



“Ser Campesino” como el desarrollo de un nuevo tipo de trabajador rural. Análisis de los participantes de la Red de Turismo Campesino de la Provincia de Salta – Argentina

“Ser-Campesino” (Peasant Being) As The Development Of A New Kind Of Rural Worker. Analysis Of The Participants In The ‘Red de Turismo Campesino’ (Peasant Tourism Network) In The Salta Province – Argentina.

Catalina FAIRSTEIN*

Recibido: 19.4.12

Revisión editorial: 6.7.12

Aprobado definitivamente: 19.9.12

RESUMEN

El artículo aborda la construcción identitaria de las familias campesinas en torno a la producción/explotación de servicios turísticos y su vinculación con la estrategia de ingresos. El objetivo es profundizar y analizar la categoría “ser campesino” como la construcción de un tipo específico de trabajador rural. “Ser campesino” implica una forma de nominación que se sustrae de la nominación oficial que esa misma población ha recibido en diferentes momentos históricos. El no llamarse a sí mismos familia rural, trabajadores agrarios, pequeños productores (entre otros), permite intuir que la construcción identitaria se encuentra asociada a un tipo específico de trabajo que pretenden llevar a delante.

Podría pensarse que “ser campesino” es la posibilidad de mejorar las condiciones materiales de existencia, modificar las estrategias económicas de las familias involucradas y posicionarse en el mercado de servicios turísticos locales, con una propuesta diferenciada. Es decir que justamente “la identidad” es aquello que hace la diferencia al momento competir con los “otros”. En este sentido ellos ofrecen “lo que son” y lo que son está dado por esta identidad que definen como única y estática con frases como “siempre se hizo así” pero que asumen como dinámica al momento que se reconocen modificados por el intercambio con el turista al que reciben.

La hipótesis del trabajo es que la identidad “campesina” está vinculada con una particular forma de constituirse como trabajadores del campo, que como actividad complementaria, desarrollan servicios turísticos compartiendo lo que son. “Campesino” es una categoría en tensión entre la negación y asunción del sujeto como trabajador rural.

Palabras clave: Identidad – Memoria – Territorio – Campesino

* Lic. en Trabajo Social (UBA) Doctoranda en Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Beca Interna de Posgrado Tipo I CONICET con lugar de trabajo en el Centro de Estudios e Investigaciones Laborales - Programa de Investigaciones Económicas sobre Tecnología, Trabajo y Empleo del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Ceil-Piette – CONICET). Contacto: catalinafa@gmail.com

ABSTRACT

The article approaches the construction of the identity of rural families regarding the production/development of tourist services and its relationship with their income strategy. The objective is to dig deeper and analyze the category “ser campesino” - “being a peasant” – as the construction of a specific type of rural worker. To be a peasant implies a kind of naming subtracted from the official naming that this same population has received in different historical moments. The fact of not calling themselves rural family, agricultural workers, small producers (among others) allows to suspect the identity construction is associated to a specific type of work they are trying to do.

It could be thought that “ser campesino” is the possibility of improving the material conditions of existence, modifying the economic strategies of the families involved and positioning themselves in the market of local tourist services, with a differentiated proposal. This means that, precisely, “identity” is what makes the difference when competing with “others”. In that sense they offer “what they are” and what they are is given by this identity that they define as unique and static with statements like “it has always been done this way” but, at the same time, they assume it is dynamic from the moment they accept modifications produced by the exchange with the tourists they host.

The hypothesis of this work is that the “peasantry” identity is linked to a particular way of constituting themselves as rural workers that, as a complementary activity, develop tourist services sharing *what they are*. “Campesino” is a category in tension between the denial and the assumption of the subject as a rural worker.

Keywords: Identity – Memory – Territory – Peasantry

SUMARIO

1. Introducción. 2. La Red de Turismo Campesino: Descripción de la organización e inserción en el entorno productivo local. 3. “Ser campesino” según los miembros de la RTC: Elementos que se destacan como propios en la construcción identitaria. 4. La identidad como proceso de identificación – diferenciación. 5. Conclusiones.

1. Introducción

El tema específico remite a la construcción identitaria de las familias campesinas en torno a la producción/explotación de servicios turísticos y su vinculación con la estrategia de ingresos.

El objetivo del trabajo es profundizar y analizar la categoría “ser campesino” como la construcción de un tipo específico de trabajador rural. “Ser campesino” implica una forma de nominación que se sustrae de la nominación oficial que esa misma población ha recibido en diferentes momentos históricos. El no llamarse a sí mismos familia rural, trabajadores agrarios, pequeños productores (entre otros), permite intuir que la construcción identitaria se encuentra asociada a un tipo específico de trabajo que pretenden llevar a delante.

El objetivo del trabajo es profundizar y analizar la categoría “ser campesino” en términos de construcción identitaria, teniendo en cuenta los elementos relacionados con la movilización de los relatos que definen a la memoria y la importancia que adquiere el territorio de los Valles Calchaquies en esa construcción.

El “ser campesino” es una definición reciente de quienes pueblan la zona y, en particular, de los participantes de la organización. Cómo se llega a esa autodenominación y se descartan otras posibles es el resultado de un entramado de recursos simbólicos y materiales, así como de relatos y discursos que adquieren una determinada forma y una visibilidad en el terreno.

El “ser campesino” aparece en palabras de los actores y en el modo en que lo narran, como la recuperación de determinadas tradiciones, cultos, creencias ancestrales que habían sido dejadas de lado y que se intentan visibilizar a partir de prácticas y formas de vida. Al mismo tiempo se valoriza la “tradicición” y se apela a una retórica de la autenticidad y se valida por la esencia. El “ser campesino” aparece como inevitable, como la imposibilidad de ser de otro modo, porque se “es campesino” por tradición, historia, cultura. En ningún momento del relato aparece la idea de decisión o construcción, sino más bien un desencadenar o, consecuencia lógica, de una historia que se plasma en un presente identitario.

Del mismo modo se puede ver una relación dialéctica con el territorio. Mediante sus paisajes, sitios arqueológicos, y las posibilidades y formas de producción de la tierra parecerían dar cuenta de una naturaleza que se pone de manifiesto al servicio del “ser campesino”. Pero al mismo tiempo es visible como las construcciones de esa identidad van dejando marcas en el mismo territorio que se presenta como “históricamente así”. Muchos elementos visibles son marcas voluntarias que se generaron recientemente a fin de sostener el “ser campesino” y reforzar la identidad construida por los actores.

Con este trabajo se pretende dar cuenta de los entramados de relaciones, prácticas y discursos que construyen la identidad “campesino”, teniendo en cuenta los elementos que se recuerdan, se olvidan y se inventan. Al mismo tiempo esta definición no sólo tiene un carácter identitario sino que también es flexible y adaptable a determinadas estrategias que se da la organización hacia sí misma y hacia los otros, en función de beneficios y acuerdos a los que se llegan mediante una determinada identidad.

El “ser campesino” implica la construcción de un propio imaginario, con representaciones y creencias, pero también la opción de acceder a ciertos recursos materiales y simbólicos por poseer una determinada identidad y no otra. Las posibilidades de los “campesinos” son diferentes a la de las “familias rurales” o los “pequeños productores”. Por lo tanto se analizará en el trabajo como éstas identidades por momentos se yuxtaponen y por momentos convergen, en función de lo que se quiere alcanzar y lo que se pretende evitar.

Desde las ciencias sociales la categoría campesino se encontró fuertemente asociada a la teoría marxista clásica que consideraba que campesino es aquel que cultiva la tierra para sí, es decir que el trabajador es quien posee la tierra, la trabaja y comercializa/consume aquello que produce. Desde esta corriente se consideraba al campesinado como un sector en vía de extinción que sería absorbido en mayor medida por el proletariado y en un pequeño número por la burguesía. En la actualidad algunos estudios sostienen esta tesis y la vinculan fuertemente con la expansión de la frontera sojera y la proletarianización del campesinado.

Más allá de esta definición específica propia de un paradigma teórico la categoría campesino trascendió los límites epistemológicos para ser apropiada de un modo específico por diferentes actores y trabajadores del campo. Quizás los primeros usos se hayan asociados a las organizaciones como el Movimiento Campesino de Santiago del Estero (Mocase) o de Formosa (Mocafor) quienes dotaron a la categoría campesina de un particular sentido en función de la lucha específica que dan estas organizaciones.

Este trabajo no pretende ahondar en la categoría campesino como un concepto teórico sino como una categoría nativa. En las ciencias sociales como disciplina existen diferentes maneras de concebir, describir y categorizar a los trabajadores de las zonas rurales. A lo fines de este trabajo no es importante la distinción si los trabajadores de la RTC son o no son campesinos según las ciencias sociales los entienden, sino cómo el ser campesino permite la construcción de un tipo específico de trabajador rural.

La hipótesis del trabajo es que “ser campesino” es una construcción identitaria que toma y hace visibles determinados elementos de la historia, la tradición, la cultura y el territorio; al tiempo que omite otros y crea aquellos que refuerzan esa construcción. Por lo tanto la identidad “campesina” está vinculada a una especial forma de la memoria que se moviliza en función de esa construcción. Se produce una ruptura epistemológica dado que campesino es una categoría teórica propia de las ciencias sociales que remiten a un tipo específico de trabajador rural.

Se toma la definición de identidad de Castells que la entiende como “proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido”¹.

Para la realización del trabajo se utilizarán como fuentes primarias las entrevistas en profundidad a participantes de la organización, realizadas en el trabajo de campo en la provincia de Salta en los años 2008 y 2009. Como fuentes secundarias los datos disponibles en diferentes publicaciones y página web de la Red.

2. La red de turismo campesino: descripción de la organización e inserción en el entorno productivo local

Se toma como referente empírico para el trabajo la “Red de Turismo Campesino” (en adelante la RTC, y/o la Red). Esta organización es un emprendimiento de carácter asociativo que llevan adelante familias campesinas de la zona de los Valles Calchaquíes de la provincia de Salta (región NOA).

La localidad de Cafayate tiene una población total de 11.785 habitantes de los cuales 1071 se considera rural. Paralelamente San Carlos tiene una población 7208 habitantes, según la Dirección Provincial de Estadísticas, está considerada rural en su totalidad. Por su parte Angastaco tiene una población de 2.518 habitantes y Animaná de 1.454, en estos dos últimos casos el total de la población está considerada de carácter rural.

La población de los pequeños productores locales que integran la Red se asienta a lo largo de 80Km. En el pueblo de Cafayate hay cuatro parajes: Divisadero, San Luis, La Punilla, Las Conchas, allí se concentran quince familias. En el departamento de Animaná hay dos parajes San Antonio que concentra a cuatro familias y Corralito con dos familias. En la zona de San Carlos se encuentran los parajes: El Barrial, Payogastilla y La Merced donde se hallan entre quince y veinte familias. En el departamento de Angastaco se encuentra la comunidad de Santa Rosa, que tiene entre seis y ocho familias. Los artesanos y grupo de guías locales llamados Calcha se concentran en el pueblo de San Carlos, propiamente dicho.

El surgimiento de este emprendimiento está vinculado con dos factores, por un lado la evolución de la actividad turística y por otro lado el declive del rendimiento en las actividades propiamente agrarias de los pequeños productores rurales.

Como breve referencia puede mencionarse que a lo largo del S. XX la provincia de Salta, y en especial la zona de los Valles Calchaquíes, se fue transformando en un destino turístico privilegiado de la Argentina. El total de la provincia de Salta recibía 461.429 turistas en el año 1997, para el año 2008 el número de turistas recibidos fue 1.256.706. En la localidad de Cafayate se asienta lo que se denominó turísticamente la ruta del vino, que es un recorrido por una cantidad de bodegas desde grandes empresas hasta emprendimientos familiares que ofrecen visitas, paseos por los viñedos y las formas de producción, degustaciones y en algunos casos hospedaje de lujo.

Los Valles reciben turistas de modo sostenido durante todo el año, en los meses de septiembre y octubre la procedencia es principalmente del exterior, en los meses de Enero, Febrero y Marzo es local. La caracterización de los turistas es heterogénea así como la oferta, por un lado hay en zona hoteles de categoría que reciben turistas con alto poder adquisitivo, esto convive con una gran cantidad de turismo joven que realizan viajes de bajo costo como *mochileros* y suelen hospedarse en *hostel* o en *campings*.

A este crecimiento exponencial de la actividad turística se le suma el declive de la actividad agropecuaria.

Quienes integran la RTC son lo que se entiende por pequeños productores rurales. Si bien marco de la organización se definen a sí mismos como trabajadores campesinos o simplemente como campesinos, puede observarse una forma propia de producción y explotación asociada a la pequeña escala y la finca familiar. Los pequeños productores que integran la RTC pueden agruparse en cuatro grupos según el tipo de explotación:

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

Productores de pimiento para pimentón

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

Pequeños productores diversificados

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

Pequeños productores que combinan la finca domiciliaria con actividades alternativas prediales

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

Pequeños productores que además de la finca doméstica realizan trabajo extrapredial

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

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

Esto implica que se produce un aumento del empleo no agrario entre los trabajadores y sus familias, la combinación del trabajo predial con otras formas de ocupación posibles (Grass y Barbetta, 2003)

La RTC se generó no solamente para brindar el servicio de alojamiento sino que también intenta integrar un circuito productivo y de comercialización propio. Mediante la venta de artesanía local (cerámica, madera, tejidos, plata, dulces, etc.), las comidas típicas y los guías locales, se ofrece un servicio donde todas las demandas turísticas sean cubiertas por la Red. Paralelamente esto refleja una posición a futuro ya que las salas de exposición de artesanías buscan captar también al turista que no se hospeda en las casas que la Red ofrece, expandiendo así su mercado y el radio de alcance de la organización.

Esta descripción permite analizar que la Red no se presenta a sí misma como una organización turística en términos tradicionales, sino como un emprendimiento de familias asociadas que buscan complementar los ingresos de las actividades rurales mediante la explotación a nivel predial del servicio turístico. En diferentes entrevistas, como en otros materiales de la organización, así como en las reuniones de capacitación y organización que se realizan, refuerzan dos ideas: por un lado que la actividad turística es complementaria de la actividad rural. Por otro que las familias que alojan turistas son aquellas que viven y trabajan en el campo. No pueden hacerlo las familias que viven en los pueblos más urbanizados aunque, como se analizará en los relatos, éstas también son consideradas campesinas.

Prevalece la idea de compartir “*lo que son*”. La idea que transmiten es la incorporación del turista a las actividades rurales propias del sector en el que habitan y que según sus discursos, recuperan tradiciones y prácticas agrarias con las de los pueblos originarios de la zona de los Valles Calchaquíes. Pero al observar las modificaciones en las construcciones de las viviendas, la decoración de los espacios, las artesanías que comercializan y los discursos de los participantes, se puede analizar que *lo que son* se ha definido (y se continúa definiendo) por elementos que remiten a diferentes procesos de construcción identitaria.

3. “Ser campesino” según los miembros de la RTC. Elementos que se destacan como propios en la construcción identitaria

La Red surge mediante un programa de la Secretaría de Ganadería, Agricultura y Pesca de la Nación, llamado Programa Social Agropecuario. En la actualidad este tipo de intervenciones estatales dependen del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca y se enmarcan en el Programa de Agricultura Familiar. En una primera aproximación se puede dar cuenta que el concepto de campesinos no es parte de las formas de la *nominación oficial* (Bourdieu, 1990).

Desde una primera aproximación a la cuestión se puede observar que la identidad campesina no se construye en función de la denominación que el Estado realiza de estas poblaciones. Por el contrario, el Estado pareciera intentar reforzar la idea de agropecuario en sus políticas para el sector.

El interrogante que se desprende es ¿cuáles son los elementos que definen los actores de la RTC para “ser campesino”?

La identidad “campesina” se conforma por la conjugación como un proceso en términos de Castells. Identidad legitimadora en tanto que representa un conjunto de organizaciones e instituciones que crean sentido; identidad para la resistencia dado que conduce a la formación de *comunidades* e identidad proyecto en tanto que construye sujetos como actor social colectivo mediante el cual los individuos alcanzan sentido (Castells, 1997). Estas tres definiciones permiten un análisis de proceso en el cual la identidad no se construye de modo único y para siempre sino que se define y redefine en función de los tiempos y los lugares así como de los objetivos y los sentidos que las comunidades se proponen.

Así como para describirse según su actividad productiva lo hacen en términos de pequeños productores o familias rurales, cuando la descripción se hace en función de su inserción en la RTC lo hacen como campesinos.

En una entrevista realizada con el tesorero de la RTC destacaba que:

*“Hemos nacido. Nos hemos criado aquí. Un poco haciendo la vida de la gente que hacía antes. Revalorizando nuestra raíces. Nosotros hacemos las cosas estas que ustedes ven aquí. Las hacemos porque nos gusta, nos gusta el campo y nos quedamos aquí. Hemos decidido quedarnos aquí. Nos gusta esta cultura (...) Yo me siento más campesino que allá. La idea mía es jubilarme y venirme acá, hacerme... pasar mi vejez acá”.*²

Es interesante destacar que este informante no vive ni desarrolla sus actividades en el campo. Trabaja como empleado en una bodega y él y su familia viven en el pueblo de Cafayate. Mantienen la finca familiar y la pequeña producción, pero no es ese su principal medio de subsistencia. Esto permite analizar que para “ser campesino” no es necesario vivir en el campo. Es una construcción imaginaria en términos simbólicos mucho más fuerte que en términos materiales.

Esto permite pensar que el ser campesino se asocia a determinadas prácticas en relación con el campo, con el espacio geográfico en que se desarrolla (que no coincide necesariamente con la vivienda permanente) y con la recuperación de determinados rasgos que se consideran tradicionales y parte de la historia de la población. Se realiza un proceso de conformación

² Fragmento de la entrevista a Enrique Terrazas - Brinda alojamiento en la Red y es el tesorero de la Red de Turismo – realizada en el casa de Enrique el 17 de Enero de 2008

identitaria que se apoya en la elección de determinados rasgos culturales, elementos espaciales, y la recuperación/construcción de formas tradicionales. El “ser campesino” está mucho más asociado al trabajar con alguna actividad vinculada al campo que a un específico modo de producción. Es decir que es campesino independientemente del tipo de trabajo que se realiza, siempre que el trabajo esté vinculado de alguna manera con el territorio que se considera propio del campesino.

Por lo tanto, es posible detectar, al menos dos elementos claves en esta construcción identitaria “ser campesino”:

1. El lugar, el territorio que se ocupa, permanecer en el mismo todo el tiempo posible y trabajar la tierra aunque éste no sea el modo de vida principal.
2. La historia, determinadas prácticas que se hacían antiguamente y que se sostienen en la actualidad como si no hubiesen existido modificaciones. De algún modo el pasaje deja entre líneas que los cambios no han sido buenos y que se intenta sostener y recuperar lo verdadero. La autenticidad, el mencionar las raíces remite a la idea de arraigo y vínculo inevitable con un modo verdadero y auténtico de vida. Una memoria única que articula pasado y futuro en un presente que da cuenta de lo que “son”.

1. Identidad y territorio

Según los miembros de la RTC sólo reciben turistas aquellos que residen en el campo, no aquellos que lo hacen de modo permanente en los pueblos. Por lo tanto ante el turista el “campesino” es el trabajador rural que vive y trabaja en el campo. Esto se debe a que el turista comparte “lo que son”. En un fragmento de una entrevista uno de los miembros de la RTC explicaba:

“Pero el momento de alojarse y de comer tiene que ser en la zona campesina o rurales. Los pueblos acá son muy chiquitos, siguen siendo como campo. Pero para nosotros la zona rural son los parajes, de poca familia, más de campo campo. Y que conservan la identidad campesina, sobre todo”.³

En este mismo sentido, en la página web de la Red de Turismo Campesino se destaca que la propuesta de la organización es “*facilitar un buen vivir en nuestras comunidades y valorar nuestro patrimonio natural, identidad cultural y propiedad comunitaria*”⁴.

Por lo tanto puede pensarse que la identidad campesina está anclada a un determinado territorio. Un paisaje con características geográficas y formas de producción rurales, donde las actividades de explotación son agropecuarias, se mantiene cierta forma de cultivo para el autoconsumo y una parte de la producción se comercializa. Es decir que, en términos materiales, “campesino” es aquel que trabaja la tierra y mediante este trabajo genera ingresos para reproducir su vida cotidiana.

Al mismo tiempo, el anclaje territorial se vincula con prácticas culturales y simbólicas que remiten a la idea de tradición y forma de ser. El “ser campesino” está valorado positivamente no sólo por el trabajo que realiza sino también por la manera en que transita el territorio de modo cotidiano.

El territorio es entendido como una matriz de organización y de interacciones sociales y no como un simple espacio abstracto o un receptáculo de actividades (Albuquerque, 1999). Si bien en términos de los actores el territorio aparece como algo dado y un hecho de la naturaleza, este espacio es un espacio en construcción y definición. Que confluye en la construcción de la identidad “campesina” pero que también es marcado para reflejar esa identidad.

Es posible pensar esta relación dialéctica de territorio e identidad en términos de “experiencia” (Robins y Aksoy, 2005) dado que permite abordar las discontinuidades, los cambios y las divagaciones más que la continuidad de una identidad reificada. Si bien “ser

³ Fragmento de la entrevista a Javier Frías- Artesano de la Red de Turismo Campesino – Presidente de la Red de Turismo Campesino (2005 – 2009)- Lugar de la entrevista: Casa de Javier Frías – Pueblo de San Carlos – Municipio de San Carlos – Salta, realizada el 18 de Enero de 2008.

⁴ Página web: <http://www.turismocampesino.org/>

campesino” para quienes integran la RTC tiene un único sentido posible, este sentido casi inmutable es una conjunción de experiencias que los actores confluyen en relación con un espacio determinado.

Como se mencionó en la introducción, se identificaron en el territorio cuatro formas diferenciadas de explotación a nivel predial y extrapredial en la zona. Pero para quienes integran la RTC estas diferencias no tienen ninguna implicancia en la definición de “campesino”. El modo en que se trabaja la tierra no define la identidad sino que trabajar la tierra es lo que la define.

Pero la idea de territorio va más allá de la producción o explotación económica. Ser “campesino” en relación con el territorio no necesariamente implica estar en el campo. Uno de los miembros de la RTC mencionaba que:

“Uno mantiene creo, formas de vida que hace al campesino, yo sigo teniendo mi huerta, por eso te digo... (...) Artesanos somos entre 20 y 25 y salas de exposiciones de los artesanos tenemos más o menos unos 6 salones de artesanías. No todos están terminados todavía. Eh... entonces de la familia para dar alojamiento unas veinte plazas con 20 artesanos, casi todos son artesanos porque siempre hay un oficio artesanal en el campesino”⁵.

Por lo tanto se puede vivir en los pueblos más urbanizados como Cafayate pero mantener la identidad “campesina” y la relación con el territorio mediante la confección y comercialización de artesanías. Pero las artesanías deben respetar ciertas pautas vinculadas a la historia y las tradiciones. La secuencia del relato es que es campesino quien está vinculado al territorio mediante una relación directa cultivando la tierra o simbólica, siendo la materia prima o dándole visibilidad a las actividades rurales en las artesanías que se producen.

Quienes trabajan la madera, arcilla, metales, teleros, lo hacen representando en su obra el “ser campesino”, con las técnicas “tradicionales” utilizando los recursos naturales que parecerían propios de la zona, realizando las tinturas con las plantas locales o bien pintando las cerámicas con los colores de los cerros y los valles. El territorio marca la artesanía local, generando identidad. Pero la identidad también marca el territorio.

Para que el territorio refleje el “ser campesino” en los términos en los que los miembros de la RTC lo definen, tienen que modificarse ciertas formas de construcción y pautas de organización y circulación de los pobladores. Se promueve que en las casas en las que se reciben turistas se destaquen aquellos elementos propios de la identidad “campesina”. Pero que al mismo tiempo se facilite la estadía de los turistas que se alojan. Por lo tanto muchos miembros han modificado sus construcciones en función de que estas se adecuen a la oferta turística, como agregar un baño extra sólo para el pasajero o cubrir las camas con mantas de telar que no sean industriales. Otro de los cambios fue que, quienes no residen en el campo de manera permanente sino de manera temporal modificaron y ampliaron las viviendas con ladrillos de adobe, dado que consideran que representa mejor las “tradiciones campesinas”. Estas marcaciones en el territorio no sólo son simbólicas sino también materiales y económicas. Como se mencionó, muchos de los miembros de la RTC son productores de pimiento rojo para pimentón. El mismo se cultiva en la zona y por las condiciones climáticas se seca a la intemperie en los períodos en los que no llueve. Recientemente se consiguió un subsidio para poder construir un secadero y así evitar que en el proceso de secado se produzcan importantes pérdidas de lo producido por cuestiones medioambientales y climatológicas. Esto produjo una contradicción al interior de la organización de la RTC dado que si bien valoraban la mejora en términos económicos consideraban que visualmente era más pintoresco y “auténtico” el proceso de secado a la intemperie. Entendían que el secadero era necesario pero lamentaban que los turistas ya no podrían ver las grandes extensiones de pimientos secándose al sol, como parte de aquello que se muestra como propio de la identidad “campesina”.

El territorio se presenta en la construcción de la identidad como un elemento preponderante. La idea es que “somos lo que somos porque estamos acá”. Es decir que es el

⁵ Fragmento de la entrevista a Javier Frías- Artesano de la Red de Turismo Campesino – Presidente de la Red de Turismo Campesino (2005 – 2009)- Lugar de la entrevista: Casa de Javier Frías – Pueblo de San Carlos – Municipio de San Carlos – Salta, realizada el 18 de Enero de 2008.

territorio, en gran medida, lo que determinaría lo que es “ser campesino”. Pero también el construir esa identidad implica modificar el territorio. Es por esto que el “ser campesino” implica una relación dialéctica en el cual el vínculo dinámico entre el territorio y los actores se define mutuamente aportando a la construcción identitaria.

2. Identidad y memoria: La historia, la tradición y la cultura auténtica

La idea de “ser campesino” asociada a un territorio, en tanto espacio en el que se afirman las identidades locales, también está estrechamente vinculado con el pensarse a sí mismos como portadores de una determinada tradición, una historia que se presenta cristalizada y sin controversias que desencadena en el “ser campesino” actual. El “campesino” realiza ciertas actividades porque “siempre se hicieron así” o porque “recupera las tradiciones”.

La pregunta subyacente es qué se recuerda, qué se trasmite, qué se olvida y qué se crea en la concepción de tradiciones y de historia. La manera de seleccionar lo que debe ser recordado y transmitido (Candau, 1998) y aquello que debe ser olvidado u omitido. Qué tipo de construcción de memoria y qué mecanismos de transmisión operan para configurar una identidad común.

Así como en el texto de Elena Zapponi, el Camino de Santiago ha sido construido como un “espacio utópico, un llamado al pasado contra el presente en vista de un porvenir”⁶, la construcción de la identidad “campesina” amerita ser abordada como ese espacio utópico que organiza determinadas memorias y moviliza prácticas concretas. Podría asumirse que lo anterior se relaciona con lo que propone Ávila Moreno: “la posibilidad de los sujetos sociales de expresarse cada vez más *en y desde* diversos registros culturales; de combinar en sus prácticas culturales cotidianas elementos procedentes de contextos culturales diversos”⁷.

En los relatos de los integrantes de la RTC se superponen yuxtaponen diferentes elementos que confluyen para definir una historia social de tradiciones y prácticas arraigadas. El grupo de guías turísticos que integra la RTC se llama “Grupo Calcha”. Este nombre lo adquirieron porque representa a la zona, los Valles Calchaquíes, pero fundamentalmente porque Calchaquí es la denominación de los pueblos originarios que residieron en la zona, previo a la llegada de los españoles. La identidad historizada se construye apoyándose sobre las memorias de las tragedias colectivas (Candau, 1998). En una entrevista, uno de los integrantes de la RTC mencionaba que: “*nosotros ya pasamos por una situación bastante... re mala, hemos quedado sin nada y tuvimos que empezar todo de nuevo*”⁸.

Esa misma zona geográfica fue colonizada por el imperio Inca poco tiempo antes de la conquista, por lo que en algunos momentos se identifican a sí mismos como descendientes de los Incas y rescatan que parte de los Valles era el recorrido del Camino del Inca. Por lo tanto según el relato que se conforma, la identidad estaría asociada a los pueblos originarios calchaquíes e incaicos. Otro de los relatos muy presentes a nivel local es el de la Villa de los Cinco Nombres. A modo de mito recuerda que en cinco oportunidades se intentó colonizar la zona donde actualmente se encuentra el pueblo de San Carlos pero que fue muy difícil por la gran resistencia de los pueblos originarios. Una de las cooperativas de productores locales se llama “La Villa de los Cinco Nombres”.

Como menciona Candau, en este caso poco importa el contenido de la memoria escrita, quienes reproducen este relato no necesitan de un documento oficial que dé cuenta de esta puja por la capitanía de la provincia. El texto es una referencia virtual, a menudo citado en versiones

⁶ Zapponi, Elena (2008). “¿El espacio religioso como lugar de suspensión de lo político? Análisis de la construcción social de “islas atemporales” en el camino de Santiago de Compostela”, p. 24, en Mallimaci, Fortunato, *Religión y política, perspectivas desde América Latina y Europa*, Buenos Aires, Biblos.

⁷ Ávila Molero, Javier (2006) *Andes trans/nacionales. Globalización, (in)migración y rituales religiosos*. P. 12. Colección Monografías, N° 31. Caracas: Programa Cultura, Comunicación y Transformaciones Sociales, CIPOST, FaCES, Universidad Central de Venezuela. 49 págs. Disponible en: <http://www.globalcult.org.ve/monografias.htm>

⁸ Fragmento de la entrevista a Margarita y su hija Mary - Integra la comisión fiscalizadora de la comisión directiva de la Red de Turismo Campesino - Lugar de la entrevista: Casa de Margarita- Comunidad de El Barrial - Municipio de San Carlos - Salta, realizada el 18 de Enero de 2008.

que varían, pero nunca verdaderamente consultado. Opera como un orientador de la memoria (Candau, 1998).

Esto permite actualizar y reeditar la idea de pueblo que resiste y valoriza lo propio, entendido como aquello cristalizado e inmutable, ante los intentos de colonización españoles. Pero paralelamente otro de los relatos míticos en la zona es que la localidad de San Carlos estaba ubicada estratégicamente en las rutas comerciales del período colonial y que por un voto de diferencia no fue declarada capital de la provincia de Salta. Esta superposición exalta por un lado, un pasado vinculado a los pueblos originarios y por el otro la importancia del pueblo en la estructura comercial de la época de la colonia. Si bien a simple vista podrían parecer contradicciones ambos confluyen en la construcción identitaria del “ser campesino”.

Esto se inscribe en lo propuesto por Candau en tanto que la historia “busca revelar las formas del pasado, la memoria las modela”⁹. La memoria es fundadora de identidad en tanto que la historia opera como legitimadora de ese relato. La diferencia es que la historia busca poner el pasado a distancia, la memoria busca reactualizarlo y fusionarse con el mismo. El pasado es leído desde el presente y tiende un puente a lo que se pretende en el futuro.

Uno de los miembros de la RTC reflejaba esta situación al decir que:

“Y que conservan la identidad campesina, sobre todo. A esto, cuando digo conservar, es que justamente cuando nos damos cuenta de que trabajar el turismo nos permite a nosotros reflexionar y decir... Ah si genero ingreso económico mi familia no se va del campo a la ciudad con expectativas que a veces son falsas... y en muchos casos van a agrandar las pobrezas de las ciudades, porque yo creo que muchas veces la pobreza se arma con la gente de interior”¹⁰.

Por lo tanto la memoria se organiza desde un determinado pasado que se visualiza en el presente como sufrido o trágico y un futuro de prosperidad. La identidad “campesina” no es para los actores una construcción sino la conservación de determinados elementos y la recuperación de otros que se han olvidado, de cara a un futuro que se presenta como inevitable si se “pierde la identidad campesina”.

Pero la memoria como tal no es una sola ni se define de un modo único. Si bien para los miembros de la RTC lo que estructura el “ser campesino” son determinadas tradiciones y prácticas en apariencia estáticas, la memoria adquiere diferentes formas según los relatos, los actores y los momentos, en función de esa construcción integrada de una identidad común.

En una entrevista, uno de los miembros de la RTC ponía de manifiesto esta combinación al decir que:

“Yo siempre dió que de antes de nacer ya llevaba eso, porque la familia de mi padre era de acá del Valle, era de Cachi y mi mamá de origen español. Y bueno, cuando nací lo primero que vi hacer es coser a mi abuela y a mi madre. Y bordar y me encantó desde siempre. Así que ya más grande bordaba para mi madre. Después ya me hacía yo la ropa y después empecé a vender porque aprendí bien el oficio”.

Según este relato la artesanía aparece como un desencadenante de una estructura anterior al sujeto. Es la resultante de una determinada tradición y un modo de vida previo. Esta expresión de fuerte carga identitaria remite a un tipo de memoria específico que es la memoria generacional (Candau, 1998). La conciencia de pertenecer a una cadena de generaciones de la que el grupo o individuo se siente heredero.

Si bien la identidad “campesina” se forja, para los actores, en la recuperación de prácticas tradicionales, es posible suponer la combinación de elementos que provienen de diferentes contextos sociales, culturales y territoriales. No es una identidad cristalizada,

⁹ Candau, Joël (1998). *Mémoire et identité*, Paris, Presses Universitaires de France. Capítulo V. Le jeu social de la mémoire et de l'identité (2).

¹⁰ Fragmento de la entrevista a Javier Frías- Artesano de la Red de Turismo Campesino – Presidente de la Red de Turismo Campesino (2005 – 2009)- Lugar de la entrevista: Casa de Javier Frías – Pueblo de San Carlos – Municipio de San Carlos – Salta, realizada el 18 de Enero de 2008.

formulada de una vez y para siempre, sino que se va configurando y reconfigurando en función de elementos que confluyen en las prácticas y los relatos que conforman el proceso identitario.

El “ser campesino” es una identidad que parece responder a un corpus de prácticas comunes mencionadas como “nuestras tradiciones” o “nuestra cultura”. El pasado se construye simbólicamente como un todo inmutable, se sitúa por fuera del tiempo y por fuera de la historia (Hervieu-Leger, 1996). En este sentido es que la tradición opera como legitimadora de la identidad en tanto que se configura como “un universo de significaciones colectivas en que las experiencias cotidianas que sumergen a los individuos y al grupo (...) son referidas a un orden inmutable, necesario y preexistente a los propios individuos y al propio grupo”¹¹.

La tradición aparece como la naturalización de prácticas actuales sólo por la mera repetición a lo largo del tiempo o por la recuperación de prácticas ancestrales. Para los miembros de la RTC

“Siempre con esfuerzo y con sacrificio, nosotros estamos acostumbrados a eso y lo que queremos es que la gente nos conozca como somos”¹². En otra entrevista se mencionaba que “el compartir con la familia hacer el pan, las empanadas, el dulce (dependiendo del momento en el que estés), la cosecha de la uva, elaborar el vino patero, ordeñar una cabra, la elaboración del queso de cabra”¹³.

A partir de este análisis se puede pensar que el “ser campesino” para los miembros de la RTC construye una identidad de “*esfuerzo y sacrificio*”, donde las tareas que se realizan son principalmente domésticas y de trabajo en el campo, pero también se respetan un determinado modo de hacerlas bajo el supuesto de una tradición preexistente que se plasma en frases como “siempre se hicieron así”. Esto permite que quienes no tienen una estancia permanente en el territorio, mantengan la representación identitaria por las prácticas que suponen el “ser campesino” van más allá del espacio geográfico que se ocupe.

En este proceso específico de movilización de la memoria en tanto juego de recuerdos y olvidos que remiten a un pasado común se introduce un elemento que tiene que ver con la creación. La memoria no necesariamente remite a la historia. La memoria como creación de un pasado que legitima la identidad en vistas a un futuro deseado permite la introducción de elementos novedosos sin necesidad de ningún tipo de verificación. Su autenticidad no está dada por pruebas documentales que narren el acontecimiento sino por su instalación en el sentido común. En tanto que la tradición se refiere a un pasado actualizado en el presente, ella incorpora siempre una parte de imaginario (Candau, 1998). Es decir que hay elementos que se inventan como si pertenecieran a una tradición y colaboran en la construcción identitaria.

Por ejemplo para los miembros de la RTC parte del “ser campesino” implica “*la capacitación en lo que es a la conservación del patrimonio arqueológico y cultural, al tema de la limpieza como el caso del la basura, el medio ambiente, la reforestación...*”¹⁴. Esto remite a una búsqueda memorialista, en términos de Candau, mediante la cual “ese poder de la huella se reencuentra en la preferencia que los individuos pueden manifestar por los objetos que le recuerdan su pasado. Igual que a escala del grupo la búsqueda memorial se manifiesta en la patrimonialización generalizada”¹⁵.

¹¹ Hervieu-Léger, Danièle (1993). *La religion pour mémoire*, Paris, Cerf. (Traducción castellana *La religión hilo de la memoria*)

¹² Fragmento de la entrevista a Enrique Terrazas - Brinda alojamiento en la Red y es el tesorero de la Red de Turismo – realizada en el casa de Enrique el 17 de Enero de 2008

¹³ Fragmento de la entrevista a Javier Frías- Artesano de la Red de Turismo Campesino – Presidente de la Red de Turismo Campesino (2005 – 2009)- Lugar de la entrevista: Casa de Javier Frías – Pueblo de San Carlos – Municipio de San Carlos – Salta, realizada el 18 de Enero de 2008.

¹⁴ Fragmento de la entrevista a Javier Frías- Artesano de la Red de Turismo Campesino – Presidente de la Red de Turismo Campesino (2005 – 2009)- Lugar de la entrevista: Casa de Javier Frías – Pueblo de San Carlos – Municipio de San Carlos – Salta, realizada el 18 de Enero de 2008.

¹⁵ Candau, Joël (1998). *Mémoire et identité*, Paris, Presses Universitaires de France. Capítulo V. Le jeu social de la mémoire et de l'identité (2).

En el caso de la construcción identitaria de los miembros de la RTC, se combinan elementos que aportan a la patrimonialización, es decir que el “ser campesino” implica saber conservar el acervo arqueológico y que eso es parte de una determinada tradición. Pero al mismo tiempo esa tradición implica el tratamiento responsable de los residuos y el cuidado del medioambiente. El elemento que se crea tiene que ver con adjudicarle a prácticas pasadas cuestiones sumamente actuales como el medio ambiente, que hasta hace poco tiempo no tenían una particular valoración en las explotaciones agropecuarias.

“Ser campesino” implica un entramado de prácticas y tradiciones que se naturalizan como heredades y que se reproducen bajo el relato de la “recuperación” y la “conservación”. Ese pasado común toma la forma de una memoria colectiva que se mantiene mediante el recuerdo, el olvido, la acción y la invención.

4. La identidad como proceso de identificación – diferenciación

Toda identidad se construye con relación a sí misma y en diferencia u oposición con otras identidades posibles. La noción de identidad está formulada bajo el supuesto de la existencia de un “nosotros” que es diferente de “otros”. Para los miembros de la RTC el “ser campesino” es un conjunto de significaciones sociales imaginarias (Castoriadis, 1997) cargadas de sentido y diferentes de otras posibles. Es un “nosotros” con determinadas características que permiten la diferenciación de “otros” con características distintas. Esta idea de nosotros-otros puede implicar, aunque no necesariamente ni en todos los casos, una jerarquización.

El “ser campesino” otorga una pertenencia y pone de manifiesto ciertos elementos que los miembros de la RTC denominan culturales o tradicionales. Como se mencionó al principio de este trabajo el “ser campesino” implica una forma de nominación que se sustrae de la nominación oficial que esa misma población ha recibido en diferentes momentos históricos.

La RTC surge promovida por técnicos empleados de lo que se denominó en su momento Programa Social Agropecuario (PSA) y que actualmente se llama Programa de Apoyo y Promoción a Familias Pequeño Productores Rurales. Pero para quienes integran la RTC: pequeño productor, productor a escala reducida, familia rural, familia agraria, trabajador agropecuario, etc. no son definiciones con las que se sientan identificados. Al referirse a sí mismos lo hacen como “campesinos”. En esta definición se incluyen elementos relacionados con los pueblos originarios de la zona de los Valles Calchaquíes. La filiación con dichos pueblos era negada hasta mediados de la década de los ochenta. Una vez más, esto refuerza la idea de identidad como construcción o proceso dinámico que, en apariencia, se manifiesta como único, pero que va transformándose en el tiempo y en el espacio.

El “ser campesino” instauro un determinado sentido de pertenencia. La identidad y la cultura son dos elementos presentes en la propuesta de la Red. Estos elementos adquieren una visibilidad particular al momento de ofrecer servicios turísticos, dado que permiten una identificación propia y un posicionamiento en relación con los otros actores y grupos, como pueden ser los agentes de servicios turísticos de la zona, los viajeros, el Estado y la propia comunidad involucrada en el proyecto. Al observar la oferta turística local, es fácilmente identificable que son grandes y medianas empresas las explotan una de las áreas más rentables de la economía provincial en la actualidad.

En una de las entrevistas, un participante de la RTC explicaba que:

“si dejamos que el lugareño pierda protagonismo se pierda la esencia de esos pueblos con identidad. Y vos venís a Cafayate hoy, y qué encontrás... más que te reciba un salteño o un norteño que da el servicio, te recibe uno de Buenos Aires, uno de Córdoba, uno de Uruguay, Uno de estados Unidos, uno de Europa. ¿Qué hace? No te vende... No estás compartiendo lo que es lo del lugar, simplemente lo estás comprando en base a intermediarios. Pero como te digo, no es atacando a la gente de afuera porque creo que todos tenemos los derechos a trabajar, pero de

la misma manera creo que la gente del lugar debería tener las oportunidades para desarrollarse en las actividades del lugar”¹⁶.

Es en este sentido que la identidad “campesina” no adquiere idénticas características ni es definida en los mismos términos al interior de las comunidades que en el momento en que se presentan como proyecto turístico. Habría un proceso de construcción de las diferencias que se pretenden acentuar al momento de proponer la oferta de servicios por parte de la comunidad. Por lo que se identifican dos niveles de identidad; uno de consumo local y otro de exportación, en términos de Diez Hurtado “como sustento de un proyecto de promoción social y económica construido desde las diferencias étnicas y que, en medio de las reivindicaciones, necesita ser afirmado”¹⁷

El “ser campesino” hacia afuera de la propia comunidad implica determinados conocimientos que luego se traducen como prácticas “tradicionales”. Es decir que convive el “compartimos lo que somos” con una construcción específica de la identidad “campesina” para ofrecer al turista. En palabras de uno de los miembros de la RTC

“Nos capacitamos en cómo atender al turista. Ahí uno aprende. Yo por ejemplo sí sabía atender, pero ahí nos hablan de cómo atender al turismo. Y después bueno, en las comidas regionales, los otros que reciben las capacitaciones en las cabalgatas, de guías locales”¹⁸.

La identidad “campesina” que promueven los miembros de la RTC se exterioriza y, de algún modo se exagera, en tanto se encuentran con otros de los que quieren diferenciarse. Esa diferenciación no está sostenida necesariamente en una sensación de “amenaza”, como podría ser “la gente de afuera” que desarrolla actividades turísticas en la zona. También está dada por la posibilidad de explotar los factores extraeconómicos de lo que denominan como su identidad y su territorio. Mediante este conjunto de fuerzas sociales, culturales, institucionales, históricas, geográficas y medioambientales, se promueven entornos innovadores competitivos, basados en las nuevas apuestas de calidad, diferenciación, diversidad y reactividad ante situaciones cambiantes y escenarios de incertidumbre (Albuquerque, 1999).

Las prácticas cotidianas de la familia se modifican en función de la permanencia de turistas no en las casas. En ambas instancias se considera el “ser campesino” como identidad, pero de alguna manera, en el momento en que hay turistas no alcanza con ser sino que también hay que demostrarlo y exteriorizarlo de un modo mucho más visible. Cuando el turista está hospedado en alguna de las casas de la RTC se cocinan comidas asociadas al “ser campesino” como humitas o tamales, se acondicionan las habitaciones con mantas tejidas en telar y se decora la casa con artesanías locales. Pero esto no es una puesta en escena sino que es el modo en que los miembros de la RTC consideran que pueden transmitir y hacer visible “lo que son”.

El “ser campesino” permite entrar en el mercado de la oferta turística a partir de elementos diferenciadores de lo que ofrecen el resto de los operadores en la zona. Pero al mismo tiempo este proceso refuerza la propia construcción identitaria. Se produce un camino de ida y vuelta en el cual “ser campesino” les permite definir aquello que “son” en tanto “nosotros” y aquello que “son” para los “otros”, al tiempo que mediante la idea de “autenticidad” ofrecen la posibilidad acceder a la “verdadera” forma de vida de la zona como propuesta turística diferenciada.

¹⁶ Fragmento de la entrevista a Javier Frías- Artesano de la Red de Turismo Campesino – Presidente de la Red de Turismo Campesino (2005 – 2009)- Lugar de la entrevista: Casa de Javier Frías – Pueblo de San Carlos – Municipio de San Carlos – Salta, realizada el 18 de Enero de 2008.

¹⁷ Diez Hurtado, Alejandro (2004). “Etnicidad y espacios religiosos y políticos en la fiesta de Navidad de Saraguro (Loja, Ecuador). P. 140, en Marzal, Manuel, Romero, Catalina y Sánchez, José, *Para entender la religión en el Perú 2003*, Lima, PUCP.

¹⁸ Fragmento de la entrevista a Margarita y su hija Mary - Integra la comisión fiscalizadora de la comisión directiva de la Red de Turismo Campesino - Lugar de la entrevista: Casa de Margarita– Comunidad de El Barrial – Municipio de San Carlos – Salta, realizada el 18 de Enero de 2008.

El “ser campesino” responde tanto a una construcción simbólica hacia el interior de la comunidad como a una estrategia para mejorar las condiciones materiales de subsistencia. En una entrevista se mencionaba la relación con el turista:

“A ellos les gusta cómo vivimos y cómo hablamos y a nosotros nos gusta aprender de ellos. Ellos con sus ideas nos hacen abrir un poco las ideas como para implementarlas. Eso es un poco lo que nos llevó a trabajar con el turismo”¹⁹”.

Es decir que el “ser campesino” de cara al turista que se aloja en la casa se va modificando en función de las nuevas necesidades que van detectando para mejorar la calidad del servicio que ofrecen.

Los integrantes de la RTC dejan en claro que ante la llegada del turista tratan de poner en evidencia aquello que para ellos conforma lo cotidiano, al mismo tiempo que asumen que su cotidianeidad se modifica con la presencia del turista en la casa. La llegada del turista no implica para ellos una pérdida de la identidad “campesina” ni una puesta en escena de la misma sino la posibilidad de reafirmar esta construcción identitaria. En una entrevista se refiere a este punto del siguiente modo:

“Creo que siempre vamos a seguir siendo campesinos, y no por más que recibamos turistas es lo mismo. Porque por ejemplo mi mamá está con vos e intercambia cosas con vos, y eso es porque nosotros tenemos los animales, tenemos muchas cosas. La cultura nuestra ya de nuestro pueblo es campesino”²⁰”.

Este modo de construcción identitaria que desarrollan los miembros de la RTC pueden encontrar referencia en dos antecedentes cercanos geográficamente, que suelen repetirse a modo de relato mítico en las reuniones organizativas. Uno es “No queremos que pase como en Iruya” y el otro es “Las reservas Wichis”²¹.

La primera de las afirmaciones recuerda lo sucedido en la localidad de Iruya, al norte de la provincia de Salta, a partir de que la Quebrada de Humahuaca fue declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Iruya tiene una población de 1.000 habitantes en el pueblo propiamente dicho y un número similar en las poblaciones rurales/originarias circundantes. Actualmente durante el verano reciben 400 turistas por día. Esto provocó un fuerte impacto en la comunidad que va desde la escasez de agua y alimentos, hasta peleas y competencias entre vecinos por recibir turistas. En el relato de los miembros de la RTC también se vieron afectadas las pautas culturales locales porque la mayoría de los turistas son jóvenes que imponen las formas de vida propias de la ciudad generando nuevas necesidades que no tienen que ver con la “cultura” y la “tradicición” y esto hace que se pierda lo “auténtico” de los pobladores de Iruya. El segundo ejemplo que opera como relato mítico es que las comunidades Wichis (ubicadas en la zona del Chaco Salteño y en la localidad de Tartagal) están siendo reducidas a “reservas”. Las tierras que ocupan son desmontadas para la plantación de soja y las comunidades son trasladadas a pequeñas áreas en las que no pueden desarrollar “sus formas de vida tradicionales”.

Diversas disciplinas como la antropología, agronomía, sociología, derecho, etc. se encuentran interviniendo en los dos casos mencionados, pero no es la intención de este artículo comentar la situación concreta de esas comunidades sino ilustrar como opera el relato mítico en la construcción de la identidad “campesina”. El “ser campesino” es en este sentido la

¹⁹ Fragmento de la entrevista al matrimonio Solín y Pilca Terraza y a su hijo Miguel – Producen vino artesanal y reciben turistas - Lugar de la entrevista: Casa de la Flia. Terraza. – Comunidad El Divisadero – Municipio de Cafayate – Salta, realizada el 19 de Enero de 2008.

²⁰ Fragmento de la entrevista a Margarita y su hija Mary - Integra la comisión fiscalizadora de la comisión directiva de la Red de Turismo Campesino - Lugar de la entrevista: Casa de Margarita– Comunidad de El Barrial – Municipio de San Carlos – Salta, realizada el 18 de Enero de 2008.

²¹ Registro de cuaderno de campo propio – Primera Reunión de Turismo Rural y Comunitario en Argentina, realizado en el pueblo de San Carlos – Municipio de San Carlos – Salta, Octubre 2007.

posibilidad de pertenecer a una comunidad de significaciones pero también genera sensaciones de certeza y seguridad; la idea es que hay “una identidad” que debe ser sostenida y preservada.

5. Conclusiones

Como se mencionó en la introducción, la identidad es un proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido (Castells, 1997).

A lo largo del trabajo se abordaron las cuestiones referentes a un tipo particular de construcción identitaria denominada como “ser campesino” que es la que se dan a sí mismos quienes integran la RTC. Mediante el análisis de los relatos, fragmentos de entrevistas y registros de campo, puede observarse que el “ser campesino” es una categoría cargada de sentido que adquiere un especial significado para quienes se identifican con tal denominación.

“Ser campesino” implica una praxis común para el grupo que apunta a la revalorización de la propia cultura, la tradición, el territorio y las formas de la vida cotidiana. “Ser campesino” en términos de los integrantes de la RTC no implica vivir en el campo, ni trabajar la tierra. Se puede ser artesano y residir en la ciudad manteniendo la identidad “campesina”. Para este grupo “ser campesino” implica el respeto por las tradiciones de sus antepasados, la herencia de los pueblos originarios, el mantenimiento de pautas de producción y consumo, el respeto por el medio ambiente y el cuidado del patrimonio arqueológico, entre otros elementos.

Pero también “ser campesino” es la posibilidad de mejorar las condiciones materiales de existencia, modificar las estrategias económicas de las familias involucradas y posicionarse en el mercado de servicios turísticos locales, con una propuesta diferenciada. Es decir que justamente “la identidad” es aquello que hace la diferencia al momento competir con los “otros”. En este sentido ellos ofrecen “lo que son” y lo que son está dado por esta identidad que definen como única y estática con frases como “siempre se hizo así” pero que asumen como dinámica al momento que se reconocen modificados por el intercambio con el turista al que reciben.

La identidad “campesina” se inscribe en un entramado de significaciones imaginarias que apelan a un pasado verdadero y auténtico que debe ser recuperado y mantenido. Pero lo que se desprende del trabajo es que no hay tal cosa como “lo verdadero”, “lo auténtico”. Esa forma de definirse como “campesinos” moviliza la memoria común en un determinado sentido así como otras construcciones identitarias movilizan otras memorias.

Las nociones de “auténtico” o “verdadero” son válidas en tanto que apelan a la conservación de esa construcción identitaria propia del actor social que conforma la RTC. El “ser campesino” se apoya en un sistema de creencias de algo esencial a ser preservado y valorizado, pero lo que pretende este trabajo es dar cuenta de una “modalidad” de afirmación y no de su contenido (De Certau, 2000) entendido como verdadero o falso.

La identidad no es una categoría susceptible de validación. No hay identidades falsas y verdaderas. Quienes integran la RTC no son *campesinos auténticos* contra otros posibles *falsos campesinos*, y viceversa. Se podrían encontrar otros agrupamientos humanos que se identifican como “campesinos” y le otorgan a esa definición identitaria un contenido totalmente diferente del que le dan quienes integran la RTC.

“Ser campesino” implica que artesanos, peones de estancia, amas de casa, trabajadores rurales, agricultores familiares, entre otros actores y otras formas posibles de nombrarlos, se identifiquen como “campesinos” en tanto actores que encarnan lo que su propia definición de “campesino” les significa y dotándola de un particular sentido. La singular experiencia (Robins y Aksoy, 2005) de “ser campesino” para los miembros de la RTC es el resultado del propio proceso identificatorio.

No se puede hablar de una “identidad campesina” sino de la identidad campesina que con la que este grupo en particular se define e identifica. La construcción identitaria no puede ser sometida a juicios de valor ni a formas de verificación, porque la identidad se configura con aquello que le otorga sentido a la propia existencia de cada sujeto y de cada grupo social.

Para los miembros de la RTC se es “campesino” en tanto insertos en la organización. Son campesinos para sí mismos y para los turistas que reciben. Se constituyen como campesinos

en tanto identidad asociada a tradiciones pero que se proyecta en la explotación de servicios turísticos. Se constituyen en un nuevo tipo de trabajador asociado a dos instancias que practican de modo conjunto, por un lado pequeños productores y por otro emprendedores en actividades de servicios. Mediante la conjunción de estos dos tipos específicos de trabajo construyen una identidad única asociada al trabajador del campo como campesino independientemente de donde se resida o de la actividad que se realice.

Bibliografía citada

- ALBURQUERQUE, Francisco. (1999). *Identidad y Territorio*. Instituto de Economía y Geografía, Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Madrid.
- ÁVILA MOLERO, Javier (2006) *Andes trans/nacionales. Globalización, (in)migración y rituales religiosos*. P. 12. Colección Monografías, N° 31. Caracas: Programa Cultura, Comunicación y Transformaciones Sociales, CIPOST, FaCES, Universidad Central de Venezuela. 49 págs. Disponible en: <http://www.globalcult.org.ve/monografias.htm>
- BOURDIEU, Pierre. (1990). *Espacio social y génesis de las clase*. Grijalbo, México.
- CANDAU, Joël (1998). *Mémoire et identité*, Paris, Presses Universitaires de France. Capítulo V. Le jeu social de la mémoire et de l'identité (2).
- CASTELLS, Manuel (1997). *La era de la Información, Tomo 2. Economía, sociedad y cultura*, Madrid, Alianza. Capítulos 1. Paraísos comunales: identidad y sentido de la sociedad en red, y 2. La otra cara de la Tierra: Movimientos sociales contra el Nuevo Orden Global.
- CASTORIADIS, Cornelius (1997). "La crisis del proceso identificatorio" en *El avance de la Insignificancia*, Eudeba, Buenos Aires
- DIEZ HURTADO, Alejandro (2004). "Etnicidad y espacios religiosos y políticos en la fiesta de Navidad de Saraguro (Loja, Ecuador)". P. 140, en MARZAL, Manuel, ROMERO, Catalina y SÁNCHEZ, José, *Para entender la religión en el Perú 2003*, Lima, PUCP
- GRASS Carla y BARBETTA Pablo (2203). *Trabajo y empleo en las explotaciones familiares: cambios, tendencias e interrogantes*, en Congreso Nacional de Estudios del Trabajo, ASET, Buenos Aires.
- HERVIEU-LEGER, Danièle (1996). « Catolicismo, el desafío de la memoria », en *Sociedad y Religión N° 14/15*, Buenos Aires.
- ROBINS, Kevin y AKSOY, Asu (2005). "El que busca encuentra. Mirada transnacional y conocimiento-experiencia", in Leonor ARFUCH, *Pensar este tiempo. Espacios, afectos, pertenencias*, Buenos Aires, Paidós.
- ZAPPONI, Elena (2008). "¿El espacio religioso como lugar de suspensión de lo político? Análisis de la construcción social de "islas atemporales" en el camino de Santiago de Compostela", p. 24, en MALLIMACI, Fortunato, *Religión y política, perspectivas desde América Latina y Europa*, Buenos Aires, Biblos.