



# SENDEROS QUE SE BIFURCAN: UN ANÁLISIS SOBRE TURISMO Y RURALIDAD EN LA LOCALIDAD DE LAS CALLES (CÓRDOBA)

Ana Szabó

Centro de Estudios Avanzados (CEA-UNC)

## Resumen

"Es bueno volver a la casa que uno habita". Esta frase dicha por un jornalero, ilustra cómo la persona se reconoce porque ahí vive y se conecta indisolublemente a la producción de la vida. El lugar, tejido por las relaciones sociales, se liga con una red de significados y sentidos que producen la identidad. Convertida en mercancía y objeto de consumo, y escenario para seducir y fascinar, el turismo crea un mundo ficticio, recortado a una naturaleza romantizada que obstruye el contacto con el tejido social del lugar. El impulso desarrollista apoyado exclusivamente en la creación de infraestructura y promoción del turismo en Traslasierra, y más precisamente en Las Calles, desplaza la vida y las tareas campesinas que fueron hasta hace poco, propias de la ruralidad. La comunicación es un medio fundamental para instalar paradigmas en el imaginario colectivo que forman las apetencias de consumo. Para comprenderlas, recurriremos a los conceptos de la Comunicación tales como: la patrimonialización, la mediatización y la mercantilización, que soportan y potencian la turistificación en su perfil comercial inserto en las leyes del mercado. Desde la perspectiva de la Ecología Política, profundizaremos en los rasgos que convierten al turismo en una actividad extractivista. Nos orientaremos hacia el turismo crítico para tomar en cuenta al ser humano social y colectivo, viendo que el consumidor siga siendo persona, la naturaleza no esté desligada de la sociedad ni concebida a su servicio, y el sujeto social campesino no quede invisibilizado, cercado ni desplazado de su propio territorio.

**Palabras clave:** Turistificación – Extractivismo – Mercantilización - Ecología Política del Turismo – Exclusión - Industria cultural - Espectacularización

*“¡Turistas, ustedes son los terroristas!”<sup>1</sup>*

## Introducción

Este trabajo se propone vincular el fenómeno turístico y sus consecuencias sobre la ruralidad en una zona de la localidad de Las Calles, en el Valle de Traslasierra (Córdoba)<sup>2</sup>. Las transformaciones debidas a dicha actividad en formaciones sociales capitalistas como las nuestras (Espoz, 2016), generan una interacción relevante con las actividades rurales y campesinas que convivieron históricamente con el bosque y el paisaje serrano. En tal sentido, la relación entre la actividad turística en su aspecto económico y la vida rural como modo de reproducción material de la vida, responden a diferentes cosmovisiones que pondremos en discusión en este trabajo. Como punto de partida, abordaremos al turismo como actividad socioeconómica que impacta sobre el espacio social rural<sup>3</sup>: observaremos cómo impacta sobre los modos de vida de las poblaciones, cómo se reconfigura la materialidad del espacio físico que estas habitan y las interacciones resultantes de los grados de urbanización y sistemas de lo urbano<sup>4</sup>. Los factores de persuasión para promover la adhesión de la población a los nuevos cambios se valen de variadas herramientas. Para comprenderlas, recurriremos a los conceptos de la Comunicación analizados en el trayecto de posgrado tales como: la patrimonialización, la mediatización y la mercantilización, que soportan y potencian la turistificación en su perfil comercial inserto en las leyes del mercado.

Complementaremos ese abordaje con nociones ligadas al desarrollo y al progreso por la importancia que tienen en la construcción de mundos, al inducir a una falsa necesidad de consumir aquello que creemos necesario y se impone para ser deseado. Mencionaremos una campaña de promoción turística espectacularizada del Valle de Traslasierra y, con las herramientas de las Ciencias de la Comunicación, examinaremos cómo el deseo puede ser manipulado para convertir a los humanos en

---

<sup>1</sup> Graffiti en Harlem y Chicago de grupos locales desplazados o rebajados en su propio territorio (Hiernaux y González, 2015, p. 116).

<sup>2</sup> Traslasierra es un valle que se extiende al oeste de la provincia y de las Sierras Grandes, configurado por el Río de los Sauces. La extensa cuenca hídrica contiene a numerosos pueblos de raigambre histórica. Las ciudades de Mina Clavero y Villa Dolores son, actualmente, las cabeceras administrativas de los cuatro departamentos que superponen la trama institucional al territorio: San Javier, San Alberto, Pocho y Minas.

<sup>3</sup> Nos referimos al espacio social rural integrado por posiciones sociales diferentes –dominantes y dominadas– que se disputan los bienes naturales considerados recursos disponibles por la visión predominante. Entre los conflictos que se plantean como parte constitutiva de la vida social, hay voces que se levantan y otras que no llegan a expresarse pero que aparecen en las tensiones de lo no dicho.

<sup>4</sup> Según Macuacé y Cortés (2013), al intentar definir “lo que se considera como urbano y rural, se presenta una serie de dificultades, debido a que el ritmo al cual se dinamizan estas dos áreas tiende a perder los límites característicos de cada una de ellas” (p. 121). La interdependencia con que la ruralidad abastece las necesidades de la urbanidad, marca una relación estrecha que pone en crisis la diferenciación y hace que algunos autores adopten el término de “rururbanidad”. Aquí no lo utilizaremos pues nuestra intención es poner de manifiesto las tensiones entre los distintos grados/aspectos de la trama territorial.

consumidores, haciéndoles creer que este es un derecho humano y confundiéndolo con los derechos a los que no debemos renunciar. Profundizaremos también, desde la perspectiva de la Ecología Política, en los rasgos que convierten al turismo en una actividad extractivista. Esto es, cuando acrecienta opresiones de clase, étnicas, culturales, coloniales, de género, de racialización o sobre la naturaleza, expulsando poblaciones y centrándose a cualquier costo en aumentar las ganancias sin fin. Seguidamente, presentaremos el recorte historiográfico de Traslasierra y caracterizaremos al territorio de Las Calles, ligado a la ruralidad y actualmente al senderismo, en base a datos facilitados por las instituciones locales y a datos empíricos centrados en el Camino a El Huaico. Elaboramos los relatos y las imágenes estableciendo una comunicación participante entre, y de sujeto a sujeto, retomando las “voces” para generar el encuentro, como producto de la convivencialidad en la que nos asumimos parte del territorio.

Por último, nos orientaremos al rescate del *turismo crítico*<sup>5</sup>, para aportar elementos de estudio que eviten que esta actividad se convierta en extractiva. Esto sería posible en la medida en que se tome en cuenta al ser humano social y colectivo, dentro de una integralidad en la que el consumidor siga siendo persona, la naturaleza no esté desligada de la sociedad ni concebida a su servicio, y el sujeto social campesino no quede invisibilizado, cercado ni desplazado de su propio territorio.

### **Fractura del sociometabolismo de la naturaleza por el mercado capitalista**

Los destinos de sol y playa, y los de montaña, configuran las excursiones planteadas por el turismo en Traslasierra. Desde la Ecología Política (Machado Aráoz, 2013), cada modelo civilizatorio presume un régimen de naturaleza y un régimen sociometabólico. La oposición supuesta entre cultura y naturaleza es distintiva de Occidente y obedece a una metafísica específica que contrasta con la visión de muchos otros pueblos que se piensan interligados, interdependientes, pero teniendo sentido y valor en sí mismos dentro de la totalidad- diversidad. Para estas visiones, el universo, el sistema-tierra y el fenómeno humano son totalidades orgánicas y dinámicas. El hombre pone en movimiento las fuerzas que forman parte de su propio cuerpo, sus brazos, sus piernas, su cabeza, sus manos. A través de este movimiento actúa sobre la naturaleza exterior, la transforma, y de este modo, cambia simultáneamente su propia naturaleza. El trabajo es entonces el intercambio sociometabólico que tiene lugar entre el hombre y la

---

<sup>5</sup> A diferencia del turismo responsable, que según la Organización Mundial del Turismo (OMT/UNWTO) parte de beneficiar mediante esta actividad a la comunidad anfitriona pero sin distinguir la profunda desigualdad de oportunidades en la que están sumidos los actores menos beneficiados de la heterogénea composición social de los anfitriones. La perspectiva del turismo crítico que aquí adoptamos, en cambio, incluye a la justicia social en su horizonte.

naturaleza con el fin de apropiarse de sus materiales de una forma adecuada a la reproducción de la vida (Marx, 1867).

La propuesta civilizatoria de Occidente quedó marcada desde la antigua Grecia y se fortaleció y particularizó con la conquista de América. A partir de ella, el nuevo continente fue considerado como un contenedor de riquezas al servicio del humano – concebido como varón, europeo, blanco y adulto-, autorizado para tomar lo que se le presentaba y a imponerle sus propias creencias. La naturaleza se instituyó entonces, en nuestra cultura, como un objeto exterior al humano, que debía ser domesticado y puesto al servicio del hombre, rey de la creación. Su expresión cabal era el conquistador, actor encarnado del patriarcado, el colonialismo y la expansión del capitalismo<sup>6</sup>.

En la modernidad capitalista, la organización económica que posibilita la producción y reproducción de la vida social, “abandona” la finalidad primaria a la que esta debería de responder, es decir, la de garantizar la reproducción misma del sujeto social, para asumir una segunda finalidad que hace que ella se transforme en una suerte de sujetidad, ajena a la colectividad social, pero capaz de dirigirla y conformarla. Esta finalidad es la del proceso de valorización del valor. (Echeverría, 1998, p. 4)

En la cita anterior, el abandono se refiere a la consideración de los valores morales de la comunidad política a la que los mercados estaban sujetos. Las economías morales son desplazadas por las economías del mercado autómatas que, como señalaba Karl Polanyi (2007 [1944]), “constituyó, a finales del siglo XVIII, una transformación completa de la estructura de la sociedad” (p. 127) en la que “el mecanismo del mercado dirige por su propia cuenta y decide la suerte de los seres humanos y de su medio natural” (p. 130). Así es como la esfera política, siguiendo a Meiskins Wood (2006), concebida como el espacio donde las personas se comportan en su carácter de ciudadanos, queda separada de la esfera económica en la democracia capitalista. Las comunidades, que atendían a los procesos vitales de los seres humanos, “se van ordenando en torno a la finalidad abstracta impuesta por el proceso de acumulación: la generación de ganancias” (Gutiérrez et al., 2017, p. 4).

### **Perfil extractivista del turismo como monocultura**

La naturaleza como régimen sagrado de donde viene la vida, ha sido transformada en un capital natural mediante el pensamiento hegemónico que la clasifica como objeto subalternizado. Al abstraer un bien a la lógica del capital, este se convierte en mercancía y queda expropiada su potencia y energía. Así los bienes naturales deben introducirse en el mercado para obtener el beneficio del plusvalor al realizar su valor de

---

<sup>6</sup> Nos referimos al capitalismo como las relaciones sociales construidas más allá y en vinculación con los modos de producción y acumulación de riquezas, acumulación originaria, despojo, territorialidad privada, ruptura sociometabólica y desintegración de la comunidad política (Machado Aráoz, 2013).

cambio mediante la venta. La industria cultural es la gran hacedora de la valorización que transforma un valor de uso en un valor de cambio (Silva, 1984).

El turismo, que consume naturaleza, se convierte en monocultura extractivista cuando se expande incesantemente por sobre otras actividades. Lo hace buscando nuevos mercados para acumular cada vez más beneficio<sup>7</sup> pero termina agotando la rentabilidad del negocio. Más que una categoría “ambientalista”, el extractivismo es, fundamentalmente, un concepto político: alude a un patrón oligárquico de apropiación de la naturaleza y el territorio (Machado Aráoz, 2013). Encontramos la clave de su perfil al describir los flujos de materiales y energía y el tipo de relaciones sociales que se entablan entre la población nativa y los “usufructuarios” de ese territorio. Las desigualdades ecológicas y socioeconómicas se reflejan con particular intensidad en la distribución desigual del trabajo y el ocio. La pregunta es ¿para quiénes se volvió turístico el territorio?

En esa línea, los sujetos que intervienen en la relación turística son los productores, los trabajadores y los consumidores:

- a) Los productores, si no son locales, descuidan y no se interesan en velar por lo local. Como consecuencia, se perjudica el ambiente natural y se fuga la ganancia económica que es la que motiva la actividad. Desgasta el sociometabolismo hasta dejarlo sumido en activos contaminantes<sup>8</sup>.
- b) Los trabajadores en general son mal pagos y estacionales por lo que no pueden asentar su sustento material en base al turismo. Sufren la pérdida del trabajo agrícola por la presión de la expectativa generada mediante un horizonte de crecimiento que no se cumple. Esto “ejerce una fuerte presión sobre el resto de las explotaciones que deben *desaparecer o achicarse* (sic) para dar espacio a la señalada expansión” (Azcuay, 2012, p. 5-6).
- c) Los turistas son los sujetos que van a disfrutar, quienes están habilitados para el goce y el ocio. El productor del objeto-vivencia-turística lo requiere en tanto consumidor. Le ofrece un paisaje que, en realidad, es un bien común al que convierte en producto y lo mercantiliza tratando de satisfacer ciertos cánones del lugar de origen del visitante, apelando a todos los recursos de la mediación cultural para seducirlo y conseguir la transacción comercial.

Como carácter destacado y diferencial, la relación turística establece lazos de dependencia extremos con el turista, como la estacionalidad, que instala una relación

---

<sup>7</sup> “No debe olvidarse jamás que la producción de plusvalía... Es el fin directo y el motivo determinante de la producción capitalista” (Marx, 1867, p. 242).

<sup>8</sup> El Grupo de Geografía Crítica del Ecuador (2017), renombra como “activos contaminantes” aquello que la ingeniería denomina “pasivo ambiental” interpretando que el daño es una acción culpable externalizable. El concepto de activos contaminantes, en cambio, pone de relieve la responsabilidad real que tiene quien los provoca.

contraria a los ciclos vitales pero, asimismo, genera una economía incompleta y dependiente de los consumidores de los productos. Queda supeditada sustancialmente a los medios de circulación que, además de ser grandes consumidores de energía, están sujetos a precios internacionales, variables que escapan al control del productor y dejan una “huella ecológica brutalmente agresiva” (Hiernaux, 2021, p. 25). Bajo este tipo de matrices socioproductivas, las sociedades dejan de producir lo que necesitan para subsistir y se sumen a una relación centro-periferia (Machado Aráoz, 2013).

### **Progreso, crecimiento y desarrollo: los axiomas de la ideología**

Así como las relaciones de producción se reproducen en el plano de la ideología, tal como plantea Silva (1984), la plusvalía como ingrediente fundamental de la producción material capitalista se refleja como plusvalía ideológica en el ámbito de la producción espiritual. Su finalidad es “fortalecer y enriquecer el capital ideológico (...) a fin de proteger y preservar el capital material” (p. 190) cuya acumulación y crecimiento es el fin último del circuito. El crecimiento se percibe difusamente relacionado a las capacidades y al bienestar humano, cuando en realidad alude al crecimiento económico expresado en índices como el PBI para lo macro, sin distinguir a quiénes afecta o a quiénes beneficia ni el modo de repartirlo en el país o el mundo. Sin embargo, el imaginario compartido basado en las ideas dominantes ligadas al progreso y el desarrollo, lo configura como la única forma de vivir sin advertir que este último ha sido instalado en el mundo a mediados del siglo XX para que nuevos mercados pudieran absorber el excedente de capital acumulado en los países centrales<sup>9</sup> (Sachs, 1996).

La ideología es necesariamente latente y no consciente, cree autodeterminarse, sin embargo, está determinada por algo que no es ella misma. La “industria de la conciencia” es el término propuesto por Enzensberger en 1969 para designar al “conjunto de los medios de comunicación masiva, inclusive sus ramas menos notorias (como el turismo, la moda, y parcialmente la cibernética) y, sobre todo, su rubro más importante: el aparato de educación, que ha venido industrializándose paulatinamente” (Silva, 1984, p. 252). La industria de la conciencia es clave para manipular a la población y está compuesta por múltiples mensajes ocultos que fetichiza a través de imágenes y símbolos del arsenal de mercaderías. A partir de esto, se configura un abanico de valores, creencias y representaciones y, sobre todo, necesidades pues –

---

<sup>9</sup> En un contexto de experimentaciones atómicas y el mayor ataque bélico que haya producido la humanidad, el expresidente estadounidense Harry Truman (1945-1953) consolidó un nuevo ordenamiento del mundo trazando una línea divisoria que convirtió en pobres, carentes y necesitados a los sectores poblacionales que no estaban en la mesa de los beneficiarios del proyecto del “sistema-mundo”. Este fue definido por Wallerstein (1995) como un sistema colonial, patriarcal, capitalista y moderno que necesitaba aprovisionarse no sólo de fuerza de trabajo y de materiales para existir, sino y sobre todo del mercado donde realizar la ganancia producida por la valorización del valor (Sachs, 1996).

como veíamos al principio y contrariamente a lo que creemos-, la producción capitalista no está destinada a satisfacerlas, sino a crearlas en beneficio de la producción. El consumidor no es el sujeto de esta industria cultural, es su objeto y, como tal, es formateado mediante sus herramientas para ser adecuado a la maquinaria e “interiorizar la creencia específicamente ideológica de que el mundo es un mercado de mercancías” (Silva, 1984, p. 194).

### **Patrimonializado ¿envuelto para regalo? Mediatizarte para mercantilizarte mejor**

Denominamos “mediatización” a la separación producida entre la experiencia y el sujeto de la experiencia. Es la intermediación que se establece en la relación y le otorga valor, en escala positiva o negativa, por las cualidades que le adjudica. En cualquier caso, separa a los sujetos y uno o ambos devienen objetos. Un arbusto, un árbol o unas herbáceas floridas en la orilla de un arroyo con carteles indicadores que las clasifican se perciben diferentes que los mismos vegetales creciendo en un sembradío, un campo, un parque o un monte, donde podrían ser catalogados como “maleza”. La valorización está dada por la experticia que intermedia entre la percepción y la experiencia del sujeto. La mediatización resulta eficiente para un consumidor que quiere sentirse seguro de la mano de quien identifica como autorizado, portador de valores certificados, compartidos y confiables. Cuando compra entradas para entrar al jardín botánico está pagando un precio por sumarle valor a su propia experiencia. El *packaging* es un ejemplo material de mediatización que otorga y mejora su valorización. La mediatización de la experiencia y su mercantilización es la herramienta social que permite instalar los modos hegemónicos del disfrute, circulación y comunicación turísticos. Tal como expresa Espoz (2016), “la mercancía aparece aquí no solo como forma o contenido de producción y/o consumo, sino como una modalidad de sentirnos y relacionarnos socialmente” (p. 319).

Desde esta perspectiva, la patrimonialización está en el ámbito de la mediatización. El patrimonio se torna, más que en una herencia a preservar, en una mercadería a valorizar. La turistificación y la patrimonialización de los lugares muchas veces se vuelven indisociables, son procesos que conducen a una progresiva mercantilización de aquellos territorios que se espera tengan un valor de cambio cada vez mayor (Peixoto, 2010). Lo excluido, lo que no es valorado de acuerdo con los parámetros establecidos, queda, según Delgado (2011), como un lugar del olvido o como patrimonio social reprimido. En ese sentido, Hiernaux y González (2015) sostienen que:

En términos generales, los elementos materiales y las formas de vida de un pueblo no son considerados como dignos de ser rescatados o simplemente protegidos. Les falta lo que llamó Walter Benjamin un “aura” propia, reconocida por los grupos de élite. (p. 113)

De esta manera, son “las políticas de protección patrimonial que (...) acoplaron al desarrollo turístico, las que propiciaron la destrucción del otro patrimonio que a nadie le parecía (parece) importar: el patrimonio social de las poblaciones tradicionales” (Hiernaux, González, 2015, p. 123). ¿Cómo decidir, entonces, qué proteger y rescatar? ¿Quién lo determina? ¿Qué incluir y qué no? “El patrimonio como tal no existe de manera previa a su invención” (Stang, 2019, p. 82). Es un terreno de disputa determinado por el poder político con el capital cultural y la visión del mundo del “juez patrimonial” que responde a la huella material de los grupos dominantes (Hiernaux y González, 2015). A partir de la creación de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la patrimonialización obedece a cuestiones y criterios internacionales. Fruto de una visión eurocéntrica, la definición de lo que es patrimonio sucede a otra escala. Aunque se pueden proteger obras autóctonas de culturas distintas que las occidentales, la mentada multiculturalidad se homogeniza al establecer productos protegidos. En palabras de Hiernaux y González (2015), se renueva el colonialismo cultural, “al imponer criterios acordes con el sentir de las elites culturales de los países centrales” (p. 114). Los pueblos sobre los que se aplican estas decisiones están sumidos en una legislación internacional que ocupa una posición jurídica de mayor autoridad y que tiene valor legal incluso sobre las constituciones nacionales. Lo central aquí es quién se beneficia con la patrimonialización, quién o quiénes ejercen el control sobre ese bien que pasó a tener un valor supuestamente social e intercultural. Hay poblaciones que se patrimonializan por resultar exóticas o tradicionales pero el beneficio de esa plusvalía cultural, en general, se desvía a los promotores, fundaciones o intermediarios. Esto funda la dimensión extractivista de la patrimonialización.

### **El control del espacio y las políticas del miedo**

El espacio es propicio para la producción de flujos de energía, materias primas, productos acabados, mano de obra, automóviles, capitales y actividades que intentan ser reguladas mediante la planificación (Lefebvre, [1974] 2013). Desde la concepción del autor, todo aquello que está relacionado con la urbanización y la infraestructura “es una polea de transmisión” para introducir los capitales de otros sectores que han tenido un crecimiento excesivo y “cuando la cosa se regulariza se vuelven a meter los capitales en otros sitios” (2013, p. 220). Porto-Gonçalves (2002), por su parte, denomina esta operación como la “territorialización del capital”. La materialidad del espacio físico se reconfigura y los sistemas de lo urbano imprimen otras dinámicas que interceptan los modos de vida de las poblaciones. Las industrias controlan la agricultura, los recursos<sup>1</sup> y la ciudad. Los espacios vacantes, como el mar, la playa y la montaña, son apropiados por una nueva industria: la del ocio. En esa línea, la expansión del sistema urbano pone

en práctica criterios de fragmentación social, como la especialización<sup>10</sup> de las actividades sociales (Ciuffolini, 2011; Lefebvre, 2013), el distanciamiento de las actividades productivas y la centralidad y concentración de los servicios. Sobrevienen cambios en la alimentación por el auge de la urbanización, con el efecto de ir distanciando gradualmente los lazos entre lo urbano y su comida (Falivene, 2020). Las calles y las plazas, los caminos y los arroyos, están obligados a reconvertirse en patrimonios refundados, espacios públicos de calidad, con poco lugar para las iniciativas locales y “buscando el acompañamiento de grandes operaciones inmobiliarias” (Delgado, 2011, p. 11). La búsqueda de símbolos que subrayen la identidad colectiva expresa un proyecto de confraternidad interclasista, el monumento fetichiza el espacio, mantiene puntos poderosos de estabilidad que representan el poder político como gran proyecto burgués de una pacificación generalizada de las relaciones sociales en el que se coagulan los conflictos que no tienen posibilidad de expresión y son objeto de múltiples formas de represión, física o simbólica. En ese escenario, “podemos plantear al turismo como parte de ese dispositivo de regulación (...) que busca ocluir, evadir y reprimir la conflictividad” (Espoz, 2016, p. 320).

En búsqueda de identidad para el viajero, los paisajes naturales cada vez se parecen más entre sí, se homogenizan a costa de exterminar la biodiversidad biológica y volverlos fácilmente consumibles por un turista formateado para satisfacer, sin grandes sobresaltos, la compensación a su vida. Esta última se encuentra sometida a cumplir con las normatividades establecidas por el sistema relacional del capitalismo. Innegable ejemplo de la “sociedad del espectáculo” (Debord, 1967) es la estrategia empresarial que dio origen al galardón obtenido por el río Mina Clavero como una de las “Siete Maravillas Naturales de la Argentina”, operación avalada por el Estado provincial y mediatizada por empresas de comunicación internacionales. En Argentina, la *New 7 Wonders* (7 nuevas maravillas) ha desarrollado un acuerdo estratégico con *One Minetta Media S.A. (Selecciones Reader's Digest – LA South Cone)* que desarrolló diferentes campañas bajo el concepto de “7 Maravillas” en el país durante 2019<sup>11</sup>. La espectacularización selecciona e impone valores para obtener un producto vendible, sin embargo, tal como plantea Debord (1967): “el espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes (...) que esconde su carácter de relación entre clases” (p. 9). Asimismo, como expone Delgado

---

<sup>10</sup> Nuestra vida continúa aún, controlada por un cierto número de oposiciones que ni las instituciones ni las prácticas se han atrevido a desafiar firmemente como, por ejemplo: entre el espacio privado y el público; entre el espacio de la familia y el espacio social; entre el espacio cultural y el espacio útil; entre el espacio del trabajo y el del ocio; entre el espacio de producción y el de consumo; entre el espacio político y el doméstico, etc. (Ciuffolini, 2011, p. 21).

<sup>11</sup> Dirigido al mundo occidental y civilizado, un panel de expertos –especialistas en distintas áreas como ciencia, turismo, fotografía, periodismo y arte, entre otros– llevó a cabo un proceso que tuvo en consideración 7 atributos que toda maravilla debía poseer: espectacularidad escenográfica, originalidad geológica, singularidad/ relevancia, biodiversidad/ heterogeneidad, sustentabilidad, accesibilidad y potencialidad.

(2011): “El sueño se derrumba en cuanto aparecen los signos externos de una sociedad cuya materia prima es la desigualdad y el fracaso” (p. 11), el abuso, la exclusión y la violencia, alimentados por el miedo a la otredad.

De esta forma, es posible observar cómo la planificación se relaciona con la manipulación de los sentimientos para hacer aceptable y deseable la propuesta ofrecida. Espoz (2016) desarrolla que el sentir, al vivirse de manera personal, transforma en subjetivo e individual lo condicionado socialmente. Así, lo que el cuerpo percibe a través de los sentidos es objeto de operatoria de mecanismos ideológicos. Acciones que parecen tan naturales como ver, tocar, degustar, oler y oír no lo son tanto, en cuanto dependen del régimen de sensibilidad del estado de la sociedad, según el que cada una de esas acciones remite a las valoraciones sociales que regulan los órdenes de aceptabilidad y soportabilidad para las mismas. A su vez, Ahmed (2018) plantea cómo la necesidad de aceptación responde a la necesidad de existir: “*debes (sic)* identificarte con la misma cosa que te rechaza para poder estar en el mundo sea como sea” (p. 6), es decir, sentir que se pertenece, para cumplir con la valoración social. En ese orden de regulación, las políticas del miedo se imponen como sospecha y habilitan la fragmentación de la sociedad. Para ello, se trazan delimitaciones, perímetros protegidos y otros liberados, recintos y enclaves que jerarquizan las diferencias de clase, étnicas y racializadas, caracterizadas especialmente por ser el espacio de la propiedad. El *otro*, parte de esa naturaleza desconocida y ajena con la que no se quiere empatizar, queda segregado y debe ser uniformizado, homogeneizado y universalizado para brindar confiabilidad y seguridad frente al miedo inculcado ante lo diferente y subalternizado. De esta manera, los conflictos generados en la apropiación de los lugares o sitios que se *espectacularizan* –tanto naturales como urbanos- se ocultan tras “la invisibilidad conceptual de las relaciones de clase” (Bianchi, 2021, p. 50).

Por otro lado, el condicionamiento de los sentidos enfocados en la fantasía del paraíso, de los lugares escondidos, de los refugios de la vida con esa naturaleza potente que no es posible experimentar en las ciudades, sólo se percibe en las pantallas de las computadoras, en fotos recortadas que dejan afuera los deshechos o lo que no se quiere ver. Las imágenes de la extracción de los minerales, las ruinas que dejan los pozos de petróleo, la destrucción por la megaminería, los desiertos verdes de los cultivos que alimentan el agronegocio, las ruinas de los bombardeos y las ruinas que deja el hambre, son postales que no se ven ni se muestran, aunque tal vez se sumen muy pronto a las postales del “turismo oscuro” dando un paso más en la manipulación de la sensibilidad, ligada a la espectacularización de la catástrofe concebida como una oportunidad para el sector turístico<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> La Dra. Elsa Soro (2020) promueve la formación de gestores turísticos en la empresa Ostelea, Tourism Management School, donde avala la atracción del “turismo oscuro” ante la necesidad del turista contemporáneo de vivir experiencias únicas, impactantes, tal vez extremas, que tienen como atractivo la

## Breve reseña historiográfica sobre el territorio de Traslasierra

En el siglo XVI, luego del descubrimiento del territorio que denominó “América”, España envió mercenarios para avanzar en la ocupación con el objetivo de extraer las riquezas del continente y alimentar el incipiente capitalismo que se estaba afianzando en Europa. Para ello, eran necesarias materias primas y mano de obra que podía obtenerse sometiendo a los pueblos originarios. Una de las armas de guerra que utilizaron los conquistadores fue el incendio del Gran Chaco para destruir el hábitat natural de los pueblos (Rozenvaig, 2011). Esta porción de Traslasierra está en el extremo sur de aquel territorio. Los pueblos fueron separados de sus tierras, encerrados en encomiendas<sup>13</sup> y evangelizados, imponiendo la transformación de su espiritualidad. Además, pasaron a ser súbditos de España y fueron despojados de sus tierras comunitarias que, luego, con la conformación del Estado-Nación, pasaron a ser propiedad estatal. En Córdoba, de similar modo que en la zona pampeana, el gobierno provincial otorgó tierras para premiar o vender a terratenientes y así conseguir ingresos para el erario (Azcuay, 2012). Según Villagra y Quevedo (2019), durante la consolidación del Estado-Nación, en Argentina el turismo desempeñó un papel fundamental para consolidar las fronteras internacionales o en litigio, de la mano de la creación de reservas naturales. Hasta fines del 1900, convivió con el contexto agrario sin mayores sobresaltos, celebrando en Córdoba “las bellezas serranas” que se incorporaron al acervo popular y costumbrista. Así, las políticas públicas nacionales extendieron el acceso al turismo a los trabajadores con la idea de que conocer el interior del país era *hacer patria*. Las actividades que prevalecían en la zona eran rurales. Grandes estancias heredadas del reparto colonial de las tierras que se dedicaban a la agroganadería, al desmonte y a la minería tradicional. Los peones rurales alternaban la prestación de su mano de obra con distintos modos de servicio para el auto-sustento campesino. En algunas localidades, existían posibilidades para obtener un salario en las explotaciones agroindustriales que se instalaron temporariamente<sup>14</sup>. En el año 2003, la provincia de Córdoba elaboró su Ley de Turismo. A los fines de incrementar su incidencia en el Producto Bruto Provincial, se adjudicaron destinos a siete fragmentos geográficos que se denominaron “regiones turísticas”. El planteo implicó la realización de planes de desarrollo de infraestructura y equipamiento, con acompañamiento de la promoción y publicidad, a la totalidad del territorio provincial. Traslasierra fue uno de esos siete fragmentos provinciales.

---

muerte, el sufrimiento, la violencia o los desastres. Allí concibe a este tipo de turismo como un dinamizador económico para regenerar los territorios. En tal sentido, observamos cómo se formatea la sensibilidad, para tomar con naturalidad la patrimonialización y espectacularización de la catástrofe, mientras se la mediatiza y mercantiliza.

<sup>13</sup> Nono fue una de ellas junto con las de Soto y Salsacate en Traslasierra (Ochoa, 2012).

<sup>14</sup> Nobleza Picardo es una empresa que se instaló en los años 40 y cerró en la década del 70, dejando sin trabajo a más de una generación de peones asalariados.

La nueva década del siglo XXI marcó ciertas diferencias con el período anterior. La crisis argentina del 2001 limitó la salida al extranjero de los viajeros habituales y volcó al habitante urbano al interior del país. Sin embargo, la oferta todavía era escasa, por lo que se beneficiaron los territorios que tenían paisajes poco explorados. Posteriormente, las buenas cosechas y los precios internacionales en alza generaron dividendos, por lo que se produjo un efecto derrame sobre la llamada clase media que buscó nuevas inversiones para la mayor acumulación del capital obtenido. La inversión en tierras, todavía fuera del mercado inmobiliario, permitiría obtener ganancias extraordinarias junto con la inversión en la construcción. Ya se perfilaba un nuevo negocio: el turismo y, a partir del posicionamiento del lugar en el mercado, la inversión inmobiliaria. La apetencia por la solución de necesidades básicas no satisfechas, ilusionó a una población cíclicamente abandonada por el Estado en el interior profundo. Recibir turistas parecía una nueva oportunidad. No obstante, los beneficios presentaron asimetrías: las comunidades se vieron presionadas a abandonar sus prácticas productivas vinculadas con el campo, sustituyéndolas preponderantemente por actividades subsidiarias del turismo. Además, aumentó significativamente la presencia de un nuevo sujeto en el paisaje: el turista. La profusión de carteles de venta en las tierras, sumada a la multiplicación de oficinas inmobiliarias, indicaba el futuro próximo adonde apuntaba el mercado y los pequeños estados locales no podían ponerle frenos. Poco a poco, se fue produciendo la migración a las sierras de capas sociales de mayor capacidad adquisitiva. Con ellos migraron nuevos rasgos culturales, claramente urbanos. El desplazamiento de las poblaciones rurales campesinas no sólo fue material, sino también simbólico. El ritmo del ordenamiento territorial estaba marcado por el nuevo posicionamiento del Mercado. La falta de restricciones para la construcción, la demora interminable en delineamientos jurídico-territoriales, la no evaluación de los flujos de energía, de circulación, el desinterés en la preservación de flora y fauna, permitieron un derrame de actividades urbanizadoras. Esto permitió avanzar sobre la compleja territorialidad con parcelamientos que no tomaron en cuenta los impactos socioambientales, conurbanizando los pueblos entre sí. Se instalaron verdaderas disputas, cada vez más tensas en cuanto a los cambios de uso y el incumplimiento de leyes nacionales de protección ambiental como la Ley del Ambiente y la Ley de Bosques<sup>15</sup>. Cabe destacar que Córdoba, bajo continua amenaza del fuego y del desmonte, actualmente conserva sólo un 10% de bosque nativo y solo un 3% está en buen estado de conservación.

---

<sup>15</sup> Leyes Provinciales Nº 10208 de Política Ambiental y 9814 de Presupuestos Mínimos del Bosque Nativo.

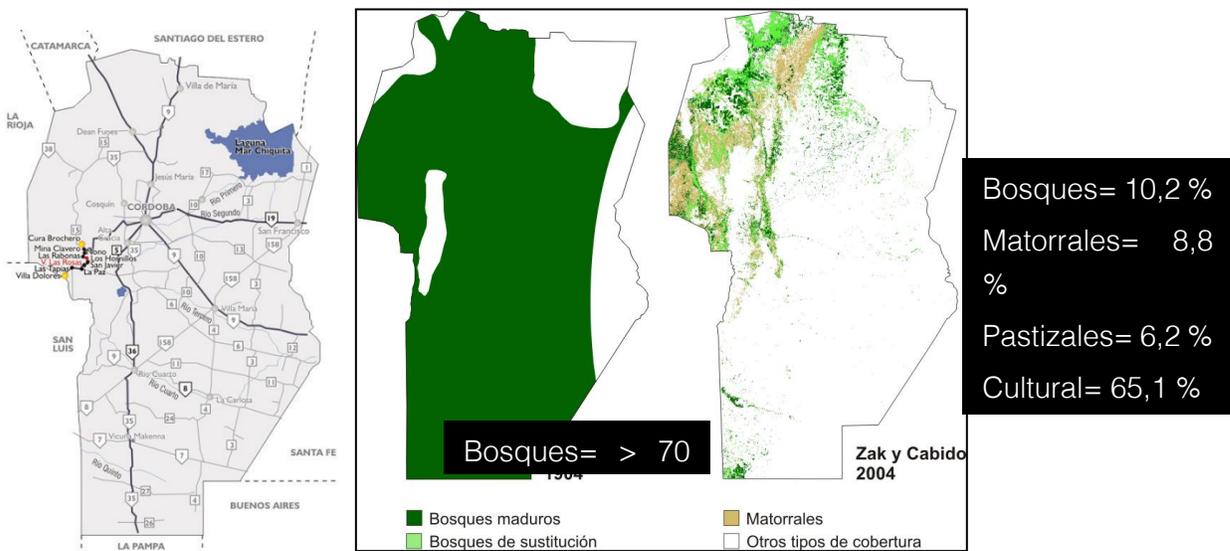


Figura 1. Evolución de los desmontes en la provincia de Córdoba en 100 años. Traslasierra mantiene bosque nativo al sur del arco noroeste

Fuente: archivo propio. Mapa realizado y facilitado por Cabido (en prensa).

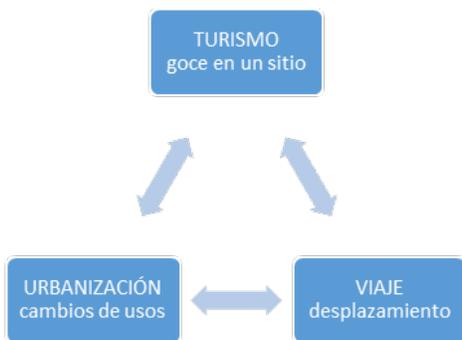


Figura 2. Relación turismo, movilidad y territorio

Fuente: elaboración propia



Figura 3. Avance de los cambios de usos

Fuente: elaboración propia

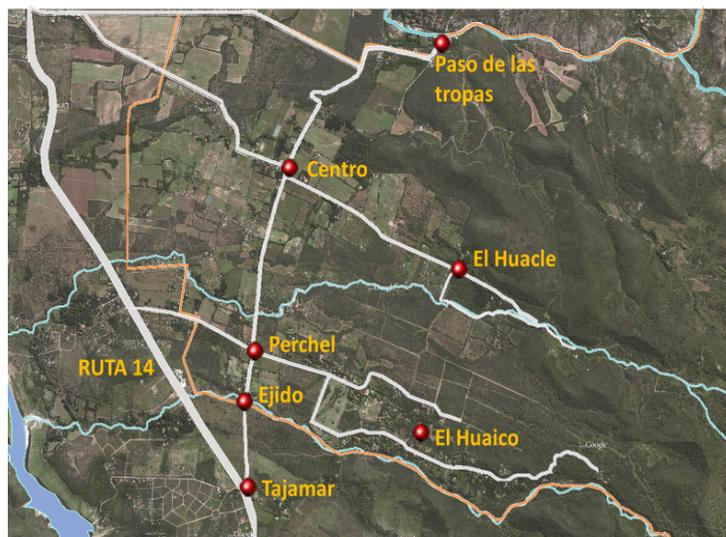


Figura 4. Ejido, localidades y arroyos de Las Calles de Traslasierra

Fuente: Plan de Aquí, 2012, archivo propio



relaciones sociales? Evocamos alguna escena característica de “El Huaico” de hace algunos años atrás: Al igual que otros fines de semana conmemorativos, el feriado se prestaba para la llegada a esos parajes de Las Calles, de quienes tenían algún conocido, familiar o pariente allí. O buscaban algún chivito bien adobado para compartir bajo aquel patio sombreado por el algarrobo, bien sazonado y acompañado con el vino de las parras de Don Monte. Venían los que bajaban de la sierra y los que subían, los que venían del llano o los que llegaban de la ciudad. El festejo era simple. Un tiempo vacante para estrechar lazos, conocer lugares o cambiar de recorrido por un tiempo corto. Doña Margarita, conspicua vecina de “El Huaico”, los llamaba “visitas”. Guitarras y truco entonaban el encuentro. Luego de un tiempo, fue necesario unificar estándares, contratar seguros, brindar aire acondicionado –aunque de noche refresca-, ofrecer *amenities* para los niños, programar paseos para su entretenimiento, tener wifi para los días nublados y presentar el pasto “bien cortito”. Además, eliminar las plantas “pinchudas”, sacar los árboles con espinas y plantar pinos y flores de invierno. En síntesis: domesticar la sierra al “gusto” urbano.

Actualmente, los visitantes se denominan “turistas” y les gusta lo conocido. Son muy exigentes en mantelería, ropa de cama y colchones. Los sabores regionales “sí, para probar, pero para comer, una milanesa con puré”. El queso de cabra es muy “salvaje”. Así fueron construyéndose cabañas que podrían estar tanto en el mar como en la sierra, más al norte o en el sur, con un parque verde bien regado, un lugar estándar para un alquiler de clientes estándar. Buenos folletos expendidos por el sector turístico, con cuerpas bonitas, ubicación por GPS, no vaya a ser que se tenga que preguntar a alguien por andar un poco perdido. Los lugares son referenciados por *Instagram*, *Facebook* o las páginas provinciales, locales o regionales de turismo. Sitios para ir a ver, sitios para comprar, sitios para fotografiarse. Un circuito de consumo asegurado con mercaderías diversas encontrables a través de *Google Maps*. Un público que sabe lo que quiere, quiere aquello a lo que ha sido destinado, convencido, disciplinado, amedrentado y educado para ser un buen consumidor, al servicio de los buenos emprendedores, que están al servicio del buen consumidor. ¿Quién falta? ¿Quién no ha sido invitado al festín? Según palabras de Hiernaux y González (2015), “aquellos habitantes cuyos modos de vida no corresponden con los modelos prototípicos que ha forjado el imaginario del neoliberalismo agresivo” (p. 118). El interés está puesto en atraer capital, actividades innovadoras y visitantes o residentes con potencial. ¿Qué cambió? ¿En qué se diferencian las visitas, los turistas, los habitantes desplazados? Las personas han cambiado de categoría para ser consumidores, emprendedores, personal de servicio o, simplemente, subordinados, desplazados o en vías de serlo. Esto se relaciona con los cambios culturales promovidos por nuevas prioridades en la valoración ética, política y económica de la sociedad.

## **El Camino a El Huaico**

El camino está entramado con el arroyo Las Pichanas y se extiende paralelo y en el perímetro sur del ejido de Las Calles. “Es un camino nada más, no conduce a ningún lado”, tal como asevera un vecino, donde camina quien quiere caminar o quien no puede circular de otro modo. Siempre se accedió a las casas por el margen norte del arroyo, que corre de este a oeste, y es angosto y caudaloso. Nace más allá del filo de la sierra, está alimentado por vertientes y fluye hacia el río Los Sauces. Había quedado arrinconado por los alambrados que estrecharon los costados de los márgenes. Decidida a superar las incomodidades que suscitaba el tenerlo como vía de acceso, una vecina organizó el camino que reemplazó al anterior. Así se creó el Camino a El Huaico cerca de 1950. Recorre la subcuenca de Las Pichanas y colecta una franja territorial limitada al sur, por el arroyo mencionado y, al norte, por la divisoria de aguas con la subcuenca del arroyo La Consulta. Tiene un recorrido de unos 5 kilómetros y contiene a los parajes de El Huaico, El Algodonal, La Quebrada y El Perchel, irrigados ancestralmente por un sistema de acequias que se alimenta del arroyo. Destinado originalmente al uso doméstico, sembradíos y ganado, su origen es anterior a 1870, cuando se dictó la ley de irrigación y se gestiona aún hoy de forma comunitaria. Ha sido una zona de cultivos que en los años 50 empezó a poblarse con chalets tipo casquineta. Gran parte de los habitantes locales fueron empleados como caseros, lo que mantenía la convivencia de los modos de vida campesinos con los de los nuevos habitantes provenientes de la ciudad.

En el camino no hay veredas, las personas caminan a la par de los vehículos. Las curvas y las piedras que asoman en algunos tramos ayudan al control de la velocidad. Evitan el vértigo del automóvil, propio de la modernidad, y el consumo visual del paisaje. Andar a caballo o caminando permite percibir el tiempo regulado por el cuerpo y una actitud mental que conecta con los ritmos propios. La oscuridad de la noche permite ver las estrellas como en pocos lugares debido a la escasa iluminación. No hay códigos numéricos, alfabéticos ni luminosos. Apenas unos carteles indican los nombres de algunas casas y la tranquera, los accesos. Responde a una señalética propia, distinta de la urbana. Las referencias son el algarrobo grande o el bordo, el camino recto o la curva. La tranquera roja o el cerco de cañas. El puente roto del ensanche o la roca de la esquina de la escuela. El temor a la soledad, a la oscuridad y al silencio se relaja al conocer a los vecinos que viven a no menos de 200 metros de distancia entre sí. La costumbre de llamarse por el nombre y saludarse, el paso de quien va o viene y la posibilidad de un diálogo básico completan la sensación de compañía dentro de la lejanía. La comunidad registra su patrimonio social colectivamente, patrimonio que la identifica y con el que se identifica. No refiere a la lógica de lo espectacular. Las personas que habitan forman parte del patrimonio.

Observamos, sin embargo, el cambio que se produce cuando, en temporada alta, transitan autos cuyos pasajeros buscan entretenerse yendo a los dos establecimientos que hay en el camino, productores de dulces y conservas. El trajín automovilístico en el frágil camino hace notar su huella quebrando los sonidos del paraje y enterrando en polvo a los transeúntes. Esta dinámica también contrasta con la velocidad de los móviles que buscan algo para hacer o que alquilan algunas de las casas y cabañas que se ofrecen. Hay tres espacios sociales de encuentro: uno es la escuela rural de El Huaico, el otro es el Consorcio de Regantes y en el cruce, el “super de Juancito”. Todos ponen en evidencia las diferencias. En la escuela, se expresan las niñas a través de dificultades para interactuar entre las de distinta procedencia. Las serranitas son más tímidas frente a las hijas de los migrantes urbanos más desenvueltas. La tensión se percibe en el aspecto comunicativo entre las niñas y entre los padres hay diferencias de clase. Los trabajos de la gente local son de servicio doméstico y jardinería y, en la relación laboral, identifican como “patrón/a” a su empleador/a. Entre los regantes, el acceso al riego no llega a unificar las diferencias entre locales –que son todos empleados de los propietarios migrantes-, pero muchos de los empleados también son propietarios, algunos perdieron o malvendieron tierras, pero en general conservan modos de vida campesinos, crían animales y tienen otros parámetros de vida y otros saberes campestres. El “super de Juancito” retomó la tradición de los “boliches” próximos que cerraron por vejez de los dueños: hay lugar para que conversen y se tomen unas copas los parroquianos, varones, que trabajan bajo patrón. Los patrones, en cambio, allí solo hacen las compras. Las diferencias sociales de clase se actúan, no se expresan, se vive en una aparente concordia social que se quiebra solo en situaciones individuales.

### **¿Caminos rurales o productos turísticos?**

El camino y los senderos que suben a la sierra han sido antiguas servidumbres de paso entre propiedades que conservaban la posibilidad del uso a través de tierras privadas. Las servidumbres eran senderos obligados de acceso y permitían el paso de los habitantes de la comunidad de acuerdo a usos y costumbres, regulados además por el Código Civil. Algunos hábitos inapropiados o abusivos generaron tensiones entre vecinos, que concluían controversialmente con un candado. En general, se perjudicaba a personas que buscaban acceder a sus sitios caminando o a caballo mediante caminos más cortos. Al empezar a practicarse el senderismo, se establecieron convenios para formalizar esos tránsitos<sup>18</sup>. Al crearse registros y matrículas, fueron quedando excluidos los baqueanos y conocedores de los territorios estableciéndose

---

<sup>18</sup> Ley Provincial de Montañismo Nº 10711, sancionada el 16/09/2020 para la práctica deportiva.

un desplazamiento social clasista de quienes habían sido promotores e idóneos de la actividad y sabían brindar su conocimiento de flora y fauna nativa y el registro pormenorizado de los sitios. Fueron reemplazados por expertos avalados por instituciones. Esa apropiación del patrimonio social es una muestra de cómo una experiencia humana natural y vecinal, se convierte progresivamente en un intercambio mercantilizado. La posibilidad de judicialización quiebra la confianza en las prestaciones tradicionales, dificultándose el hacer una caminata sin contratar un guía matriculado y pagar un seguro.

Las presiones transformadoras sobre el espacio público han llegado a eliminar la cartelería colocada de modo autónomo y espontáneo por los vecinos, las expresiones pintorescas de sus promotores se habían convertido en referencia natural del camino. El paso hacia la homogenización del espacio público, que borró esos rasgos distintivos del lugar, fue dado al reemplazar los carteles por un modelo normalizado y normativizado llevándolo a un formato homogéneo e instaurando signos de orden institucional sobre el paisaje. Fue una apropiación simbólica de lo público, sin representación colectiva, que implantó una señalética institucional que busca un orden des-ordenando el que la población se había asignado.



**Figuras 6 y 7.** Vista de la cartelería antes y después de su institucionalización

**Fuente:** fotografías propias

Además, el proyecto para el entubamiento del agua del arroyo amenaza con la extinción del sistema de las acequias. La gravedad de esto reside en la desterritorialización de la relación que los habitantes han tejido y siguen manteniendo con las acequias. Un aglutinante vivo que facilita una dinámica poblacional ligada con la comunalidad social y política, un horizonte común ligado a la existencia, que balancea necesariamente los conflictos de intereses individuales en torno al suministro del agua. El propósito del proyecto citado sería abastecer de agua a nuevas urbanizaciones turísticas en una zona clasificada como roja por la Ley de Bosques.

Pese a la ilegalidad del proyecto, que incrementaría el desmonte en una zona de máxima restricción y conservación, el mercado inmobiliario empuja y presiona la voluntad institucional. La licencia ambiental no es admisible pues la zona afectada requiere que el agua del arroyo haga un desvío de cuenca que contraría los requisitos de la Dirección de Recursos Hídricos de la provincia y generaría conflictividad con los pobladores. El caudal ecológico del arroyo, que sufre sequías cíclicas características del clima, quedaría en riesgo de extinción ante su uso extremo. El humedal conformado por las acequias del arroyo, por otro lado, perdería la diversidad de aves silvestres que arraigaron junto con la flora y la fauna a través del tiempo. El agua entra en el régimen de racionamiento en todo el valle porque los arroyos no alcanzan a abastecer el consumo del aluvión de turistas que llegan a los emprendimientos inmobiliarios. Cada vez hay mayor exigencia de agua para piscinas, *jacuzzis* y otros entretenimientos. Ese debería ser suficiente motivo para poner límite a nuevas urbanizaciones.

### **Tiempos de pandemia**

Nos preocupa, tal como sostiene Bianchi (2021) “lo frágiles, insostenibles y a menudo abusivos que son los cimientos del turismo” (p. 50). Más vulnerables aun cuando se convierten en monocultura, porque en una situación imprevista como la de pandemia por COVID-19, la dependencia casi exclusiva del turismo impactó profundamente las economías locales. Esto se debe, como analizamos en el apartado sobre extractivismo, a la dependencia en la relación centro-periferia, donde la demanda está supeditada sustancialmente a los medios de circulación. Como expresa el Colectivo de Geografía Crítica del Ecuador (2017), el tránsito a través de distintas vías de transporte es altamente contaminante y consume energía fósil no renovable. Además, precisa de redes de infraestructura vial costosas que acumulan grandes deudas, dejan activos contaminantes e imprimen sus efectos en las formas geográficas, sociales y económicas. Al no considerar las externalidades del proceso económico y socio-ambiental, no se toma en cuenta que la relación costo-beneficio es deficitaria. Desde el punto de vista social, la distancia a los lugares turísticos impone la condición de clase, pues lo hace más costoso y pone una vez más de manifiesto la desigualdad extrema de oportunidades en la sociedad. Ciertamente, el goce que la mediatización hace parecer más espectacular, es sólo para el que lo puede pagar, sólo para elegidos. Los ideales acuñados por los actuales “sueños” de consumo, propiedad y poder de los ricos, tal como plantea Davis (2007), saturan la cultura popular y los medios de comunicación. La turistificación productora de mercancías propone una escala de valores aliados al éxito, la meritocracia y una larga lista de banalidades para embaucar incautos. En tiempos de pandemia, las recomendaciones especializadas promueven el turismo de cercanía. Es decir, no monocultura, no grandes distancias, sino cercanía. Para eso es necesario desbaratar la espectacularidad ligada a la exclusividad de los destinos

elegibles. Ciertamente, la demanda de cercanía podría ser aplicada a la producción de alimentos en tierras que han sido destinadas históricamente a cultivos campesinos y que en la zona todavía están preservadas. Potenciando la economía local para recuperar los cultivos campesinos, el turismo sería verdaderamente un agregado a la actividad rural, en vez de ficcionar un escenario vacío de realidad, dedicado nada más que al ocio de quienes escapan de la vida en la ciudad. En los alrededores del Camino a El Huaico, existe la posibilidad de rescatar las tareas campesinas en manos campesinas atendiendo a que el avance del desarrollismo inmobiliario fruto del turismo no se apropie de las tierras. Eso se relaciona con distintas opciones y aspectos de las luchas por la tierra, pues es la propiedad privada y la mercantilización las que nos separan de la tierra y de sus frutos.

### **Conclusiones**

El objetivo que nos propusimos en este trabajo era hacer visible al sujeto social campesino en este pequeño territorio del camino a El Huaico, ubicado en Las Calles. La investigación nos permitió observar el avance del turismo sobre la ruralidad. Pretendíamos mostrar que el turismo no es más aquella industria limpia, sin chimeneas, sino que participa de los procesos globales, entre los que promueve obras de infraestructura que afectan enormes espacios y el descomunal uso de combustibles. En esa línea, nos propusimos comprender el tipo de tensiones que se producen en el territorio. La aceleración de las transformaciones en las localidades aledañas, señala una prospectiva que parece inevitable también para esta.

El gran aparato económico productivo y mediático que analizamos a lo largo de este trabajo da cuenta de los vectores que avanzan sobre nuevos territorios para generar más oportunidades expansivas para los negocios. La falta de visibilidad de la población campesina colabora con el vaciamiento del territorio de contenido simbólico y hacer factible que lo ocupen nuevos modos de relaciones sociales y conexiones con la tierra. En efecto, al convertir en producto y adjudicar valor de cambio a lo que tenía un valor de uso, es factible obtener la ganancia y acumularla. Ese proceso de mercantilización fractura y separa a la comunidad política. En lugares como el que aquí abordamos, de paisajes valorables, es muy fácil turistificar patrimonializando y adjudicando valor según los intereses de capas sociales de élite. El turismo y la recreación redefinieron el campo como un recurso para el ocio que, como aseveran Lash y Urry (1998), “se convirtió en uno de los organizadores más importantes de la relación entre los humanos y la naturaleza” (p. 392). Lo que equivale a perder de vista que el campo, la tierra, la naturaleza, con todos sus componentes de clima y fertilidad, único sustrato para producir alimentos y reproducir el ciclo de la vida. De lo que se trata, entonces, es de defender los patrimonios sociales, los que la comunidad siente propios. Deberían elevarse las voces que en general no son escuchadas para que tengan lugar

y expresión en la heterogénea composición social de los que conviven en el territorio. Es importante poner la atención en el modelo campesino para que no se considere una fase superada y arcaica en la producción agraria y se admita su importancia en la producción de alimentos y en el mantenimiento de los ecosistemas. El campesino, al diversificar cultivos y la cría de animales, retroalimenta el ciclo, tiende a mantener agroecnutrientes y su producción se distribuye generalmente en cercanía.

Finalmente, consideramos que el acercamiento de los estudios turísticos a los estudios rurales y a la concepción y valoración de la economía campesina, podría vincularse favorablemente para despertar el interés en el turismo crítico que está surgiendo con la justicia social como horizonte. Sin embargo, estos procesos no deben abordarse en forma fragmentaria –como lo hace el capital-, sino como un entramado colectivo que se intercala en distintas capas que se superponen y las huellas de momentos diferentes que se suceden, pero que también pueden convivir. Para eso, las poblaciones deben que ser partícipes y tomar decisiones en sobre los territorios en los que viven, evitando la espectacularización de cosas, actividades y personas.

El camino a El Huaico, como espacio social para el uso de la comunidad que lo transita, es un espacio de uso. Si mantiene su interioridad podrá seguir existiendo como parte de un territorio, en lugar de convertirse en un espacio deportivo comercializable o espectacularizado con la “clara intencionalidad del capital por (re)inventar una fotografía (...) que invita a los turistas” a encontrarse con una región desarrollista, pero “natural” (Ferrero y Job, 2011, p. 167). La dinámica expresión espacial de las relaciones de poder se muestra en el territorio y en él se desenvuelve la forma en que cada uno de los actores presentes logra apropiarse para resistir el despojo de los lugares de existencia, que son espacio de producción y reproducción de la vida. Esperamos haber contribuido al diálogo que relaciona las dos actividades y que disputan el mismo espacio.

### Referencias bibliográficas

Ahmed, S. (2018). “Universalismo melancólico”. *L'Ospite/El Invitado/L'Invité/The Guest* N° 20. Universidad de Milán.

Azcuy Ameghino, E. (2012). “El campesinado en Argentina: una cuestión de actualidad”. XVIII Jornadas de Epistemología, UBA, Buenos Aires.

Bianchi, R. (2021). “Se ha elevado el turismo a la categoría de derecho humano encubierto, lo que ha acelerado formas más depredadoras y extractivas de desarrollo turístico”. En Sergi Yanes Torrado (Dir.), *La cuestión turística. Trece entrevistas para repensar el turismo*. (pp. 48-59). Barcelona: Alba Sud, Pasos.

Cabido, M. (en prensa). “Evolución de los desmontes en la provincia de Córdoba en 100 años”. Córdoba: Instituto Multidisciplinario de Biología Vegetal (IMBIV-CONICET) y

Cátedra de Biogeografía, Facultad de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales, Universidad Nacional de Córdoba.

Ciuffolini, A. (2011). "Control del espacio y los recursos sociales: lógicas, relaciones y resistencias en la constitución de lo urbano". En: Ana Núñez y Alejandra Ciuffolini (Comps.). *Política y territorialidad en tres ciudades argentinas* (pp. 21-36). Buenos Aires. El Colectivo.

Davis, M. (2007). "Prefacio". Mike Davis y Dan Monk (Comps.), *Evil Paradises* (pp.1-7). Nueva York: Sin permiso.

Debord, G. (1967). *La sociedad del espectáculo*. Chile: Naufragio.

Delgado, M. (2011). *El espacio público como ideología*. Madrid: Los libros de la Catarata.

Echeverría, B. (1998). *La modernidad de lo barroco*. México: Ediciones Era.

Espoz, M. B. (2016). "Apuntes sobre el turismo. La regulación del disfrute vía mercantilización cultural". *Revista CHASQUIN* nº 133. Sección Informes. CIESPAL-Ecuador (pp. 317-334).

Falivene, G. (2020). "¿Por qué y para qué Propiciar Territorios Urbanos y Periurbanos agroecológicos?" Cátedra de Planificación urbanística FAU-UCU. Recuperado de: [https://drive.google.com/file/d/1Yz1-XETEiS\\_XPJbWTChg9bKC4DfstlA\\_/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1Yz1-XETEiS_XPJbWTChg9bKC4DfstlA_/view?usp=sharing)

Ferrero, M. y Job, S. (2011). "Ciudades made in Manhattan". En Ana Núñez y Alejandra Ciuffolini (Comps.). *Política y territorialidad en tres ciudades argentinas* (pp. 167-190). Buenos Aires: El Colectivo.

Geografía Crítica del Ecuador, Colectivo (2017). "Geografiando para la resistencia". *Journal of Latin American Geography* 16(1) (pp. 172-177).

Gutiérrez, R.; Navarro, M. y Linsalata, L. (2017). "Repensar lo político, pensar lo común: claves para la discusión". En Mágina Millán, Daniel Inclán y Lucia Linsalata (Coord.), *Modernidades alternativas: ¿hacia una modernidad no capitalista?* (pp. 377-418). Ciudad de México: UNAM.

Hiernaux, D. (2021). "La conflictividad en torno al turismo no es un tema que preocupe a las autoridades y a las ciencias sociales en algunos países latinoamericanos". En Sergi Yanes Torrado (Dir.), *La cuestión turística. Trece entrevistas para repensar el turismo*. (pp. 17-26). Barcelona: Alba Sud, Pasos.

Hiernaux, D. y González, C. (2015). "Patrimonio y turismo en centros históricos de ciudades medias. ¿Imaginario encontrados?" *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 5(2), (pp. 111-125). Recuperado de: <http://muse.jhu.edu/article/653095>

Lash, S. y Urry, J. (1998). *Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de la posorganización*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

- Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. España: Capitán Swing. (Versión original 1974)
- Machado Aráoz, H. (2013). "Crisis ecológica, conflictos socioambientales y orden neocolonial: Las paradojas de Nuestra América en las fronteras del extractivismo". *REBELA*, 3(1).
- Macuacé Otero, R. y Cortés Landázury, R. (2013). "Sobre migración y rururbanidad: adaptación y transformación de la ciudad de Popayán a comienzos del siglo XXI". *Territorios* 29 (pp. 117-142).
- Marx, K. [2017 (1867)]. "Cap. 5, Proceso de trabajo y proceso de valorización". *El Capital, Libro primero*. Siglo XXI.
- Meiskins Wood, E. (2006). "Estado, democracia y globalización". En Atilio Borón, Javier Amadeo y Sabrina González [Comp.]. *La teoría marxista hoy. Problemas y perspectivas* (pp. 395- 409). Buenos Aires: CLACSO.
- Ochoa, C. (2012). "Soto, Nono y Salsacate: encomienda y pueblos de indios (Córdoba, Gobernación del Tucumán. Siglos XVI-XVII)". Seminario Permanente del Área de Historia - CIFFyH/UNC.
- Peixoto, P. (2010). "O patrimonio revela o mundo como ele é". CEAMA. Actas das jornadas 2010.
- Polanyi, K. (2007 [1944]). *La gran transformación. Crítica del liberalismo económico*. Madrid: Quipu Editorial.
- Porto-Gonçalves, C. (2002). "Da geografia às geo-grafias: um mundo em busca de novas territorialidades". En *La guerra infinita: Hegemonía y terror mundial*. Buenos Aires. CLACSO.
- Sachs, W. (1996). *Diccionario del desarrollo. Una guía del conocimiento como poder*. PRATEC. Sachs.
- Silva, L. [1984(1970)]. *La plusvalía ideológica*. Caracas: Universidad Central de Venezuela. Ediciones de la biblioteca.
- Stang, J. (2019). "El Patrimonio no existe", en: *Memorias y Patrimonios: relatos oficiales y disputas subalternas* (pp.81-98) CONICET.
- Villagra, E. y Quevedo, C. (2019). "Memorias públicas y escenas turísticas interétnicas en dos formaciones provinciales del norte argentino". En: *Memorias y Patrimonios: relatos oficiales y disputas subalternas* (pp. 261-298) CONICET.

### Otras fuentes consultadas

- Organización Mundial del Turismo, OMT/ UNWTO. Página Web: <https://www.unwto.org/es>
- Soro, E. (2020). "Turismo Oscuro", Ostelea, Tourism Management School.

Zancajos, (2016). "Diferencias entre senderismo, excursionismo, montañismo, trekking. Zancajos". Club Senderista de España, Blogspot, domingo, 3 de julio de 2016