

# **El turismo como el motor para el desarrollo local en el municipio La Caldera - Salta.**

Cintia Mariana Vázquez.

Cita:

Cintia Mariana Vázquez (2009). *El turismo como el motor para el desarrollo local en el municipio La Caldera - Salta. X Jornadas Argentinas de Estudios de Población. Asociación de Estudios de Población de la Argentina, San Fernando del Valle de Catamarca.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-058/27>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eoTk/rDp>

**TEMA: EL TURISMO COMO EL MOTOR PARA EL DESARROLLO LOCAL EN EL MUNICIPIO LA CALDERA – SALTA.**

**AUTORA: CINTIA MARIANA VAZQUEZ**

**Profesora de Historia - Diplomatura en Desarrollo Local y Gestión Pública.**

**Municipalidad de La Caldera \_ Salta.**

**E-Mail: vazquez\_cintia@hotmail.com**

*El desarrollo es un conjunto de competencias sociales y depende de muchos intangibles, no sólo de la infraestructura. Los intangibles son las cualidades y competencias propias de las personas, las instituciones y las sociedades. El conjunto de competencias sociales se manifiesta en la capacidad de organizar instituciones.*

*El nuevo paradigma de Desarrollo Local presenta una concepción diferente de la gestión y del rol del municipio. Lo que requiere es otra forma de construcción política; no es que obvie el tema político sino que hace política y construye sociedad de otra manera. Es todo un trabajo innovador, sustentado en un proceso activo de participación social, conciliación de intereses, concertación de acciones y de esfuerzos públicos, privados y sociales.*

**INDICE**

<b>I –</b>	
<b>PRESENTACION.....</b>	<b>2</b>
<b>II - EL DESARROLLO LOCAL .....</b>	<b>3</b>
<b>III – LOS ACTORES SOCIALES.....</b>	<b>7</b>
<b>IV – CUESTIONES PENDIENTES .....</b>	<b>12</b>
<b>V – REFLEXION FINAL.....</b>	<b>13</b>
<b>VI - BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>15</b>
<b>VII - ANEXO.....</b>	<b>16</b>
<b>CARACTERISTICAS DE LA CALDERA EN IMAGENES</b>	

## I – PRESENTACION

El presente trabajo es una conjunción de distintos trabajos, que a nivel municipal venimos realizando en la localidad de La Caldera, provincia de Salta.

Desde el gobierno municipal constantemente se busca la articulación entre turismo – población y territorio; para ello se pone énfasis en la planificación y administración de los atractivos culturales con los que cuenta el municipio.

La Caldera se encuentra ubicado a 22 km de la ciudad- capital de la provincia de Salta, con una superficie de 867 km y una población según el censo de 2001 de 5.711 habitantes, con un crecimiento de población de aproximadamente 1500 habitantes, respecto al censo de 1991. Estas cifras nos permiten describir una realidad que hacen de La Caldera un lugar de características únicas, por sus defectos y virtudes.

La Caldera, que en su slogan de presentación dice TIERRA GAUCHA, presenta todas las virtudes que uno pueda asociar o imaginarse, pero para el caldereño esas “características virtuosas” son una cotidianidad, entonces la comunidad tiene otras exigencia, otra formas de ver y vivir la realidad.

Somos concientes que el turismo ha adquirido una importancia inédita constatada a través del número de personas que se desplazan con este fin y con las cuantiosas cifras económicas, que la actividad promueve y que este fenómeno debe estar incluido en la plataforma política de los gobiernos, que lo entienden como una industria redituable y generadora de empleo.

Planteado esto, este trabajo tiene como objetivo lo siguiente:

El objetivo general es mostrar al turismo como una actividad economica que tiene efectos directos e indirectos en el desarrollo local (especificamente poblacion y territorio)

Los objetivos específicos son:

- Analizar la relacion entre turismo, territorio y población componentes del desarrollo local del municipio.
- Evaluar si el turismo es la actividad económica que impulsa el crecimiento del municipio.
- Analizar cual es el rol de la comunidad caldereña en torno al desarrollo local y en especial hacia el turismo.

Fuentes:

- Encuestas a los turistas realizadas en 2007-2008 y 2009.
- Base de datos estadísticos del crecimiento turístico en el municipio y en la región del Valle de Lerma (que abarca cinco municipios)
- Ordenanzas que legislan la actividad turística.
- Plan de crecimiento turístico provincial y regional.
- Plan de desarrollo turístico elaborado por el municipio desde el poder ejecutivo.

## II – DESARROLLO LOCAL: La relación entre territorio y turismo.

### La relación del desarrollo con el territorio.

Abordar lo territorial nos conduce al debate central en torno del desarrollo local: *qué relación existe entre territorio y desarrollo* estableceremos como punto de inflexión la crisis del petróleo en 1973.

La crisis del petróleo puso en cuestión la relación entre territorio y desarrollo a través de la conformación de un discurso poco estructurado pero que contenía condicionantes temporales: un "discurso deslocalizador"; sostiene que el territorio es de poca importancia para el desarrollo; plantea que el desarrollo depende del flujo de capitales y éste a su vez de 4 condicionantes: **bajos salarios en términos de productividad, bajos impuestos, bajas retenciones ambientales y bajos condicionamientos a la movilidad de capitales.** A este discurso se suma la aparición de nuevas tecnologías que provocaron un cambio profundo en los procesos de producción. Estas tecnologías facilitaron el acceso a la información de forma más o menos barata y desde cualquier lugar del mundo; paralelamente en América Latina existe un contexto de crisis económica: pago de las deudas contraídas durante los regímenes militares.

Así, el "**discurso deslocalizador**" relativizó la relación existente entre territorio y desarrollo, porque no contempla las particularidades territoriales y las diferencias existentes entre los países. De éste modo, el territorio se torna menos condicionante en término de políticas públicas. Sin embargo, el territorio refiere a una complejidad mucho mayor que el diseño topográfico del terreno. El territorio esta condicionado por las instituciones y por la infraestructura, por la cultura y la identidad.

Cuando se atribuye un uso concreto a un territorio estamos buscando y repensando su *funcionalización*.

Atribuir a un territorio un uso concreto implica su funcionalización. La utilización del espacio de ocio implica una actividad económica que lo transforma en mercancía capaz de ser usada. Desde esta perspectiva, el turismo se plantea como un sector de producción económica. Una actividad que implica la utilización temporal de un espacio distinto al de residencia habitual, donde se pretende desarrollar un conjunto de actividades recreativas a partir del uso de unos recursos de base.

Existe un espacio potencialmente turístico cuando se produce la valoración social de ciertos bienes ambientales y en la medida que los bienes son valorados por distintos segmentos del mercado, se constituyen en atractivos turísticos y conforman el patrimonio turístico de una determinada localización.

Los bienes ambientales que conforman el paisaje, se entienden como el sistema global que incluye componentes bióticos, abióticos y sociales, los cuales constituyen configuraciones cuyas cualidades emergentes son valoradas en forma diferencial en el tiempo y en los distintos espacios.

El *espacio turístico* es un espacio productivo. Una vez que los *atractivos turísticos son puestos en valor, esto es, por un lado hay un mercado dispuesto a consumirlos y por otro, una oferta de actividades recreativo turísticas que se realizan a partir de los mismos -es que ese espacio tiene un valor funcional específico a partir de su uso para la recreación y el turismo*, para lo cual según los casos, es necesario en mayor o menor medida la implantación de instalaciones, equipamiento e infraestructura que posibiliten la oferta de servicios a partir de ellos.

Esta característica de los recursos turísticos que sólo pueden ser utilizados en el propio lugar, y que además no son consumidos en sentido estricto durante el propio acto de su uso, hacen que el espacio adquiera el papel de medio de producción. Es así entonces que las actividades turísticas que se generan a partir de los atractivos turísticos consumen espacio pero no se consume el recurso. Sin embargo en necesario destacar que el tipo de manejo que de ellos se realice, depende su conservación o degradación.

Esta concepción si bien resulta útil para una primera aproximación al recorte del espacio turístico del espacio geográfico total, debe ser completada por nociones que asuman el espacio turístico como un nuevo espacio social, resultado de un tipo nuevo de relaciones entre agentes económicos y actores sociales, que considere que la dinámica que este produce genera un cambio en la configuración espacial, que generalmente reconvierte el espacio inicial generando espacios productivos terciarios especializados. Las modalidades de uso y apropiación derivadas de él, generan cambios en los patrones no sólo de usos, sino de tenencia de la tierra. Estas consideraciones ayudan a comprender los conflictos que se derivan entre los distintos grupos, por cuestiones fundamentalmente vinculadas a cambios en los valores, y "pérdidas de distinta índole" de los grupos sociales dominantes antes de la transformación del espacio social previo, en un nuevo espacio social de producción.

Estas pérdidas tienen que ver en muchos casos con la identidad cultural, con las relaciones de intercambio o bien con el status social.

Resulta apropiado completar la conceptualización de espacio turístico como "una nueva formación "socio espacial" compuesta por dos tipos de productos espaciales: los espacios materiales, construidos, ordenados, acondicionados (alojamientos, redes de transporte, facilidades para el esparcimiento) y los espacios inmateriales: las *imágenes* salidas de las connotaciones mercantiles que la promoción turística aplica sobre el espacio material".

### **Reseña histórica**

Cuando surgió el Estado nacional, se estableció una lógica de división de tareas: a los Estados centrales les correspondían las relaciones exteriores, el cuidado de las fronteras, los servicios públicos pasaron a los Estados intermedios, mientras que a los Estados locales les correspondieron las actividades administrativas y el ordenamiento urbano de las ciudades, le habían quedado funciones mínimas. En el esquema de centralidad del Estado-Nación, a los municipios les correspondían las funciones administrativas, algunos servicios públicos elementales y el ordenamiento urbano.

Actualmente, el gobierno local se encuentra muy demandado por la ciudadanía y sin embargo, sigue careciendo de capacidad de gestión. Indagar a cerca de la relación entre territorio y desarrollo requiere de un cambio respecto de la concepción que se tiene del primero. Dado que el desarrollo microrregional obliga a establecer relaciones cooperativas en base a intereses y capacidades; es necesario que se conformen en base a lógicas de producción y no a relaciones de continuidad, si logran esta conformación serán territorios competitivos.

Los territorios comienzan a competir en base a sus ventajas relativas. Unos ofrecen mejor calidad de vida, protección ambiental; otros ofrecerán seguridad jurídica; otros bajos salarios y pocas restricciones laborales. Respecto de la relación entre desarrollo y territorio no hay que olvidar que existe una relación entre lo que se ofrece y lo que se recibe.

Por ello cuando el turismo se relaciona a un territorio como actividad económica, se hace necesario plantear cuál será la funcionalidad del mismo en torno a tres ejes: territorio(espacio geográfico) – población (identidad y cultura) y turismo (actividad económica).

### **Tipología de territorios**

El análisis de los territorios de la nueva economía y la relación con el desarrollo nos permite identificar conceptualmente tres tipos de territorios: territorios de extracción, territorios de oportunidad y territorios de desarrollo. La variable que condiciona el tipo de territorio será la institucional, por eso debemos primero analizar hacia donde queremos ir.

La planificación del territorio implica el estudio de los comportamientos demográficos de la población. Entre el primer censo de 1869 y el censo del 2001 se observa la tendencia demográfica del crecimiento de la gran ciudad en detrimento de las poblaciones de zonas rurales o pequeñas ciudades.

Los gobiernos locales, provinciales y el gobierno nacional deben tener en cuenta los cambios cualitativos del crecimiento poblacional, porque esto repercute en las políticas públicas y en la gestión de gobierno. No contemplar las modificaciones en el comportamiento poblacional puede

dar lugar al surgimiento de crisis urbanas, problemas de seguridad, deficiencia en la gestión pública e ingobernabilidad.

La complejización de la gestión de las ciudades implica modificar el modelo de gestión local y asumir competencias y desarrollar nuevas capacidades para brindar adecuados niveles de gestión. Esto implica que los intendentes asuman conductas activas para generar recursos propios, apropiarse de la riqueza que genera el territorio y canalizarla en políticas públicas.

En este mismo sentido, no contar con fuentes, análisis de la realidad e historia caldereña nos lleva a no ver el crecimiento y las demandas de la comunidad

### **El desarrollo local y los aspectos económicos**

Desarrollo local y economía social no son sinónimos. Sin embargo, hay que aprovechar el abordaje referencial del desarrollo local para construir economías solidarias.

Hay condicionantes institucionales, de infraestructura, de continuidad física, restricciones macro estructurales, que si no se contemplan no hay asociatividad o economía social, que revierta las situaciones de pobreza y exclusión. El desarrollo no es un subproducto exclusivamente económico, porque en realidad **es un emergente sistémico complejo**, ya que da lugar al debate político sobre la distribución del ingreso y la construcción de ciudadanía.

Probablemente en la idea de **desarrollo social** exista una condición intrínseca del desarrollo económico. Es decir, que un país necesita un nivel de vivienda y calidad de vida aceptable, un nivel de educación, un nivel de salud, la población afectada, que carece de ellos, pero para la realización de los mismos se necesita de recursos económicos básicamente, la concreción de tales objetivos, si son una asociación de lo social con lo económico.

Por ello cuando se tiende al desarrollo debe pensarse en que siempre sea sustentable que busque:

1. Satisfacer las necesidades de la generación presente, pero sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras de también satisfacer estas necesidades
2. La incorporación de la idea en gestión ambiental.
3. Ser acompañado por un **desarrollo humano**, donde los indicadores sean la esperanza de vida al nacer, el nivel educativo de la población o nivel de escolaridad máxima, el nivel de capacitación de los adultos, la calidad de vida, en consecuencia cuál es el grado de desarrollo de la sociedad.
4. Ser **integral**, el crecimiento económico con equidad social como una condición necesaria para que este crecimiento sea sustentable en el tiempo.

A su vez, si se considera al desarrollo en su dimensión cualitativa, vemos que tiene que incorporar:

- **La dimensión política:** que un desarrollo sea sustentable políticamente quiere decir que sea legítimo, o sea que haya surgido por consenso, que sea democrático y que sea aprobado por la población.
- **La dimensión social:** que de algún modo permita y facilite la inclusión social; sería un tipo de modelo que es socialmente sustentable o no.
- **La dimensión cultural:** es esta una dimensión menos desarrollada pero que viene muy fuerte en los próximos años. Con la idea de la sustentabilidad se asocian por ejemplo los conflictos que están existiendo respecto a la identidad, y el reconocimiento de la diversidad.

**El desarrollo local un fuerte compromiso político:** Debe existir una **definición política del desarrollo**. No se trata de un proceso tecnocrático, grandes planificadores pensando en territorios, en mediano y largo plazo. Eso es importante pero en realidad, hay una dimensión fuertemente política que se asocia al modelo de desarrollo; o sea, la pregunta sobre cuál es el objetivo que se quiere perseguir, hacia dónde va, con qué fin. Hay distintos modelos de desarrollo como vamos a ver (exógenos, endógenos; basados en grandes, pequeñas y medianas empresas, o a través del fomento de la economía social). Entre los distintos modelos de desarrollo, y frente a la definición que tomamos de uno u otro modelo, veremos que

necesariamente será una definición fuertemente política porque tiene que ver con el consenso y la visión de futuro que tiene una sociedad y su clase dirigente.

Por último, desmitifiquemos la idea de **desarrollo local** ahora se entiende que el desarrollo local tiene que estar pensado en el marco de un proyecto regional y nacional de desarrollo. O sea, en el mediano plazo es muy difícil que cualquier iniciativa local sea sustentable si no está en el marco de una estrategia, de un proceso de desarrollo más integral.

### III – LOS ACTORES SOCIALES

¿Cuáles son los actores para el desarrollo local? Se necesita de la participación y compromiso. Ya no se trata de una gestión localizada, que implementa pasivamente una política del gobierno nacional o provincial, sino que de lo que se empieza a hablar es de cooperación público-privada, de gestión asociada donde el municipio co-diseña y coordina las políticas con el sector privado y social.

Si bien tenemos el sector público: el Estado municipal. Pero también es necesario el sector privado, ligado a la producción, a las empresas, cámaras, asociaciones. Y el sector social: organizaciones de la sociedad civil, ONGs, grupos sociales. El sector del conocimiento es un elemento también importante de apoyo: todas estas estrategias requieren bases de información, bases de datos, de planificación, desarrollo de proyectos... toda una serie de apoyos que tienen que ver con el conocimiento y la investigación. Es decir, en el involucrarse en el proyecto local, normalmente se habla de "un nuevo rol del municipio" lo cual es correcto pero, en realidad, como es un paradigma diferente, el nuevo rol no es sólo del municipio sino de todos los actores, que componen ese municipio.

Con mayor razón vamos a buscar la participación de la población, puesto que está intrínsecamente vinculada a la actividad turística.

De una entrevista realizada al intendente de La Caldera Miguel Calabró, nos comentaba la necesidad de hacer partícipes a los miembros de la comunidad, para fomentar el desarrollo turístico, ya que La Caldera territorialmente se ha constituido a nivel regional (Valle de Lerma), como destino turístico.

Actualmente a nivel de población, la comunidad todavía no ha logrado ver al turismo como una actividad económica, que propicie el desarrollo para el municipio y que por lo tanto pueda tener injerencia en su quehacer cotidiano.

En este sentido como municipio se busca conjugar la actividad turística con la cultura, uno de los mayores atractivos de La Caldera, que la hacen un lugar único a 21 km de Salta Capital.

Tenemos en cuenta que la *cultura* puede ser entendida como aquello que comprende lo que la gente piensa (actitudes, creencias, ideas y valores), lo que la gente hace (patrones normativos de comportamiento o formas de vida) y lo que la gente produce o crea. La cultura esta por lo tanto compuesta de procesos (las ideas y formas de vida de la gente) y los productos de esos procesos (edificios, artefactos, arte, costumbres, el ambiente o atmósfera de determinados lugares).

Por ello como política pública se apunta al *turismo cultural* entendido como "*el movimiento de personas a atractivos culturales desde su lugar de residencia, con la intención de obtener experiencia e información nueva que satisfaga sus necesidades culturales*" Desde esta concepción el turismo cultural abarca no sólo el consumo de productos culturales del pasado, sino también de la cultura contemporánea o los modos de vida de la gente o la región; porque la comunidad es lo que más interesa a la hora de pensar en el desarrollo de un municipio; se busca preservar a la población de la inversión privada que pueda ser perjudicial. En estos últimos tiempos se ha visto a La Caldera como un potencial territorio de inversión, entonces el valor de la tierra ha aumentado considerablemente (en los últimos cinco años de \$9 a \$45), lo cual es una posibilidad de crecimiento para el calderero que vende, pero que a futuro si no piensa en que invertir, estaríamos en presencia de un impacto negativo y generando nuevas necesidades para ese calderero. Esto es lo que se busca evitar tratando de que los caldereros no sean solo observadores del crecimiento turístico sino también partícipes necesarios en la construcción de una nueva actividad económica.

Para este desarrollo. Se requiere entonces:

- Participación y transparencia en los procesos.
- Capacidad técnica del gobierno local.
- Información permanente de los procesos: este es uno de los principales problemas, porque no hay sistemas de información locales ni de conocimiento del territorio útiles,



para este tipo de estrategias, a partir de esta información se pueden generar proyectos de capacitación, asistencia y financiamiento.

- Encadenamiento de políticas en torno al proyecto.
- un **perfil** claro: éste municipio es turístico, es agroalimentario, se va a dedicar a la madera, etc. Lo cierto es que esta definición, a veces, limita, no necesariamente debe ser un solo sector, pueden ser varios complementarios o articulados.
- una **estrategia**: en la cual puede haber varias actividades encadenadas, y no sólo una. Definir una estrategia, una hoja de ruta y como estrategia base, especificar los recursos y capacidades con las que se cuenta; o sea, lo primero es conocer el territorio, mirarnos un poco hacia adentro. Lo mismo que una persona: si no tiene una identidad más o menos desarrollada, no sabe qué capacidades y conocimientos tiene, qué quiere hacer, entonces difícilmente pueda plantearse una estrategia.

Cuando los requerimientos están claros y la voluntad política de concretarlos está de manifiesto, los emprendimientos (el desarrollo) están acordes a ese perfil definido y por todos consensuados; se puede lograr aumentar el valor agregado local, es decir que se va a poder evaluar cómo avanzar en la cadena de valor de los productos locales y generar sinergias o cooperación.

En este sentido estamos convencidos que el valor agregado de nuestro territorio está dado por la cultura, porque se ha convertido en parte del producto turístico, atendido por operadores especializados y alimentado por políticas de desarrollo a escala local.

Frente a esto estamos convencidos que para que evolucione el turismo asociado a la cultura hay que tener en cuenta lo siguiente:

- *El crecimiento sostenido en la demanda, estimulada por mayores niveles de educación y búsqueda de conocimiento*

La motivación básica del turismo cultural es la búsqueda de nuevas experiencias y conocimiento. Este tipo de consumo está muy relacionado con el aumento de los niveles de educación de los países desarrollados en las últimas décadas. Los *turistas culturales* generalmente tienen un alto nivel de capital cultural, producto de la escuela formal.

- *Una verdadera explosión de oferta de atractivos culturales que conlleva a un aumento rápido de la demanda*

Cada lugar considera que tiene una cultura única para ofrecer a los turistas, y ve a los atractivos culturales como un medio primario para obtener beneficios económicos a partir de su uso. Además, un gran número de eventos y festivales se están desarrollando como una forma de agregar contenido cultural a los espacios públicos y mayor atracción a esas ciudades turísticas, especialmente en baja temporada.

- *Una menor diferenciación entre los atractivos considerados de alto valor cultural y aquellos de la cultura popular*

- *Una expansión del segmento de mercado de turismo cultural tradicional a un turismo de masas, mediante la puesta en valor de nuevos atractivos culturales de carácter popular*

- *La globalización: El fenómeno de deslocalización versus localización de la oferta y demanda del turismo cultural*

Las formas culturales se están haciendo cada vez más globalizadas por las mejoras en las comunicaciones, la creciente integración de la economía global y por la influencia del turismo.

- *Una comercialización creciente del turismo cultural, dada por una proliferación de nuevos productos del turismo cultural, y por formas más efectivas de información, distribución y venta.*

- Perfil del Mercado del Turismo Cultural como clave para la Planificación y Gestión de los Atractivos Culturales. Los *turistas culturales* como nicho de mercado son personas con alto nivel de conciencia ambiental, políticamente amplios y aprecian las diferencias culturales.

No les molesta utilizar medios de transporte modestos si los conducen a sitios interesantes, y no les importa alojarse en hoteles pequeños y sencillos mientras estén limpios. Tampoco les preocupa gastar dinero mientras obtengan experiencias consideradas valiosas.

- *La necesidad de establecer una filosofía de manejo:* En este sentido existen dos grandes áreas a definir, la *conservación* y la *accesibilidad*. Esto remite a cuestionarse sobre cuáles son los valores a proteger, qué medidas tomar para que la protección este garantizada y cómo lograr que el sitio sea accesible, seguro y se comunique su significado a los visitantes.

- *Tres puntos claves: investigación, intercambio y reflexión.*

- *El tipo de actividades van a ser permitidas en el sitio.*

- *La Política de Conservación:* Una política de conservación requiere que todas las actividades estén cuidadosamente equilibradas. En particular para orientarse a: 1) la protección del recurso de los daños producidos por el hombre, tales como erosión, destrucción, alteración, mediante el control y limitación del número de visitantes que acceden al área; 2) conservar el carácter histórico del sitio, excluyendo o limitando las actividades inapropiadas dentro de él.

- *Relaciones con las comunidades:* Cuando los atractivos turísticos son sitios que incluyen comunidades vivas, estas áreas debe ser cuidadosamente planeadas. Los visitantes no deben interferir con la vida cotidiana de los residentes. En aquellos lugares donde se mide la relación turista/población es donde la población local se vuelve objeto del turismo, donde existe el miedo de ser invadido o simplemente el miedo de no ser mirado como humano.

Esta identidad no oculta la libertad del hombre para poder ser lo que será y no únicamente lo que ha sido? No es la identidad una obra en construcción?

El turismo que permite a cada uno enriquecerse de nuevas culturas, de nuevos intercambios, nuevos horizontes, tiene una misión y una responsabilidad en la materia.

El turismo debe de dar cuenta que cada territorio sea percibido en su integridad con relación a la identidad y dar una visión dinámica de las diferencias y del pasado.

- *Los tipos de visitantes* perfil de los visitantes - conocer la situación económica.

- *La capacidad y el acceso* la capacidad receptiva de un ambiente natural específico se puede calcular mediante estándares obtenidos por la combinación de tres tipos de capacidad: *la material, la psicológica y la ecológica.*

- *Los Servicios al Visitante*

- *La Interpretación y la Educación de los Visitantes:* Una interpretación exitosa y una presentación efectiva de un atractivo cultural comienza con una visión y con un plan que considera como punto de partida a los visitantes. Quienes son? Qué buscan? Cuales son desde el punto de vista del manejo del atractivo los aspectos que es importante que vean, aprendan y disfruten?

- *El visitante estudioso*

- *El visitante generalista:*

- *Estudiantes*

- *El visitante cautivo*

### **El desarrollo local en La Caldera**

De lo anteriormente expuesto podemos ver que primero es necesario una reflexión teórica, antes de plantearnos las políticas públicas a llevar a cabo y el modelo de gestión, para el futuro de la sociedad caldereña.

Considero oportuno plantear algunas estrategias para el desarrollo local:

- Se debe diferenciar el perfil de desarrollo del perfil tradicional. Toda localidad tiene una actividad predominante, este no es "el perfil de desarrollo", es "el perfil económico" de la localidad. El perfil de desarrollo es aquella actividad que no sólo es la actividad que motoriza la economía local, sino que permite además crear empleo, mejorar la calidad de vida, generar alguna estrategia de desarrollo con inclusión social. Hay actividades que pueden generar crecimiento económico pero no desarrollo.

- esfuerzos y recursos extra, que a veces los municipios no poseen. como señala Sergio Boisier, por lo menos, **dos afirmaciones ciertas:**

1. *Si el desarrollo se encuentra en nuestro futuro, no será con recetas del pasado que lo alcanzaremos: esta necesidad de renovar, de imaginar, de romper algunos esquemas mentales que son bastante tradicionales.*

2. Si el desarrollo es un proyecto de la propia comunidad, no serán otros sino sus propios miembros quienes lo construyan.

- La modernización, la innovación y la recuperación, palabras claves para efectivizar el cambio.

Por ello que el eslabón de esta cadena productiva: territorio – turismo, no puede dejar de considerarse y es la POBLACION.

Algunos datos estadísticos que grafican a la población en La Caldera:

- Hay un 20 % dedicado a la actividad turística.
- 30 % de población rural.
- 80 % de inversión privada.
- 20 % de inversión pública.
- 5711 habitantes al censo 2001 y en 1991, 4037 habitantes.
- El departamento tiene 867 km<sup>2</sup>, con una densidad de habitantes por km<sup>2</sup> en 1991 de 4,7 y 2001 de 6,6.
- Hay 5634 habitantes en hogares y 77 en instituciones colectivas.
- Núcleo habitacional de 1324 casas al 2001.
- 527 hogares con hacinamiento.
- 991 habitantes con cobertura médica.
- Nivel educativo
  - sin instrucción o primario incompleto 427 habitantes.
  - Secundario incompleto 679 habitantes.
  - Terciario incompleto 288 habitantes.
  - Universitario completo 77 habitantes.
- Población económicamente activa (mayores de 14 años)
  - 742 ocupados
  - 140 desocupados
  - 629 inactivos
  - 149 por cuenta propia.

Con estos datos estadísticos queremos graficar de alguna forma las características de nuestra comunidad y retomando lo planteado en los puntos anteriores; consideramos de vital importancia volver la mirada hacia la población – comunidad, porque muchas veces utilizando al desarrollo local como el motor para el crecimiento, la mayoría de las veces ese desarrollo no se ve reflejado en la población. De aquí la necesidad de que los caldereños se vean como actores sociales y partícipes necesarios, para el desarrollo local y especialmente para el desarrollo turístico.

En este punto: Población – comunidad es en el que a través del municipio se está trabajando actualmente, para que los propios caldereños tomen conciencia del valor cultural que tienen y de lo que representa su identidad para el turismo, ya que en general no son conscientes del por qué los turistas ven a La Caldera como símbolo de Tierra Gaucha (slogan del municipio).

U punto central es esta toma de conciencia, pero sabemos que genera controversia, porque quién es el indicado para que los caldereños tengan noción de su identidad y cultura:

- el sector privado que viene a invertir e incentivar el desarrollo, por lo tanto con intereses propios.
- el municipio poniendo en marcha políticas públicas, que tiendan a una mejor calidad de vida e incentivar el rol de los ciudadanos caldereños.
- el mismo caldereño, que a través de esa toma de conciencia sea capaz de transmitir y retransmitir esa cultura adquirida y generada en el tiempo.

Sabemos que cada uno pondrá énfasis en una visión parcial en lo que se refiere a cultura e identidad:

- el sector privado buscará resaltar aquellos valores que sean atractivos para el turista.

- El municipio como representante directo del Estado y de las políticas públicas, buscará un equilibrio entre tradición y modernización (crecimiento-desarrollo). Por otro lado, no puede dejar de lado esos valores culturales que hacen de La Caldera un lugar único, que atrae a inversores y que esto posibilita un crecimiento económico. <por lo tanto, el equilibrio es la mejor manera de participar y acercar la comunidad a los sectores privados (inversores).
- El caldereño: debe ser conciente del valor cultural que tiene, pero que eso no significa o que no debe traducirse en ponerle un valor a la cultura e identidad, como si fuera una mercancía que se introduce en el mercado.

Con esto nos adentraríamos en una cuestión que merece ser tenida en cuenta y expuesta, como es la Patrimonialización y sus implicancias, aunque no la abordaremos en este trabajo, pero que sí consideramos oportuno y pertinente mencionarlo.

#### IV – CUESTIONES PENDIENTES

1. **El cambio cultural:** Que nos permita pensar el Estado en términos éticos, de proyecto integral que defina nuestro futuro como sociedad. En ese marco, ¿cuáles serían estos principios? ¿sobre que cuestiones tenemos que trabajar?
  - Una ética pública basada en la responsabilidad
  - Formación e identidad
  - Pensar y no ser pensado.
2. *Estudio de Satisfacción de los Visitantes* relevamientos de satisfacción.

#### 3. El trazado de Circuitos Urbanos

- *Consulta al inventario de Atractivos Turísticos.*
- *Estudio de la situación ambiental de los principales atractivos*
- *Análisis de los puntos de vista lejanos para determinar la presencia espacial del atractivo.*
- *Determinación de los tiempos óptimos de permanencia,*
- *Estudio de los puntos de gravitación turística en el espacio urbano:*
- *Programación de circuitos:*
- *Determinación de la duración:* de medio día o de un día
- *Determinación de los puntos de partida, recorridos, lugares de detención y tiempo de permanencia en cada atractivo,*
- *Determinación de los servicios complementarios*
- *Preparación del contenido de la información*
- *Preparación de la folletería auxiliar*

4. *Globalización de los factores de desarrollo* hoy es necesario reflexionar desde una óptica amplia del desarrollo del territorio

- Respetar el paisaje para que pueda ser visto por los turistas, pero también para que sea visto por los propios ojos de los habitantes
- El paisaje es también el lugar de localización de las industrias y de las actividades del mañana
- Comunicar externamente es comunicar ante todo internamente. Cuando no concuerda la identidad comunicada con la identidad real, existe una disfuncionalidad y una rebelión contra la imagen turística y por supuesto contra el mismo turista
- Rehabilitar su patrimonio no inmovilizarlo en la historia y su pasado nostálgico es "refuncionalizarlo" para crear un hilo conductor entre el pasado y el presente
- Desarrollar el turismo no se limita a instalar nuevos alojamientos turísticos de acuerdo a normas internacionales. Las necesidades de higiene y confort del turista no deben hacer olvidar que la creación del
- "producto" como tal es responsabilidad del político, del ciudadano y del empresario.

Entender entonces que la identidad no significa congelar un momento, sino que es un proceso: se construye cotidianamente, por una parte con la especificidad territorial, humana, histórica y geográfica y por otra; con el presente-que sólo puede ser comprendido como la proyección del futuro-. La armonía construida a partir de una identidad encerrada en un pasado soñado no puede sobrevivir mucho tiempo a las presiones del entorno, y sólo deja el gusto amargo de la ilusión perdida.

El turismo, factor de desarrollo económico, debe saber comprometerse en la nueva vía de la identidad dinámica y no caricaturizarse. De esta manera el turismo participará del futuro de la identidad de la sociedad.

5. Reconsiderar el patrimonio como un proceso necesario e inerte al creciente turismo como práctica social.
6. El producto turístico y la identidad territorial.

## V- REFLEXION FINAL

La construcción de la sociedad local es el desafío del Estado municipal, debe ser el promotor del proyecto que funda la identidad y el desarrollo humano de quienes conviven en él. Este es el rol que está llamado a cumplir, en el escenario de la globalización, debe ser quien organice y dé sentido a las políticas que se aplican en el territorio; asumiendo sus debilidades, planteándose el desafío de su propia transformación, debe ser capaz de convocar y ordenar las voluntades que se relacionan, de una u otra manera, con el espacio local.

A la comunidad territorio, también pueden potenciarla hasta límites insospechados, si el municipio está en condiciones de planificar una estrategia que supere viejos organigramas y temores. El fin último será entonces *construir comunidad*.

### **La necesaria reforma municipal**

Resulta imperioso impulsar una profunda reforma municipal de manera tal que se posibilite un efectivo cambio en el rol que en adelante deberá tener La Caldera, a efectos de asumir un protagonismo central en la mejora de la calidad de vida de los habitantes

El modelo municipal, agente central del desarrollo humano –social, político, económico y cultural, y por lo tanto, con un rol activo en la mejora de la calidad de vida de los habitantes en general y de los excluidos en particular, con responsabilidad en la integración del conjunto a un proyecto colectivo, a partir de la preservación de la identidad, la configuración de una comunidad de pertenencia, y la postulación de un futuro posible de alcanzar en el territorio de origen. Para ello se deben considerar por lo menos dos aspectos fundamentales:

- **El fortalecimiento del compromiso social:** Ello implica identificar y promover mecanismos que permitan ejercer el protagonismo social y un control más directo y efectivo de cada gestión; la posibilidad de registrar las demandas y necesidades de cada población a efectos de su priorización y posterior incorporación en cada programa de gobierno, y concomitantemente con ello aumentar una efectiva democratización mediante un mayor grado de participación y compromiso social.
- **La mejora de la capacidad de gestión municipal.** El nuevo rol asignado a las administraciones municipales necesariamente requiere de organizaciones gubernamentales que, además de poder asumir sin temores ni tapujos una más directa participación social, puedan responder en forma efectiva en el liderazgo y/o acompañamiento del desarrollo local y regional, a los efectos de elevar el nivel de desarrollo humano alcanzado hasta el presente. Ello implica trabajar en forma muy activa en la formación y capacitación de los agentes y funcionarios públicos involucrados, como así también en la incorporación de aquellos medios y sistemas disponibles para alcanzar los objetivos propuestos: metodologías de planificación con enfoque estratégico para la presentación de un Plan de Gobierno, gestión por resultados, control de gestión, mejora de los sistemas y procedimientos administrativos, mejora de los sistemas de información y métodos de comunicación, aumentando los niveles de transparencia en todos los niveles de gobierno.

Por lo expuesto, la reforma deberá contemplar:

- Redefinir el rol del municipio y por lo tanto de sus competencias, en el marco de una descentralización progresiva y una autonomía creciente. La redefinición del rol deberá contemplar la participación activa del municipio en cuestiones de desarrollo social, económico-productivo, territorial y cultural.
- Favorecer e impulsar una mejora en la gestión pública a través de la aplicación de políticas que fomenten el desarrollo integral de cada región a través de:
- Promover formas asociativas intra e intermunicipales para la realización de programas y/o acciones que efectivicen el desarrollo local y regional, en la convicción de que el mismo (desarrollo local) está vinculado a la región, la provincia y la Nación.
- Posibilitar que el ejecutivo provincial utilice distintas formas de regionalización (ya existentes o a crearse) como instrumento de aplicación de políticas públicas en el

territorio de acuerdo a las necesidades, criterios y prioridades que se adopten en diversas áreas de gobierno (regiones sanitarias, de seguridad, para la promoción del desarrollo, tributarias, educativas, etc.)

- Rejerarquizar el rol del Concejo Deliberante y promover mecanismos alternativos de participación, a fin de que se efectivice y canalice una mayor participación social, lo que permitirá aumentar la identidad comunitaria y el compromiso social con el proyecto de gobierno.
- Realizar una necesaria diferenciación del municipio en función de sus característica social, cultural, educacional, geográfica, poblacional y económica; a efectos de adecuar en un nuevo marco legal, las reales necesidades y/o posibilidades de realizar una gestión acorde con las diferentes realidades y potencialidades de cada municipio

## VI – BIBLIOGRAFIA

- Territorios, identidades y federalismo. Ed. Edhasa. Bs. As. 2008.
- **SCHWEINHEIM, Guillermo** “Innovación en Administración, gestión y políticas públicas: ¿Es idéntico a modernización? En INAP-DIRECCION NACIONAL DE ESTUDIOS Y DOCUMENTACION. 1998.
- **SCHWEINHEIM, Guillermo** “¿Podría una institucionalidad administrativa republicana contribuir a la transición política después de una crisis? Lecciones de la República Argentina” en REVISTA DEL CLAD REFORMA Y DEMOCRACIA. N° 27. Caracas. Octubre.2003.
- **SCHWEINHEIM, Guillermo** “Política y Gestión Pública”. **RODRIGUEZ, Héctor BERNAZZA, Claudia** “Gestión Pública a nivel provincial”. Diplomatura FLACSO. Mayo.2007.
- **CRAVACUORE, Daniel** “Gestión Pública a nivel local”. Diplomatura FLACSO. Mayo.2007.
- **CRAVACUORE, Daniel, ILARI, Sergio y VILLAR, Alejandro** “La articulación en la gestión municipal. Actores y políticas”. Universidad de Quilmas. Bs.As.
- **GARCIA DELGADO, Daniel** “Introducción: Nuevos escenarios locales. El cambio del modelo de gestión” en HACIA UN NUEVO MODELO DE GESTION LOCAL. Municipio y Sociedad Civil en Argentina. FLACSO.
- **RODRIGUEZ, Héctor** “Control de políticas públicas”. FLACSO. Junio. 2007.
- **RODRIGUEZ, Héctor** “Administración pública y corrupción, los límites de la estrategia normativa y de información ciudadana”.
- **COMADIRA, Julio Rodolfo** “Función pública y corrupción. Consideraciones introductorias sobre la Ética y la Ética Pública.
- **MARCO del PONT, Mercedes** “Política Económica”. Diplomatura FLACSO. Julio.2007.
- **KOSACOFF, Bernardo** “Desarrollo económico”. Diplomatura FLACSO. Julio.2007.
- **QUETLAS, Fabio** “Desarrollo territorial”. Diplomatura FLACSO. Julio.2007.
- **ALTSCHULER, Bárbara** “Desarrollo local”. Diplomatura FLACSO. Agosto.2007



## ANEXO – CARACTERISTICAS DE LA LOCALIDAD DE LA CALDERA.

Tierra de gauchos, tradición y tranquilidad, **La Caldera** aparece hacia el norte de la ciudad de **Salta** luciendo orgulloso sus privilegios turísticos. Enclavado en el **Valle de Lerma**, en el punto medio de un camino de cornisa que conduce desde esta provincia hacia la de Jujuy, este poblado sorprende gratamente con su mezcla de cultura y naturaleza.

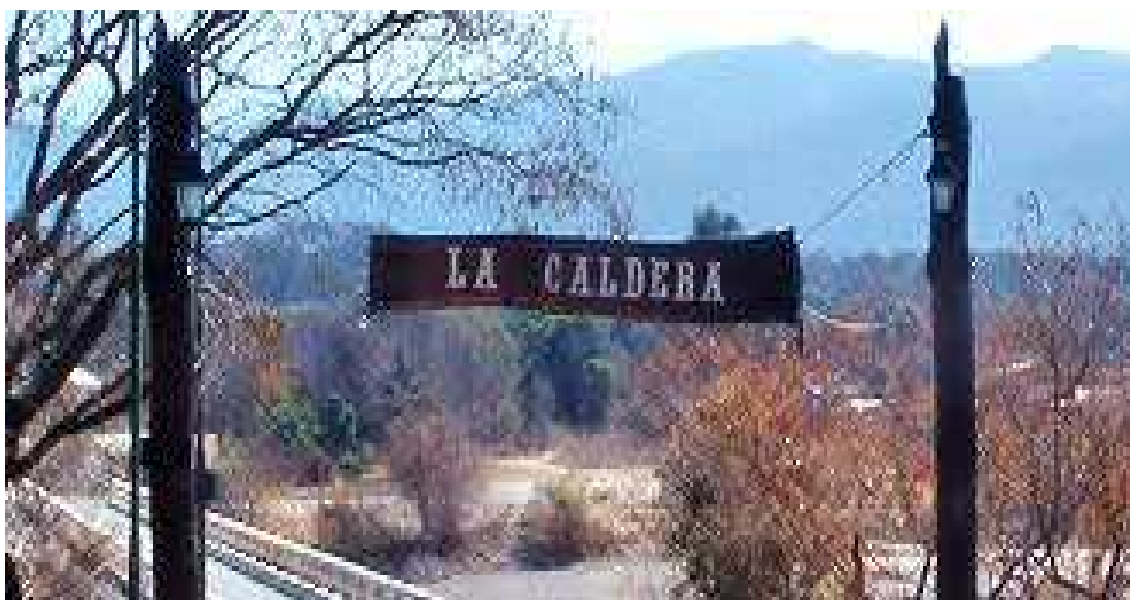


Imagen - [Argentinaturismo.com.ar](http://Argentinaturismo.com.ar)

**La Caldera** ostenta sus calles simples y frondosamente arboladas, mientras el fondo del paisaje lo trazan el cielo siempre azul, y los cerros verdes que hacen de marco natural a la monumental imagen del **Cristo Penitente**.

Un **río** que repite su nombre corre a la vera de **La Caldera** sumando atractivo y posibilidades recreativas a la cartelera de este pintoresco poblado cuya imagen arquitectónica remite al Siglo XIX, lo que puede observarse transitando el **casco histórico** extendido a ambos lados de la calle principal General Güemes, con sus viviendas de estilo rural y sus típicas galerías orientadas a la calle.

Alternativa ideal para quienes prefieren distanciarse del urbanismo de la ciudad capital en busca de la apacibilidad relajante de un sitio donde la estadía no carezca de la más afortunada comodidad, **La Caldera** invita a conocer su territorio, y a disfrutar sin preocupaciones de su maravilloso entorno, en el cual destaca por sus condiciones y propuestas el **Dique Campo Alegre**.

### **Reseña**

Tierra de gauchos ubicada a solo 22 Km. de la ciudad de Salta Capital; sus blancos caseríos a orillas del río Caldera conserva todavía sus calles caprichosamente simples, arboladas, pulcras y apacibles. Su edificación tipo colonial conserva las características de los pueblos en donde un gaucho se ve pasar en su caballo realizando compras, tramites y otros quehaceres. La fecha de natalicio de la Caldera puede señalarse el 30 de septiembre de 1.591 cuando la hacienda de La Caldera fue entregada al superior provincial de la compañía de Jesús Padre Juan Fonte por las autoridades gubernamentales. Los padres jesuitas de establecieron con una misión dedicada a Ntra. Señora de Rosario de Copacabana;

### **histórica**

estos padres jesuitas trabajan de maestros, artesanos y obreros; bajo su orientación se cultivaron amplios campos y en las montañas crecía el ganado vacuno, caprino y ovino. Se fue formando una importante población entre españoles, indios y unos pocos negros.-

Por el año 1615 La Caldera figura en los títulos a nombre del padre Pedro Pimental y tomando el nombre de "Estancia de La Caldera" favorecido por el asentamiento de los religiosos y el florecimiento económico de la zona.-  
Previo al nacimiento del y como antecedente histórico alrededor de 1565 el presidente de la Audiencia de Charcas designó al Capitán Martín de Almendras para que iniciara una nueva ruta de penetración por la Quebrada de Humahuaca; al morir Almendras en la lucha con los naturales el Capitán Jerónimo de Alanís se hizo cargo de la expedición de la cual formaba parte el Capitán Juan de Siancas quien también muere en la zona del hoy Mojotoro – Lavayen.-  
Puede decirse que la misión de La Caldera fue la que mejor se desarrolló en la jurisdicción de Salta por alrededor de 230 años; una vieja tradición habla de molinos, explotación de minas y de una famosa curtiembre en la zona de El Angosto.-  
Hacia fines del siglo XVIII.-La Caldera fue lugar de paso obligado en la Ruta que unía a Salta con Jujuy y las poblaciones del alto Perú en el derrotero de postas, caminos y leguas desde Buenos Aires a Potosí

### ***Orígenes del Nombre La Caldera***

Existen dos versiones que pueden servir como ilustrativas en cuanto al origen del nombre de La Caldera una de ellas nos habla de la existencia en la época de la evangelización, un jesuita de apellido Caldere del cual podría derivar el nombre caldera otra versión nos habla de una fundición de plomo la cual contaba con una gran fuente de agua cristalina y que se asemejaba a una caldera de allí que fue adquiriendo importancia económica hasta conocerla como La Caldera.-

### **Leyenda Popular**

**Entre montañas y ríos está el pueblo de La Caldera, lleno de misterios. Por el Camino al Cristo, surcado de inmensos árboles, en el silencio de la noche, el miedo rodea.**

**Según cuenta Don Pablito, en las noches de esos días de carnaval, en el Balcón de Getsemaní, detrás de unas lajas grandes, se ilumina el Toro de los Cuernos de Oro, que cuida el cementerio de los indios.**

**Allí habitaban, hace ya muchos años, los aborígenes de la zona y en ese lugar enterraban a sus muertos.**

**Con el tiempo se construyó una casona tipo colonial, rodeada de un jardín muy grande, cubierto de bellas flores, pero no la pueden habitar ya que las almas indígenas asustan a cualquiera que pase la noche en la casa, pues deambulan en ella pidiendo paz y tranquilidad.-**



# La Caldera



Fotógrafo: Juan Carlos Navamuel



Fotógrafo: Juan Carlos Navamuel

