disponible en http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/152255/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Estermann, V. (2021). "La división sexual del trabajo. Reflexiones desde el Feminismo Materialista Francés". *Descentrada*, 5(2), e152. Universidad Nacional de La Plata. Disponible en https://www.descentrada.fahce.unlp.edu.ar/article/download/dese152/14423?inline=1#redalyc_842281009_ref20

- Forneris, L. (2014). "Diagnóstico para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Parque Nacional Lanín". Universidad Nacional del Sur. Disponible en <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/handle/123456789/3220/Foerneris%2c%20Luc%c3%ada.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Funes-Sángari L.; Sàngari Clark, C. (2020). "Turismo Rural Comunitario en Salta. La comercialización del TRC.". Universidad Católica de Salta. Disponible en https://bibliotecas.ucasal.edu.ar/opac_css/index.php?lvl=cmspage&pageid=24&id_notice=69153
- Gallo, A. (2021). "Turismo Rural Comunitario: gestión y participación de las mujeres de la comunidad Guaraní Peña Morada, departamento San Martín, provincia de Salta". 12° Congreso Argentino de Antropología Social. Disponible en https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/131800/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Gallo, G.; Peralta, J. (2018). "Turismo Rural Comunitario. Un aporte metodológico y herramientas prácticas". Buenos Aires. Disponible en <https://www.teseopress.com/turismoruralcomunitario>
- Galmarini, M. (2018). "Turismo Rural y Desarrollo Local en América Latina: los casos de Perú y Argentina". Universidad Nacional de Quilmes, Argentina. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7028380>
- García López, R. (2017, 7 de septiembre). "Turismo Rural Comunitario (TRC)". Aprende de Turismo.org. Disponible en <https://aprendedeturismo.org/turismo-rural-comunitario-trc/>

- Garely Terán Encalada, P. (2021). “El turismo comunitario y su aporte al desarrollo de la Comunidad de San Clemente del cantón Ibarra”. Universidad Andina Simón Bolívar. Disponible en <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8281/1/T3603-MGDE-Teran-El%20turismo.pdf>
- Gobierno de Salta. (2020, 27 de julio). “Emprendimientos Turísticos Comunitarios de Aguaray cuentan con conectividad a internet” [video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=k1sJTyTDVHE&ab_channel=GobiernoSalta
- González, R.; Izcara, C. (2019, 24 de agosto). “Turismo Rural Comunitario en el noroeste argentino”. Alba Sud. Disponible en <https://www.albasud.org/noticia/es/1133/turismo-rural-comunitario-en-el-noroeste-argentino>
- González, R.; Izcara, C. (2019, 28 de septiembre). “Turismo rural comunitario y género. ¿Cómo la actividad turística puede influir en los roles de género?”. Alba Sud. Disponible en <https://www.albasud.org/noticia/es/1141/turismo-rural-comunitario-y-genero-iquest-como-la-actividad-turistica-puede-influir-en-los-roles-de-genero>
- Innovtur (Centro Virtual de Formación Turística). (s.f) “Turismo Rural Comunitario, una alternativa para el desarrollo local sostenible”. Disponible en <https://www.innovtur.com/turismo-rural-comunitario-una-alternativa-para-el-desarrollo-local-sostenibilidad/>

- Lamas, M. (2000). "Diferencias de sexo, género y diferencia sexual". Cuicuilco, vol. 7, núm. 18. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35101807>
- Legislatura de la Provincia de Río Negro. (s.f.) <https://web.legisrn.gov.ar/legislativa/proyectos/documento?c=P&n=741&a=2013&e=original>
- Luna Acevedo I. (2019, 24 de febrero). "Kaa Iya, amenazada por depredadores". Disponible en http://m.eldia.com.bo/articulo.php?articulo=Kaa-Iya,-amenazada-por-depredadores&id=1&id_articulo=271610
- Mater Sustentable. (2019, 1 de octubre). "La Cacique Francisca Mendoza te abre las puertas de su comunidad" [video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=EBOzqD2cz-0&ab_channel=MaterSustentable
- Mendoza, F., Segundo, R., Martínez, H., Aparicio, T., Gallardo, Y., Santos, R., Vega, N., Cuellar, N., Vega, A., Meriles, J., Flores, N., Cuellar, N., y Mendoza, F (2022). "Peña Morada. Historia Comunitaria" Memoria étnica. Organización de mujeres indígenas ARETEDE.
- Ministerio de Cultura y Turismo. Provincia de Salta. (2013, 20 de agosto). Resolución N°195. <http://turismosalta.gov.ar/images/uploads/Resol%20MCyT195%20-%202013.pdf>
- Ministerio de Cultura y Turismo. Provincia de Salta. (2014, 26 de septiembre). "Código Ético de Mutua Colaboración entre los Actores del

Turismo Rural Comunitario”.
http://turismosalta.gov.ar/images/uploads/c%C3%B3digo_%C3%89tico_trc.pdf

- Pontón Cevallos, J. (s.f.). “Intersecciones de género, clase, etnia,y raza. Un diálogo con Mara Viveros Vigoya”. Iconos. Revista de Ciencias Sociales. Disponible en <https://iconos.flacsoandes.edu.ec/index.php/iconos/article/view/2529/3066>
- Ragno, R. (2015, 21 de octubre). “Turismo Rural Comunitario en Salta, una propuesta campesina” Alba Sud. <https://www.albasud.org/blog/es/806/turismorural-comunitario-en-salta-una-propuesta>
- Ragno, R. (2019, 2 de noviembre). “V Encuentro Nacional de la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario”. Alba Sud. Disponible en <https://www.albasud.org/blog/es/1154/v-encuentro-nacional-de-la-red-argentina-de-turismo-rural-comunitario>
- “Reconocer la perspectiva de género”. (s.f). Disponible en <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/eje-reconocer-la-perspectiva-de-genero.pdf>
- Román, M.; Ciccolella, M. (2009). “Turismo Rural en la Argentina. Concepto, situación y perspectivas”. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). Disponible en https://www.academia.edu/11634140/TURISMO_RURAL_EN_LA_ARGENTINA_Concepto_situaci%C3%B3n_y_perspectivas
- Sariego López, I. (2012). “El Turismo Rural Comunitario en Perú”. Instituto de Estudios Turísticos. Instituto de Turismo de España.

Secretaría de Estado de Turismo. Estudios Turísticos, n.º 192.
Disponible en https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/06%20turismo%20peru.pdf

- Smith, L. (2011). “El ‘espejo patrimonial’, ¿ilusión narcisista o reflexiones múltiples?”. Consejo Australiano de Investigación en la Escuela de Arqueología y Antropología. Universidad Nacional de Australia.
- Vargas-Cumbajín C.; Yáñez-Segovia S.; Hernández-Benalcázar H.; Méndez-Játiva, J.; Valdiviezo-Leroux W.; Tafur, V. (2018) “La situación del turismo comunitario en Ecuador”. Revista científica “Dominio de las Ciencias” Vol. 4, núm. 1. Disponible en <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/724>
- Velasco González, M. (2011). “La política turística. Una arena de acción autónoma”. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en “Cuadernos de turismo, nº27).
- Viveros Vigoya, M. (2016). “La interseccionalidad: una aproximación situada a la dominación”. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia. Debate Feminista 52 (2016) 1-17. Disponible en https://debatefeminista.cieg.unam.mx/df_ojs/index.php/debate_feminista/article/view/2077
- VolemosBlog. (2020, 2 de septiembre). “Turismo Rural Comunitario: ¿De qué se tratan las experiencias para conocer responsablemente los pueblos originarios del país?”. Disponible en <https://www.volemos.com.ar/blog/turismo-rural-comunitario/>

ANEXO 1.

RÉGIMEN DE PROMOCIÓN DE PUEBLOS RURALES TURÍSTICOS Ley 27324

Actividades turísticas. Promoción.

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina reunidos en Congreso, etc. sancionan confuerza de

Ley:

RÉGIMEN DE PROMOCIÓN DE PUEBLOS RURALES TURÍSTICOS

ARTÍCULO 1° — La presente ley tiene por objeto promover el desarrollo sustentable de las actividades turísticas de los pueblos rurales, mediante la implementación de acciones que contribuyan a obtener un mejor aprovechamiento de su potencial.

ARTÍCULO 2° — A los fines de la presente ley, se entenderá por “pueblo rural” a las comunidades del ambiente agrario o sus inmediaciones que constituyan un espacio no residual, que incluya los ámbitos rural disperso y pueblo aglomerado, en relación con la naturaleza del mundo agrario en tanto espacio social, diferenciado, construido como lugar de vida y de trabajo independientemente de los límites provinciales, departamentales, municipales o de partidos.

ARTÍCULO 3° — Las provincias seleccionarán pueblos en su jurisdicción que deberán cumplir las siguientes características:

a) Que las autoridades de la comunidad autodefinan al pueblo como pueblo rural en el marco del artículo 2° y que dicha definición sea avalada por las autoridades provinciales;

b) Poseer algún atractivo para el desarrollo de un proyecto turístico que sirva para complementar rentas y diversificar la base económica del mismo, fundamentando su viabilidad y sustentabilidad, y estableciendo las pautas a través de las cuales el mismo beneficiará a la población local y cuyas actividades se desarrollen en un marco de planificación integral de todas las actividades económicas locales.

ARTÍCULO 4° — La autoridad de aplicación, gestionará el acceso de los pueblos rurales turísticos a los siguientes beneficios:

a) Identificación de necesidades de inversión pública, vinculadas a obras de infraestructura, recuperación del patrimonio cultural y/o arquitectónico y sus posibles fuentes de financiamiento;

b) Apoyo en la gestión para obtener financiamiento en entidades públicas y/o privadas para emprendimientos turístico-productivos a desarrollarse en el pueblo rural turístico;

c) Asesoramiento en temas de promoción turística y de desarrollo de la producción local en consideración de las medidas de protección del patrimonio natural existente;

d) Inclusión de catálogos, directorios, guías, publicidades, página web, que promueva y desarrolle el Ministerio de Turismo de la Nación y/o el Instituto Nacional de Promoción Turística (Inprotur);

e) Participación en los programas de promoción y capacitación turística que promueva y desarrolle el Ministerio de Turismo de la Nación;

f) Implementación de medidas de protección de los recursos existentes a fin de mantener los valores de identidad y la singularidad del pueblo, previendo la planificación y el ordenamiento territorial.

ARTÍCULO 5° — Las autoridades provinciales, garantizando la participación de instituciones intermedias del sector turístico, comisiones legislativas específicas y autoridades municipales o comunales, presentarán anualmente ante el Consejo Federal de Turismo la nómina de pueblos que, dentro de su jurisdicción, cumplan con los requisitos establecidos en el artículo 3°.

ARTÍCULO 6° — Es autoridad de aplicación de la presente ley el Ministerio de Turismo de la Nación.

ARTÍCULO 7° — Comuníquese al Poder Ejecutivo nacional.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL CONGRESO ARGENTINO, EN BUENOS AIRES, A LOS DIECISEIS DIAS DEL MES DE NOVIEMBRE DEL AÑO DOS MIL DIECISEIS.

— REGISTRADA BAJO EL N° 27324 —

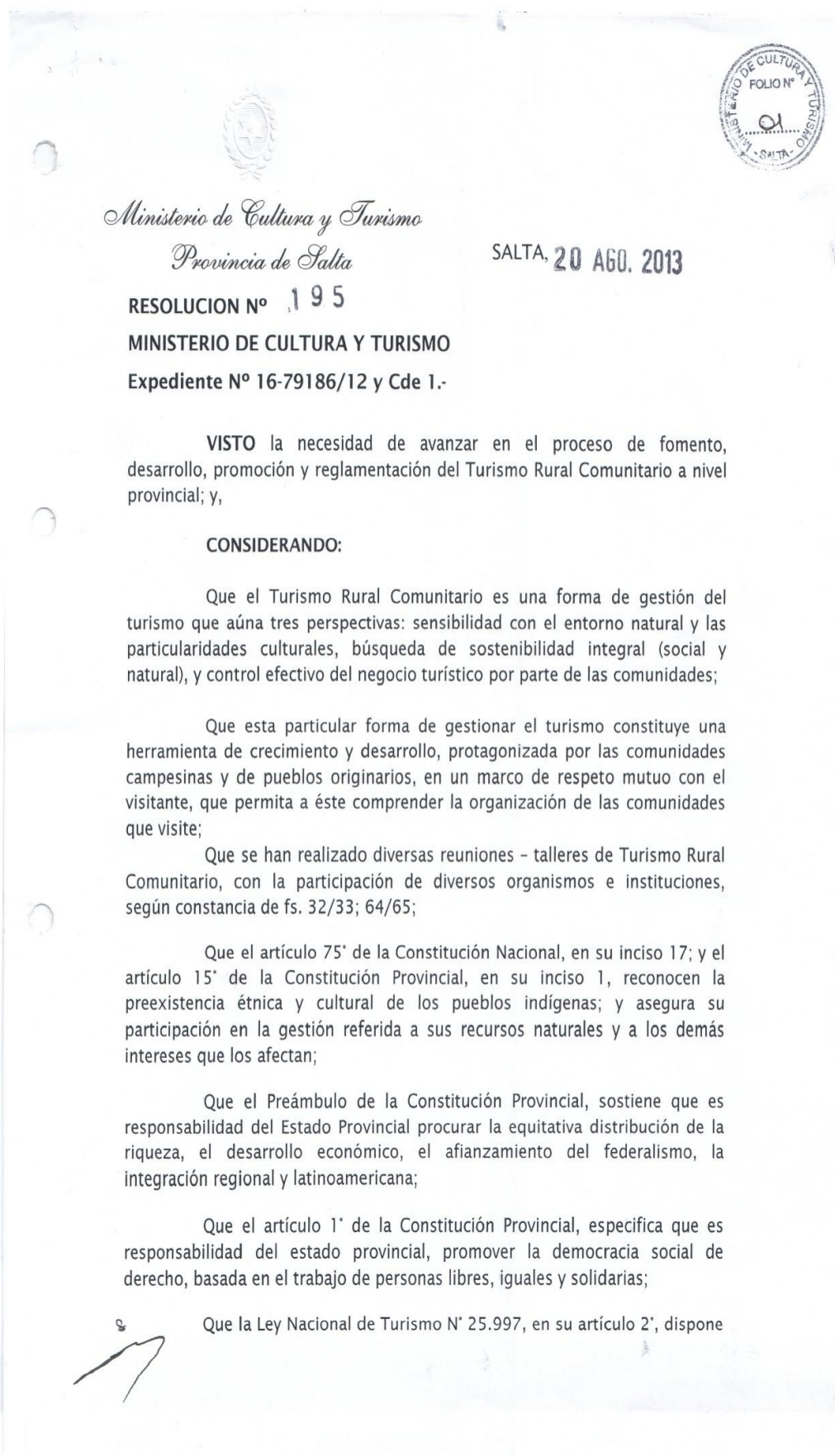
EMILIO MONZÓ. — FEDERICO PINEDO. — Eugenio Inchausti. — Juan P. Tunessi. Buenos Aires, 14 de Diciembre de 2016

En virtud de lo prescripto en el artículo 80 de la Constitución Nacional, certifico que la Ley N° 27.324 (IF-2016-04429747-APN-SST#SLYT) sancionada por el HONORABLE CONGRESO DE LA NACION el 16 de noviembre de 2016, ha quedado promulgada de hecho el día 13 de diciembre de 2016.

Dése para su publicación a la Dirección Nacional del Registro Oficial, gírese copia al HONORABLE CONGRESO DE LA NACION y, para su conocimiento y demás efectos, remítase al MINISTERIO DE TURISMO. Cumplido, archívese. — Pablo Clusellas.

ANEXO 2.

Resolución N°195. Ministerio de Cultura y Turismo, Salta.





Ministerio de Cultura y Turismo
Provincia de Salta

RESOLUCION N° 1195

MINISTERIO DE CULTURA Y TURISMO

Expediente N° 16-79186/12 y Cde 1.-

organizaciones formales de la economía social y solidaria, donde la multiplicidad y diversidad de productos y servicios forma parte de su identidad cultural y formas de vida, y entendiendo que, para éste caso, el turismo se insertará en las comunidades ampliando sus actividades tradicionales de trabajo;

Que se ha dado participación al Instituto Provincial de Pueblos Indígenas de Salta, al Instituto Nacional de Asuntos Indígenas, a la Cámara de Turismo de Salta, a la Dirección Nacional de Calidad Turística y a la Subsecretaría de Desarrollo Turístico Nacional, tal como obra en las actuaciones a fs. 71/79, 136/144;

Que han tomado intervención la Dirección General de Planificación del Ministerio de Cultura y Turismo y las Direcciones Generales de Asuntos Jurídicos y Legales de las Secretarías de Turismo y Cultura respectivamente;

Por ello;

**EL MINISTRO DE CULTURA Y TURISMO
RESUELVE:**

ARTICULO 1°: APROBAR la Reglamentación de Turismo Rural Comunitario, como Anexos I y II de la presente.

ARTICULO 2°: CREAR el REGISTRO PROVINCIAL DE TURISMO RURAL COMUNITARIO que funcionará en el ámbito del Ministerio de Cultura y Turismo.

ARTICULO 3°: Comunicar, Publicar en el Boletín Oficial y archivar.



Dr. CESAR MARIANO OVEJERO
MINISTRO DE CULTURA Y TURISMO
PCIA. DE SALTA

ANEXO 3.

RESOLUCIÓN N° 195/2013
MINISTERIO DE CULTURA Y TURISMO

Expediente N° 16-79186/12 Cde 1.-

ANEXO II

Instructivo para la inscripción en el
**"Registro Único Provincial de los
Emprendimientos de Turismo Rural
Comunitario".**



INDICE

1- IDENTIFICACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO COMUNITARIO (ETC).

1.1- Nombre del Emprendimiento Turístico Comunitario (ETC)	2
- Localización	2
- Antecedentes y Justificación del ETC	3
1.4- Objetivos	4
1.5- Datos de la Personería Jurídica de la Organización	4
1.6- Identificación de las personas que integran el proyecto	4

2- DEFINICIÓN DEL PRODUCTO Y LINEAMIENTOS BASICOS PARA LA PROGRAMACIÓN TURÍSTICA.

2.1- Producto Turístico	7
2.2- Programación Turística	8

3- ESTÁNDARES MÍNIMOS DE CALIDAD PARA CORRECTA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE TURISMO RURAL COMUNITARIO.

3.1- Instalaciones	12
3.2- Señalización	13
3.3- Áreas Comunes	13
3.4- Ambientación	14
3.5- Decoración	15
3.6- Mobiliario	15
3.7- Cultura	15
3.8- Habitaciones	15
3.9- Servicios de Alimentos y bebidas	17
3.10- Servicios de Paseos Turísticos	19

1- IDENTIFICACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO COMUNITARIO (ETC)

Los proyectos que se presenten al Ministerio de Cultura y Turismo de la Provincia, deben considerar las pautas descritas en el presente instructivo, así como acompañar la propuesta con los recaudos exigidos y cualquier otra documentación que sea pertinente para tener una idea más clara de la intención, desenvolvimiento y resultado esperado del proyecto a nivel comunitario. El mismo debe encuadrarse dentro de los requerimientos de los *Emprendimientos Turísticos Comunitarios (ETC)* previsto por Resolución N° 195/2013 de Turismo Rural Comunitario:

1.1- Nombre del Emprendimiento Turístico Comunitario (ETC):

Debe contener la esencia de lo que se espera hacer, como así también coincidir con el objetivo del mismo.

- Localización.

Descripción de las características del territorio y la zona geográfica donde se desarrolla el emprendimiento, los servicios turísticos de Turismo Rural Comunitario a brindar (alojamiento, comedores, actividades turísticas, artesanías, transporte, etc.). Max 10 renglones.

- Mapa del territorio

Realizar un mapa, croquis o dibujo de la zona de influencia en la que se encuentra el ETC.



- Antecedentes y Justificación del ETC



Describa cómo ha surgido la idea de desarrollar Turismo Rural Comunitario y cuáles son los motivos que impulsaron al grupo a organizarse a tal fin. Agregue por favor cuales son las características de la población destinataria del ETC. Max. 10 renglones.

1.4- Objetivos

Mencionar él o los objetivos que aspira lograr la Organización con el ETC.

--

1.5- Datos de la Personería Jurídica de la Organización

- Nombre de la Organización:
- N° de Personería Jurídica:
- Presidente:
- Vicepresidente:
- Legajo N° (a designar por el Ministerio):
- Domicilio Legal:
- Teléfono:
- Correo electrónico:
- Página web:

1.6- Identificación de las personas que integran el proyecto:

1.6.1- Delegados o Representantes –titular y suplente- ante el Registro de Turismo Rural Comunitario y el Consejo Asesor:

Delegados	Nombre y Apellido	Fecha de Nacimiento	DNI	Teléfono
Titular				

Suplente				
----------	--	--	--	--

1.6.2- Por rubro Alojamiento

Nº	Nombre y Apellido	Nombre del Alojamiento	Fecha de Nacimiento	DNI	Domicilio Particular
1					
2					
3					
4					
5					
...					

1.6.3- Por rubro Comedores

Nº	Nombre y Apellido	Nombre del Comedor	Fecha de Nacimiento	DNI	Domicilio Particular
1					
2					
3					
4					
5					

1.6.4- Por rubro Actividades Turísticas

Nº	Nombre y Apellido	Tipo de Actividad	Fecha de Nacimiento	DNI	Domicilio Particular
1					
2					
3					

4					
5					
...					

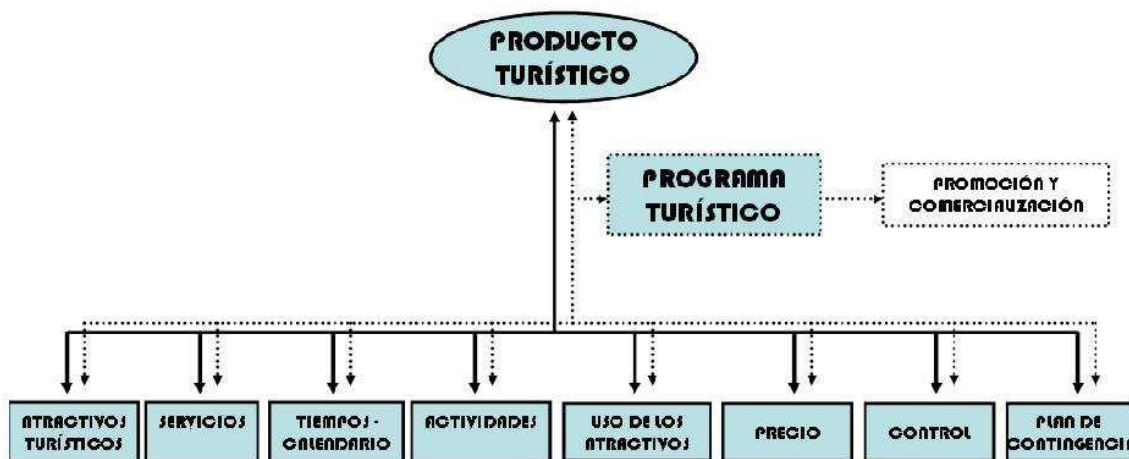
1.6.5- Por rubro Artesanos

Nº	Nombre y Apellido	Tipo de Artesanía	Fecha de Nacimiento	DNI	Domicilio Particular
1					
2					
3					
4					
5					
...					

1.6.6- Otros rubros (especificar cual/es)

Nº	Nombre y Apellido	Rubro o actividad	Fecha de Nacimiento	DNI	Domicilio Particular
1					
2					
3					
4					

2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO Y LINEAMIENTOS BASICOS PARA LA PROGRAMACIÓN TURÍSTICA.



2.1- Producto Turístico: Es el elemento esencial de la actividad turística. Surge de la armoniosa integración de atractivos y de servicios turísticos. Su definición consiste en explicitar las características distintivas y específicas de la propuesta turística comunitaria para el destino seleccionado. Esta definición debe incluir el eje simbólico, que es aquello que el potencial visitante puede relacionar con su deseo, para luego satisfacerlo a través de la oferta de gestión comunitaria.

Una vez definido e identificado el Producto Turístico a ofertar deberá elaborarse el Programa Turístico correspondiente para acercar el ETC a sus potenciales visitantes.

2.2- Programación Turística: Es una forma de planificación operativa y es a partir de ella que se materializa la definición del producto turístico anteriormente descrito. Su formulación funcionará como una valiosa herramienta para promocionar el emprendimiento, puesto que la información se sistematiza y ordena para ofrecerla luego al potencial visitante. La programación turística requiere de fases bien definidas, que deberán ser tenidas en cuenta por los emprendimientos interesados para poder inscribirse en el "**Registro Provincial de Turismo Rural Comunitario**".

2.2.1- Atractivos Turísticos: En esta fase se describen los atractivos turísticos; física y simbólicamente definidos desde el punto de vista concreto desde el cual se desea ponerlos en valor. Esta descripción debe resumir de modo atrayente los recursos turísticos seleccionados e indicar el eje temático escogido.

2.2.2- Servicios: Para que los servicios se integren de manera armónica a la propuesta, deberán estar perfectamente definidos y categorizados de acuerdo con la formulación del producto. Para cada servicio deberá detallarse: a- Tipo de prestación (alojamiento, comida, transporte, transfer, etc.), b- Duración y calidad de los mismos, y fundamentalmente, la inclusión o no de servicios extras.

2.2.3- Tiempos-Calendario: La combinación de atractivos y servicios dependerá del calendario generado, y debe ser perfectamente detallado en los tiempos (calendario) propuestos. Estos tiempos tienen una profunda relación con los siguientes factores:

- Los horarios y disponibilidades de los servicios seleccionados.
- Las condiciones meteorológicas y climáticas del destino y elegidas en función de las actividades.
- El costo estimado del producto en relación con el tiempo calculado en función con las posibilidades de la demanda potencial.

A su vez, el uso de ese tiempo, incluye varios aspectos:

- Tiempos de traslados.
- El tiempo utilizado en la disposición de los servicios ofrecidos.
- El tiempo de descanso.
- El tiempo dedicado en las actividades específicas incluidas en el producto.

2.2.4- Actividades: Estas actividades constituyen el núcleo de la programación. En ellas se presentan y se experimentan las características del producto.

No deben ser necesariamente muy especializadas ni absolutamente novedosas –a menos que se trate de un producto netamente especializado-. La clave radica en que las prestaciones de los servicios en cada una de las actividades propuestas se organicen de manera estricta, con procesos bien definidos, con alto grado de calidad, seguridad, puntualidad y plan de contingencia.

2.2.5- Uso de Atractivos: En todo caso se debe especificar qué se puede y qué no se puede hacer en el uso de los atractivos.

Cada atractivo para sostenerse admite ciertos usos y otros no; entonces, deben detallarse cuales serán las actividades asignadas y la cantidad máxima de personas que admite cada lugar.

2.2.6- Precio: Si bien no existe una fórmula única para establecer el precio final del producto turístico a ofrecer, no se conseguirá una buena programación si no se contempla una fijación de precio contemplando ciertos factores básicos –entre otros-, a saber:

- Calidad global del producto ofrecido.
- Los precios que el mercado propone.
- Los costos en la producción de los servicios.

- La demanda a la que esta destinada el producto.
- Relación entre el producto ofrecido y los canales de comercialización.
- Rentabilidad razonable.

2.2.7- Control: En toda planificación la programación deberá incluir, de modo necesario, instancias de control; es decir, de evaluación permanente y puntual del cumplimiento del programa utilizando técnicas cualitativas y cuantitativas. Los métodos de control dependerán de las características de cada ETC en particular, escogiéndose los que mejor se adecuen a los objetivos de éste.

2.2.8- Plan de Contingencia: Toda programación turística debe acompañarse necesariamente con un plan de contingencia que permita superar los inconvenientes o desviaciones que puedan producirse en la programación. Se recuerda que la venta de productos turísticos se funda en la seguridad que el comprador debe tener acerca de lo que ha recibido, y y el modo en que lo va a recibir.

3. ESTÁNDARES MÍNIMOS DE CALIDAD PARA CORRECTA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE TURISMO RURAL COMUNITARIO.

3.1- Instalaciones

- **3.1.2-** Las instalaciones en cuanto al tamaño, materiales de construcción, arquitectura, colores y decoración interna, deben estar armónicamente integrados al paisaje y a las características de la comunidad.
- **3.1.3-** Evitarán la utilización de especies en peligro de extinción, tanto para construcción como para decoración.
- **3.1.4-** Se mantendrá limpias las instalaciones y libre de desechos orgánicos e inorgánicos.
- **3.1.5-** En las zonas frías, se generarán las condiciones adecuadas para garantizar temperaturas confortables en el ETC, a partir de la arquitectura tradicional, la incorporación de energías alternativas y todos aquellos elementos que puedan ser utilizados para el cumplimiento de este requisito.
- **3.1.6-** Donde se tengan chimeneas, se facilitará al visitante su uso y las instrucciones para encenderla, como así también las medidas de precaución necesarias para la seguridad del turista. La leña no debe ser de especies en peligro de extinción.
- **3.1.7-** En zonas calientes, las instalaciones tendrán de preferencia un sistema de ventilación natural o artificial.
- **3.1.8-** Se colocará una luz exterior en la entrada de las instalaciones que facilite al visitante la localización de las mismas. El rótulo de identificación del ETC también debe estar iluminado o pintado con pintura fluorescente para su fácil identificación.
- **3.1.9-** Contará con vías de accesos en buen estado. Se cuidará que la vía de ingreso hasta las instalaciones del ETC sea accesible, realizando periódicamente la limpieza del camino, eliminando la basura, malezas, troncos, piedras o cualquier otro obstáculo que dificulte el tráfico y la visibilidad hasta el lugar de destino.
- **3.1.10-** Las instalaciones turísticas estarán ubicadas en áreas específicas de la comunidad apartadas de corrales de animales, áreas de manejo de residuos sólidos y líquidos.

- **3.1.11-** Contarán en lo posible con un sistema de manejo de desechos orgánicos e inorgánicos. En caso de no contar con un sistema establecido, deberán gestionarse las capacitaciones correspondientes.
- **3.1.12-** Se mantendrá en buen estado las instalaciones, para lo cual se deben realizar periódicamente trabajos de mantenimiento, limpieza y reparación, tanto en el exterior como en el interior, llevando un registro permanente de estas actividades.
- **3.1.13-** Cada ETC contará con Reglamento Interno.

3.2- Señalización

- **3.2.1-** Contará con un mapa de zonificación que identifique las diferentes áreas del ETC.
- **3.2.2-** Mantendrán carteles de identificación del ETC visibles en los caminos de acceso.
- **3.2.3-** El ETC contará, en su ingreso, con un cartel de identificación con el nombre y los servicios que ofertan.
- **3.2.4-** Los carteles estarán en buen estado de conservación, serán de materiales duraderos no sintéticos y adaptados al paisaje y serán preferentemente de madera o roca laja tallada o pintada.
- **3.2.5-** De estar ubicadas las unidades turísticas de los ETC en lugares apartados de las carreteras principales y de difícil localización, se deberá colocar una señal, un cartel o exhibición indicando la dirección y distancia desde la carretera principal hasta la unidad turística.

3.3- Áreas Comunes

- **3.3.1-** Se contará con los suficientes enseres¹ para admitir la cantidad máxima establecida de visitantes.
- **3.3.2-** Las áreas de uso común deberán encontrarse limpias y ordenadas.
- **3.3.3-** Se recomienda mantener el mismo estilo de construcción y decoración para las áreas comunes que el resto de las instalaciones.

¹ *Enseres*: m. pl. Utensilios, muebles, instrumentos, necesarios en una casa o en la prestación de un servicio. Diccionario de la lengua española © 2005 Espasa-Calpe.

- **3.3.4-** La limpieza de áreas de uso común se realizará en horarios convenientes y cada vez que sea necesario.
- **3.3.5-** Las condiciones mínimas que un **baño comunitario (a compartir)** debe tener son las siguientes:
 - ✓ Lavamanos en buen estado –sin goteras- de modo que permitan el ahorro de agua.
 - ✓ Inodoros con asiento y tapa en buen estado.
 - ✓ Artículos de aseo personal: toallas de mano, jabón biodegradable que debe ser repuesto a su término.
 - ✓ Las duchas contarán, por lo menos, con una superficie de un metro cuadrado.
 - ✓ La ducha contará con un antideslizante y una agarradera para seguridad del turista.
 - ✓ La ducha tendrá agua caliente, generada por energía eléctrica, gas (externo al cuarto de baño) o energía solar y su barral deberá estar por lo menos a 2,10 m de altura.
 - ✓ Los baños deberán tener un lavamanos, espejo, repisa o estantes, ganchos para ropa, papel higiénico en cantidad suficiente, jabón, champú y basurero que permita la separación de desechos.
 - ✓ Provisión constante de papel higiénico.
 - ✓ Basureros con tapa.
 - ✓ Ventilación obligatoria (directa o forzada).
 - ✓ Deberán estar claramente identificados y señalizados.
 - ✓ La limpieza de los baños se realizará mínimo una vez en la mañana y otra en la tarde, o con más frecuencia en caso de que sea necesario. Se vaciarán las papeleras de los baños mínimo dos veces al día.
 - ✓ El piso del baño no deberá estar mojado.
 - ✓ Se recomienda también contar con un enchufe junto al espejo en caso de contar con electricidad, indicando el voltaje de la corriente eléctrica.

3.4- Ambientación

- **3.4.1-** Se recomienda el uso de colores armoniosos con el entorno natural.

- **3.4.2-** Utilizar elementos naturales que reflejen la cultura local en la decoración.
- **3.4.3-** Se evitarán fuentes de contaminación o malos olores.
- **3.4.4-** Se evitarán ruidos molestos provenientes de la cocina, radios, televisores o discusiones.

3.5- Decoración

- Se utilizarán para la decoración objetos elaborados en la zona como artesanías, tejidos, etc.

3.6- Mobiliario

- **3.6.1-** El mobiliario del establecimiento deberá estar en buen estado de conservación y funcionamiento; como así también ser cómodo y funcional.
- **3.6.2-** Se utilizarán pinturas amigables con el ambiente.
- **3.6.3-** Se priorizarán los muebles elaborados en la zona.

3.7- Cultura

- **3.7.1-** Disponer bajo consenso comunitario de diferentes actividades culturales para compartir junto al visitante, respetando el calendario festivo local (danza, música, ceremonias y rituales, fiestas patronales, etc.).
- **3.7.2-** Preservación y recuperación de las diferentes expresiones culturales de la comunidad, mediante el diseño de programas destinados a tal fin.
- **3.7.3-** Priorizar la adquisición, elaboración e intercambio de productos elaborados en la zona.

3.8- Habitaciones

- **3.8.1-** Las habitaciones deberán contar con:
 - ✓ Camas con colchones de calidad.
 - ✓ Las sábanas, toallas y toallones se cambiarán cada vez que se produzca salida de turistas o diariamente si éste así lo requiere.

- ✓ En zonas frías, se contará con cobijas extras para cada visitante, o un sistema de calefacción, en caso de bajas temperaturas.
- ✓ En zonas calientes se dispondrá de tules, mosquiteros en las ventanas y repelente de insectos a disposición de los turistas.
- ✓ Se tendrá armario o un similar con suficientes ganchos y perchas.
- ✓ Se contará con un lugar destinado para equipaje.
- ✓ Dispondrá de una mesa de noche por cada dos camas
- ✓ Deberá contar con ventilación e iluminación suficiente, dando prioridad a la ventilación e iluminación natural.
- ✓ Se dispondrá de una lámpara de mesa mínimo por cada dos camas.
- ✓ Contará con seguridad interna (cerraduras con llaves) en las habitaciones de los visitantes
- ✓ Las habitaciones estarán diferenciadas con nombres; se recomienda diferenciarlas con nombres que resignifiquen la cultura local.
- ✓ Las habitaciones deberán estar limpias y ordenadas.
- ✓ Cuando se comparte con el visitante la vivienda familiar, no deberá dejarse ropa sucia, u otros materiales en zonas de uso común.
- ✓ Las habitaciones y cuartos de baño se limpiarán y ventilarán a diario, a menos que el visitante exprese su deseo en sentido contrario y quede constancia de ello.
- ✓ Las instalaciones destinadas para las habitaciones deberán tener un sistema contra insectos, especialmente durante la época de mayor presencia de los mismos.
- ✓ Las habitaciones deberán ser lo suficientemente amplias para garantizar la comodidad del visitante.
- ✓ La habitación debe disponer de basureros con tapa.
- ✓ La limpieza de las habitaciones y de sus baños se realizará en horarios en que los visitantes por lo general se encuentran fuera de las habitaciones y/o del establecimiento.
- ✓ Las habitaciones deberán exhibir información de las normas o códigos de conducta.

- ✓ Contará mínimamente con dos toallas, una para el cuerpo y otra para las manos.
- ✓ Deben disponer de un juego de sábanas, en lo posible blancas, para cada turista.
- **3.8.2- Lencería y menaje de habitaciones:**
 - ✓ Las cortinas y manteles deben ser de tejidos naturales, evitando el uso del plástico.
 - ✓ Se deben adquirir sábanas, toallas, colchas, cobijas, mantelerías, para uso exclusivo de los visitantes; por lo tanto materiales de buena calidad y larga duración.
 - ✓ La lencería debe estar limpia y en buen estado, sin manchas, quemaduras ni rasgaduras.
 - ✓ En las habitaciones deben contar mobiliario adecuado para que el visitante coloque sus objetos personales.

3.9- Servicios de Alimentos y bebidas

- **3.9.1- Comedor o restaurante:**
 - ✓ Se utilizarán productos frescos, naturales, orgánicos y de temporada, que provengan en un alto porcentaje de productores de la comunidad.
 - ✓ Ofrecerá comida casera, regional, local y variada.
 - ✓ No se utilizarán productos de plantas o animales protegidos o prohibidos legalmente en la preparación de alimentos.
 - ✓ La mayonesa, leche, manteca, quesos, carnes, deberán ser refrigeradas para que permanezcan frescos y en buen estado.
 - ✓ La leche, azúcar, mermelada, manteca, queso, yogurt, etc.; se ofrecerán en envases recargables de vidrio o cerámica.
 - ✓ Las áreas de cocina, almacenamiento y restauración estarán limpias y desinfectadas.
 - ✓ Los utensilios de cocina estarán limpios y desinfectados.
 - ✓ Los saleros, pimenteros, azucareros, aceiteras, cestas de pan estarán limpios y en buen estado. Es importante rellenarlos cada vez que se encuentren por la mitad.

- ✓ Las instalaciones destinadas para comedor o restaurante tendrán un sistema contra insectos; especialmente este requisito durante la época de mayor presencia.
- ✓ El servicio de desayuno será incluido en el alojamiento, procurando que todos los productos sean caseros o producidos en la comunidad.
- ✓ Habrá un margen de dos horas para que los clientes puedan tomar el desayuno y dos horas para el servicio de comidas (almuerzos) y cenas. Esta información estará clara para los visitantes.
- ✓ Se solicitará al visitante que confirme su presencia en la cena y advierta si es alérgico, vegetariano, celíaco o diabético para dotarle de una alternativa.
- ✓ Se prestará especial atención en la compra de productos perecibles (de rápida descomposición) y se pondrá una atención especial a su caducidad.
- ✓ Se debe contar con una lista tentativa de proveedores y los productores de la zona.
- ✓ La limpieza de la cocina se hará cada vez que se haya concluido con los horarios habituales de servicio de alimentos (desayuno, almuerzo y cena) y cada vez que sea necesario.

Se evitarán fuentes de malos olores provenientes de cocina o desagües mediante tratamientos de limpieza y ventilación.

- ✓ La cocina del establecimiento tendrá un extintor de incendios; o contará con un recipiente con arena suficiente para la mitigación del fuego.
- ✓ Los responsables del control del suministro de gas, electricidad o combustible utilizado, deberán realizar un seguimiento continuo a fin de evitar fugas y desabastecimiento.
- ✓ Los alimentos deberán almacenarse en lugares frescos y secos alejados de humedad (según el tipo de ecosistema) y/o fuentes de contaminación.

- **3.9.2- Vajilla**

- ✓ Siempre que se preste servicio de comida se dispondrá de una vajilla adecuada, con platos y vasos para el uso exclusivo de los visitantes y las familias durante la prestación del servicio.
- ✓ Los vasos deberán ser de vidrio, uniformes entre sí y fácil limpieza.
- ✓ Se sugiere el uso de una vajilla que tradicionalmente se utilice en el lugar.

- **3.9.3- Lencería y enseres de Comedores**

- ✓ Las cortinas, manteles, servilletas han de ser de preferencia de tejidos naturales y estar en buen estado, limpias, sin manchas, sin quemaduras ni rasgaduras.
- ✓ Se debe adquirir mantelería, servilletas para uso exclusivo de visitantes de materiales de calidad y larga duración.
- ✓ Para las mesas se utilizarán manteles (de tela y no de plástico); cuando se utilicen servilletas, de preferencia deberán ser también de tela.

- **3.9.4- Encargado/a de cocina**

- ✓ El/la encargado/a de cocina, tanto hombres como mujeres de cabello largo, deberán mantenerlo recogido o cubierto durante el proceso de manufactura.
- ✓ El/la encargado/a de cocina, al manipular y preparar los alimentos deberá contar con normas de higiene básicas, tales como:
 - Lavar y desinfectar todas las hortalizas y frutas;
 - Los alimentos que hayan caído al suelo o sufrido alguna forma de contaminación deberán desecharse;
 - Separar las ollas para hervir agua de las de preparación de comidas;
 - Separar las cucharas y cucharones de palo para comidas de sal y de dulce;
 - Utilizar cubiertos y utensilios diferenciados para carnes y verduras.
 - Los recipientes para desechos orgánicos deberán mantenerse alejados y tapados;
 - Los recipientes de basura deberán vaciarse y limpiarse diariamente.

3.10- Servicios de Paseos Turísticos

- Para los paseos turísticos, los miembros del ETC que los coordinen serán:
 - ✓ Persona capacitado/a y acreditado/a por el Ministerio de Cultura y Turismo para ejercer dicha función exclusivamente dentro del ámbito del ETC, quedando expresamente prohibida la prestación de este servicio por fuera de los territorios declarados a tal fin.

- ✓ Tendrá conocimientos generales sobre el país, la región y el lugar donde se desarrollala actividad.
- ✓ Mostrará destrezas orales y escritas en su propio idioma, el español (y si es posible en otro idioma extranjero.)
- ✓ Todo coordinador, al iniciar el circuito deberá poner especial énfasis al explicar las normas del recorrido (socializar códigos de conducta).
- ✓ El coordinador del circuito hará énfasis en la importancia de la conservación y protección del patrimonio natural, así como en la valoración del patrimonio cultural local.
- ✓ Mostrará puntualidad y cumplimiento con el horario planificado para el desarrollo dela experiencia. En caso de no poder cumplir con el horario establecido, lo deberá poner a consideración de los visitantes.
- ✓ Durante recorrido, el coordinador deberá estar pendiente de todos los integrantes del grupo.
- ✓ Según las características de cada circuito, llevar un botiquín de 1º auxilios y elementos de seguridad.

ANEXO 4.

Código Ético de Mutua Colaboración entre los Actores del TRC. Ministerio de Cultura y Turismo, Salta.

Ministerio de Cultura y Turismo

Provincia de Salta

Código Ético de Mutua Colaboración entre los Actores del Turismo Rural Comunitario

Motivados por el Código Ético Mundial para el Turismo, bajo la Ley Nacional de Agencias de Viajes Nº 18.829, la Ley Provincial de Turismo Nº 7.045 y la Resolución Provincial Nº 195/2013, representantes del Ministerio de Cultura y Turismo, Emprendimientos Turísticos Comunitarios y Agencias de Viajes de la Provincia de Salta, involucrados en el desarrollo de este cuerpo de principios, declaramos lo siguiente:

Entendemos que el *Turismo Rural Comunitario* tiene como base elemental el desarrollo y el buen vivir de las comunidades que lo ejercen, en tanto los Emprendimientos Turísticos Comunitarios constituyen organizaciones de la Economía Social y Solidaria que nacen con el objetivo fundamental de generar mecanismos que beneficien a toda la comunidad.

Consideramos que las comunidades locales son los actores legítimos y relevantes en el proceso de construcción y definición de cada emprendimiento, y que son los procesos de organización comunitaria interna los elementos distintivos de este modo de gestionar la actividad turística, que dotan de atractivo y legitimidad a los productos y servicios que ofrecen.

Definimos el presente código a partir del encuentro y entendimiento de dos sectores que consideramos complementarios: Emprendimientos Turísticos Comunitarios y Agencias de Viaje, los que promueven la protección del patrimonio cultural y natural de los territorios, promueven la inclusión de la comunidad local en su paquetes y contribuyen con el desarrollo sostenible en el seno de la industria turística.

Velamos por el sano desenvolvimiento del Turismo Rural Comunitario, convencidos de que el contacto directo, espontáneo e inmediato entre culturas y formas de vida distintas, es una fuerza viva al servicio de la paz y un factor de amistad y comprensión entre los pueblos; sosteniendo los principios encaminados a la promoción del desarrollo socioeconómico de las comunidades, la lucha contra la pobreza y el fomento de un turismo responsable y sostenible.

Entendemos que todos los agentes del desarrollo turístico, tanto el sector público, empresas, asociaciones profesionales, trabajadores del sector, organizaciones no gubernamentales, etc.; como así también las comunidades receptoras y los propios turistas, ejercen responsabilidades diferenciadas pero interdependientes en la valorización individual y social del turismo, por lo que expresamos nuestra voluntad de trabajar mancomunadamente para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario.

Proclamamos con ese fin los principios del presente *Código Ético de Mutua Colaboración* en los puntos que a continuación se detallan, y que aspiran a servir de eje rector para el correcto desarrollo del Turismo Rural Comunitario y a orientar a los nuevos actores que se sumen en el futuro, a saber:

1- Promover la sostenibilidad social del producto mediante el esfuerzo por lograr la erradicación del trabajo infantil, la explotación y la trata en todas sus formas; favoreciendo un trato inclusivo que respete las diferencias de cualquier índole, como así también valore el rol de la mujer y de las comunidades.

Lic. FERNANDO GARCÍA SORIA
SECRETARIO DE TURISMO

Leonardo Flavio Quipildor
Coordinador General
Comunidad Aborigen Kella
de Tolar Grande
P. J. Nº 164/02 - I.G.P.J.



Ministerio de Cultura y Turismo

Provincia de Salta

- 2- Defender la autenticidad de las prácticas culturales, saberes y costumbres de la comunidad.
- 3- Colaborar en el fortalecimiento de la organización comunitaria, la decisión democrática, los procesos de participación y consulta, y el respeto por las herramientas de autogestión; favoreciendo encuentros, en donde pueda evaluarse mutuamente el desempeño de las agencias y el resultado de los emprendimientos.
- 4- Favorecer una gestión ambiental que respete los sitios naturales, arqueológicos, culturales, sagrados y ceremoniales, fomentando el cuidado de los bienes patrimoniales -quedando terminantemente prohibida cualquier tipo de extracción -; y que a su vez valore y proteja la flora y la fauna autóctona, y respete el rol del habitante local como custodio del patrimonio.
- 5- Promover conjuntamente la incorporación y uso de energías renovables, la compra reutilizable de productos y optar por los elaborados a partir de procesos menos contaminantes; instando el tratamiento de residuos orgánicos en las mismas comunidades, el reciclado de los materiales recuperables y la correcta deposición de los no reciclables en lugares adecuados.
- 6- Velar por el acceso al agua potable, tanto para habitantes locales como para viajeros, desarrollando acciones conjuntas para su provisión; promoviendo además, por diferentes medios, un uso eficiente de este recurso como de cualquier otro que se encuentre en estado de fragilidad o escasez.
- 7- Trabajar colectivamente por la sostenibilidad económica del sistema de comercialización del Turismo Rural Comunitario bajo los principios del comercio justo, respetando la fijación de precios y plazos consensuado por las partes, asegurando el empleo y la contratación de prestadores locales, y velando por la justa distribución de los beneficios que este genera en el seno de cada comunidad.
- 8- Respetar la oferta de servicios definida por los Emprendimientos de Turismo Rural Comunitario con las Agencias de Viajes, comprometiéndose cada una a cumplir con las pautas acordadas en cada contrato en particular, respetando la estructura de comisiones y/o precios sugeridos, y manteniendo una comunicación fluida y transparente entre ellas para garantizar una experiencia segura y de calidad en los visitantes que optan por este producto.
- 9- Promover en el anfitrión la hospitalidad con el visitante, haciéndolo sentir como un invitado que visita su hogar, fomentando un intercambio honesto y entusiasta que permita compartir las actividades diarias que se realizan en cada familia, permitiendo así que la vivencia de Turismo Rural Comunitario sea cada vez más accesible para todos los actores de nuestra sociedad.
- 10- Fomentar y sostener un banco de imágenes común consensuando de manera participativa junto al sector público, privado y las comunidades, las imágenes y el contenido que promocionan la experiencia de Turismo Rural Comunitario, reconociendo el derecho de las comunidades a definir las imágenes y contenido que los representan.

Las partes involucradas en la construcción del presente Código Ético se comprometen a adoptar los principios arriba expuestos, a dar difusión del mismo en sus ámbitos particulares y a proponer todas las acciones necesarias para el próspero desarrollo del Turismo Rural Comunitario en la Provincia de Salta.

Celebrado en la Ciudad de Salta, a los 26 días del mes de septiembre de 2014.




PIED DE TURISMO CAMPESINO Ltda.
SALTA - ARGENTINA
MAT. INAES 34186


Leonardo Flavio Quijildor
Coordinador General
Comunidad Aborigen Kolla
de Talar Grande
P. J. N° 184/02 - I.G.P.J.

Lic. FERNANDO GARCIA SORIA
SECRETARIO DE TURISMO

ANEXO 5.

TRANSCRIPCIÓN TEXTUAL, ENTREVISTA TELEFÓNICA A FRANCISCA MENDOZA
(30/08/2023)

Me puede contar en general sobre la comunidad?

“Es una comunidad asentada en la localidad de Aguaray, de origen guaraní

Con 45 familias/200 habitantes aproximadamente. Viven muchas mujeres.

Bastantes familias jóvenes que formaron su familia en la comunidad.

Antes eran pocos habitantes y con el paso del tiempo se fue agrandando

Damos capacitaciones (artesanías, cestería) para quienes quieran trabajar con nosotras”.

Ustedes brindan capacitaciones y talleres a los turistas?

“Si, a los turistas también. Ellos vienen, avisan con anticipación para poder preparar los materiales para dar los talleres de artesanías, porque la materia prima está lejos, tiene que buscarse. Por eso cuando van a venir los turistas nos tienen que avisar con anticipación así nosotras preparamos los materiales. Somos 6 artesanas que damos a 5 alumnos por cada artesana, un taller de 3 horas. Hacen cestos chicos y no grandes para que puedan terminar y llevarse”.

¿Tienen alguna época específica del año para recibir turistas? ¿O en cualquier época del año?

“Por la pandemia se nos atrasó mucho pero ya están viniendo estudiantes de la Universidad Católica de Salta. Por ahí también vienen algunas parejas.

Ofrecemos desayuno, almuerzo o merienda de acuerdo a la hora que lleguen los turistas”

¿Y la parte de gastronomía quien la brinda?

“Nosotros de que estamos en turismo hay grupos que brindan ese servicio. Cuando nos mandan a avisar que van a venir ya se organizan que es lo que tienen que preparar para la comida. Se preparan cosas que son de acá, que se producen acá. Jugo de las frutas de la zona. Y los turistas cuando vienen ya vienen sabiendo qué es lo que se les va a ofrecer aquí”.

¿Y a ustedes quien les avisa que van a ir los turistas?

“Las agencias”.

¿Ustedes entonces trabajan en conjunto con esas agencias?

“Si. Ya de lo técnico se encarga mi hija. Ella se contacta con las agencias. A ella le avisan las agencias y ella nos avisa al resto del grupo”.

Dentro de las actividades que usted me menciona (cestería, huerta, gastronomía), ¿las actividades son llevadas a cabo principalmente por mujeres o también hay hombres que participan?

“Más mujeres. Porque la artesanía que nosotros hacemos en talleres son cosas chicas, hacemos bolsos. Depende lo que pidan. Centros de mesa, piñatas, aros pulseras. Todo cosas chicas. Después los varones (no son muchos varones, mujeres son más), ellos hacen sillones, canastos grandes para poner ropa, estantes, mesas, todo eso. Ellos ya trabajan con madera, sauce y caño. Nosotras trabajamos con juco (corroborar) y liana”.

Ustedes como comunidad Peña Morada, ¿trabajan el turismo por su cuenta o trabajan en red con alguna otra comunidad?

“No, somos nosotros nada más.

Somos un grupo chico, que se dedica al turismo, nos manejamos nosotros solos”.

Cuando las mujeres comenzaron a trabajar con el TRC, ¿empezaron a ver mayores ingresos?

“Y sí. Con lo que nosotros hacemos (habla en general), venta de gastronomía, tienen ingresos, nosotros como artesanos, los jóvenes que hacen la merienda, el desayuno, es un ingreso ya para ellos.

Nosotros como grupo con lo que vamos vendiendo vamos viendo que nos falta y vamos comprando para tener todo cuando vienen los turistas y tener con que servir.

El 18/09 me voy a Jujuy, estamos invitados, a exponer artesanías. A todas las ferias nos invitan y exponemos nosotros como grupo. Etiquetamos cada cosa quien lo hace, con las instrucciones, etc. Es muy lindo y además es un ingreso más.

También me invitaron desde Bolivia, para mandar a capacitar a las chicas de acá, tengo que elegir dos para que vayan a capacitarse para promocionar las artesanías.”

Entonces, ¿el dinero va a la comunidad toda? ¿No lo consideran como un trabajo de cada uno?

Claro.

Y con respecto a lo que me cuenta de las capacitaciones en Bolivia, ¿van a asistir?

“Sí en eso estamos. Tenemos un enlace con Bolivia ya que somos pocas comunidades que recibimos turistas. Ellos están dispuestos a venir a

capacitarnos acá también, filmar todo lo que hacemos. Es importante tener ese apoyo de Bolivia, porque ellos están más adelantados que nosotros, ya se manejan solo, no necesitan de técnicos”

Y a partir que empezaron con el TRC, ¿consideras que pudieron divulgar mucho mas sus costumbres?

“Siempre mantenemos nuestras costumbres. Vienen ellos y nosotros estamos mostrando lo que hacemos. Cuando vienen le mostramos todo lo que hacemos. Todo lo que ofrecemos es lo que nosotros producimos. Se le da jugo de las frutas que se producen acá, igual el almuerzo, todo con lo que se produce acá en la zona”.

Y con el acceso a medios de comunicación, internet, ¿consideran que el turismo las ayudó?

“Teníamos por medio del turismo, nos pusieron internet, por 18 meses, pero después nos dijeron que si podíamos pagarlo nosotros como grupo (estábamos dispuestos), pero teníamos que depender de una comunidad que tenia la antena y ellos no querían saber más nada con tener la antena y nos ha perjudicado a todos. Porque hay muchas chicas que están estudiando, otros del colegio, y por ahí necesitan sacar información de internet y ahora nada. No solo a los chicos que estudian sino también a nosotros como grupo porque hay capacitaciones sobre alimentos, como tienen que preparar, todo eso lo y hacíamos vía internet, pero ahora lo tenemos muy limitado”

¿Qué tipo de capacitaciones realizaban?

“De salud, educación, alimentación”

¿Y cómo hacen para promocionar el turismo de su comunidad, más allá de las agencias, sin buena conexión a internet?

“Los chicos suben por sus facebook”.