

# Creando un lugar turístico y patrimonial

Las transformaciones en la Quebrada del Humahuaca a partir de los procesos de construcción de atraktividad turística y patrimonialización

Autor:

Troncoso, Claudia Alejandra

Tutor:

Manzanal, Mabel

2008

Tesis presentada con el fin de cumplimentar con los requisitos finales para la obtención del título Doctor de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires en Antropología

Posgrado

**Tesis de doctorado**

**Creando un lugar turístico y patrimonial: las transformaciones en la Quebrada de Humahuaca a partir de los procesos de construcción de atraktividad turística y patrimonialización**

**Tesista: Claudia Alejandra Troncoso  
Directora: Dra Mabel Manzanal  
Co-Director: Mg. Rodolfo Bertoncello**

**Instituto de Geografía. Facultad de Filosofía y Letras  
Universidad de Buenos Aires**

**marzo de 2008**

*A Juan Carlos Pons y Nilda Alicia Zunino*

# Creando un lugar turístico y patrimonial: las transformaciones en la Quebrada de Humahuaca a partir de los procesos de construcción de atraktividad turística y patrimonialización

## Índice

<b>Agradecimientos</b> .....	8
<b>Introducción</b> .....	11
<i>Los desafíos teóricos</i> .....	15
<i>Las motivaciones de la investigación</i> .....	16
<i>Las preguntas y las hipótesis que orientaron el trabajo</i> .....	17
<i>Los objetivos de la investigación</i> .....	18
<i>La organización de la tesis</i> .....	20
<b>Parte I. Enfoque teórico-metodológico. La relación entre turismo, patrimonio y valorización de los lugares</b> .....	24
<b>Capítulo 1. Las propuestas para pensar el turismo desde la geografía</b> .....	25
1.1. Las formas tradicionales de entender la geografía del turismo .....	26
1.2. Pensando el destino turístico: la utilidad del concepto de lugar .....	32
1.2.1. La especificidad de los lugares: antecedentes en los abordajes de la geografía .....	33

1.2.2. Actualizando el concepto de lugar.....	37
1.2.3. El turismo y la valorización de los lugares.....	44
1.3. Las nuevas formas de pensar el lugar para estudiar destinos turísticos.....	47

Capítulo 2. El turismo como práctica social y su relevancia en la esfera económica..... 50

2.1. Los grandes temas en torno al estudio del turismo .....	51
2.1.1. Enfoques tradicionales y críticos en los estudios turísticos .....	54
2.2. El turismo: una práctica social de la modernidad .....	57
2.3. Pensando el turismo desde la producción.....	59
2.4. Pensando el consumo turístico .....	61
2.4.1. El consumidor-turista. Entre la adaptación a lo dictado por el mercado y la elección .....	64
2.4.2. El consumo turístico como forma de diferenciación social.....	67
2.5. El turismo y las oportunidades para el desarrollo .....	68
2.6. Producción y consumo en los procesos de valorización turística de los lugares .....	77

Capítulo 3. La valorización turística de los lugares y el proceso de construcción de atraktividad turística..... 80

3. 1. Las miradas tradicionales en el estudio de los atractivos turísticos .....	81
3. 2. Las miradas críticas. El proceso de construcción de la atraktividad turística.....	83
3.2.1. La mirada turística de Urry.....	84

3.2.2. Las discusiones en torno a la autenticidad.....	86
3.2.3. La dimensión simbólica de la construcción de atraktividad.....	88
3.2.4. Prácticas turísticas y no turísticas en la construcción de atraktividad: los actores involucrados .....	90
3.2.5. La promoción turística y la construcción de atraktividad.....	92
3.3. La atraktividad turística y la calificación de los lugares.....	94

#### Capítulo 4. Las particularidades del patrimonio como atractivo turístico.

Valorización y revalorización de los lugares de destino turísticos .....	99
4. 1. La valorización del patrimonio: breve reseña histórica .....	100
4.1.1. La internacionalización del patrimonio: la UNESCO y las declaraciones de Patrimonio Mundial de la Humanidad.....	103
4.2. Las formas tradicionales de concebir el patrimonio. El patrimonio como esencia de la identidad y la cultura .....	107
4.3. Las miradas críticas. El patrimonio como resultado de un proceso social .....	110
4.3.1. El proceso de patrimonialización: la activación patrimonial y la creación de referentes simbólicos de la identidad .....	112
4.3.2. Los actores involucrados en los procesos de patrimonialización. Poder político, poder económico y saber científico .....	114
4.4. Atraktividad y valorización turística del patrimonio .....	116
4.4.1. Las visiones en torno a la positividad y negatividad de la valorización turística del patrimonio.....	117
4.4.2. Las visiones sobre el turismo y sobre su participación en el proceso de patrimonialización .....	120
4.5. Valorización y revalorización de los lugares turísticos a partir de los procesos de patrimonialización .....	122

4.5.1. Patrimonio, turismo y mercantilización de los lugares .....	124
--	-----

Capítulo 5. El trabajo con las fuentes de información .....	127
---	-----

5.1. La construcción de la evidencia empírica. Algunas aclaraciones .....	127
---	-----

5.2. La utilización de fuentes de información en los capítulos de la tesis .....	136
--	-----

5.3. Las transformaciones en la Quebrada durante el proceso de investigación .....	141
--	-----

5.4. Aclaraciones vinculadas a la conceptualización de lugar .....	142
--	-----

**Parte II. Valorización turística de la Quebrada de Humahuaca: creando un lugar turístico y patrimonial ..... 145**

Capítulo 6. La Quebrada de Humahuaca desde múltiples miradas .....	146
--	-----

6.1. La Quebrada de Humahuaca: el valle .....	147
---	-----

6.2. La Quebrada de Humahuaca: su pasado.....	149
---	-----

6.3. La Quebrada de Humahuaca: la ruta histórica .....	151
--	-----

6.4. La Quebrada de Humahuaca productiva.....	152
---	-----

6.5. La Quebrada de Humahuaca: sus aspectos socioculturales .....	154
---	-----

6.6. Las múltiples formas de caracterizar el lugar .....	163
--	-----

Capítulo 7. El turismo en la Quebrada de Humahuaca.....	165
---	-----

7.1. El turismo en la Quebrada de Humahuaca durante el siglo XX.....	166
--	-----

7.1.1. Las villas veraniegas de principios de siglo.....	167
--	-----

7.1.2. La consolidación del turismo en la Quebrada.....	169
7.2. El crecimiento del turismo a partir de fines de la década de 1990.....	173
7.2.1. La Quebrada en los circuitos del turismo regional.....	175
7.2.2. La evolución de la llegada de turistas a la Quebrada .....	177
7.2.3. La conformación de una nueva oferta turística en la Quebrada .....	181
7.2.4. Los circuitos turísticos dentro de la Quebrada .....	188

Capítulo 8. La construcción de atractivos turísticos  
en la Quebrada de Humahuaca: el retrato de la Quebrada turística ..... 191

8.1. Paisaje y clima como atractivos turísticos de la Quebrada.....	192
---	-----

8.2. La Quebrada como representante del mundo andino: de las “civilizaciones muertas” a la “cultura viva” .....	197
--	-----

8.3. La armonía entre paisaje y cultura en los procesos actuales de construcción de la atraktividad quebradeña .....	204
---	-----

8.4. Similitudes y diferencias en la construcción de la atraktividad de la Quebrada .....	206
--	-----

8.5. El retrato cambiante de la Quebrada de Humahuaca: el lugar turístico y sus transformaciones a lo largo del tiempo .....	210
---	-----

8.6. A modo de cierre. La Quebrada que se ofrece: atractivos y consumo turístico .....	218
---	-----

Capítulo 9. La patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca  
En el proceso de la construcción de atraktividad turística ..... 221

9.1. Antecedentes del proceso de patrimonialización de la Quebrada.....	222
--	-----



9. 2. La propuesta de patrimonialización de la Quebrada presentada ante la UNESCO.....	223
9.2.1. La Secretaría de Cultura de Jujuy y su liderazgo en el proceso de patrimonialización.....	225
9.2.2. La definición del área a ser declarada en el documento de la propuesta ....	226
9.2.3. La definición de los elementos y características que justifican la patrimonialización de la Quebrada .....	227
9.3. Las selecciones en el proceso de definición de la Quebrada patrimonial .....	234
9.4. La gestión patrimonial participativa .....	239
9.4.1. La creación de la Unidad de Gestión de la Quebrada de Humahuaca .....	240
9.4.2. La incorporación de la población local a la gestión .....	243
9.5. La designación patrimonial y la promoción turística .....	250
9.6. Las lecturas del patrimonio .....	253
9.7. A modo de cierre. La Quebrada de Humahuaca como lugar patrimonial.....	259
Capítulo 10. En busca del desarrollo para la Quebrada de Humahuaca a través del turismo: la legitimación de la política turística .....	264
10.1. Apelando a las virtudes de la relación entre turismo y patrimonio .....	265
10.2. La política turística para la Quebrada de Humahuaca: las bases de su accionar .....	266
10.2.1. El contexto y las premisas.....	266
10.2.2. Las expectativas acerca del turismo .....	268
10.3. Los proyectos para incentivar el turismo .....	269
10.4. La participación como propuesta de inclusión .....	281
10.4.1. La participación en la gestión del turismo.....	283

10.4.2. La participación en el mercado laboral turístico.....	288
10.4.3. La participación en la creación de emprendimientos turísticos.....	290
10.5. El turismo como oportunidad: de las expectativas de participación a las realidades .....	293
10.6. A modo de cierre. La política turística para la Quebrada de Humahuaca: las bases de su accionar revisadas .....	300

Capítulo 11. La estetización de la Quebrada de Humahuaca: las transformaciones del lugar turístico .....

11.1. El consumo turístico del patrimonio quebradeño.....	310
11.2. Los cambios en el paisaje quebradeño .....	311
11.2.1. Las normativas.....	312
11.2.2. La nueva arquitectura quebradeña.....	317
11.2.3. La señalización turística .....	326
11.2.4. La Quebrada observada: recorridos y puntos panorámicos .....	328
11.3. El patrimonio quebradeño, estetización y adaptaciones para el consumo turístico .....	330
11.4. Las “objeciones estéticas” a cierto tipo de transformaciones .....	336
11.5. A modo de cierre. La estetización de la Quebrada.....	342

Capítulo 12. La Quebrada disputada. Disonancias en el proceso de creación de una Quebrada turística y patrimonial .....

12. 1. El patrimonio tiene propietarios. La dinámica del mercado inmobiliario en la Quebrada .....	351
12. 2. La calidad de vida y la calidad de los servicios turísticos amenazadas .....	356

12. 3. Turismo, patrimonio y las identidades quebradeñas .....	361
12. 4. Espacios de uso compartido y espacios de uso Excluyente: “En enero se pierde la plaza” .....	369
12. 5. En busca de un destino de calidad: “¿Qué turismo queremos?” .....	375
12.6. Las manifestaciones contra el turismo y la patrimonialización.....	381
12.7. A modo de cierre. La Quebrada disputada .....	390
<b>Conclusiones generales</b> .....	396
<i>La creación de un lugar turístico y patrimonial en la Quebrada de Humahuaca: las contribuciones para pensar las relaciones entre turismo, patrimonio y valorización de los lugares.....</i>	401
<i>Propuestas para futuras indagaciones acerca del turismo en la Quebrada de Humahuaca</i> .....	418
<b>Referencias bibliográficas</b> .....	420
<b>Fuentes utilizadas</b> .....	435
<b>Anexos</b> .....	445
Anexo 1. Cuadros .....	446
Anexo 2. Listado de entrevistados .....	451

## **Agradecimientos**

Quiero agradecer a todas aquellas personas que de distintas maneras acompañaron el proceso de realización de investigación, de la cual esta tesis es parte. Agradezco especialmente:

- al Mg. Rodolfo Bertoncello, quien orientó el trabajo de esta tesis, brindando su experiencia, conocimiento y reflexiones acerca de las temáticas vinculadas a la geografía del turismo, así como sus valiosos comentarios al trabajo aquí realizado
- a la Dra. Mabel Manzanal, quien aportó su conocimiento y experiencia al realizar observaciones, comentarios y sugerencias sumamente pertinentes
- a la Dra. Perla Zusman, quien leyó en parte el presente texto realizando comentarios de relevancia e interés
- a la Lic. Carla Lois, con quien he compartido el interés por distintas temáticas geográficas que gratamente nos ha permitido trabajar juntas en más de una oportunidad
- a la Lic. Mariana Arzeno, con quien comparto desde hace años el interés y la reflexión sobre distintos procesos que tiene lugar en la Quebrada de Humahuaca

A mis amigas Mariana Arzeno y Carla Lois agradezco especialmente su constante e inestimable apoyo en el proceso de realización de la investigación y de elaboración de esta tesis.

- a la Prof. Analía Almirón, colega con quien compartí parte de la formación en las temáticas sobre turismo y la autoría de varios trabajos
- al Lic. Lucas Ramírez, colega que elaboró la cartografía sobre la Quebrada de Humahuaca presente en esta tesis
- a la Lic. Mariana Gómez y el Lic. Diego Kuper, con quienes compartí diversas discusiones y actividades en el marco de proyectos y grupos de trabajo
- a los colegas que compartieron conmigo sus reflexiones y sus experiencias vinculadas a la investigación: Gabriela Karasik, Andy Newsham, Mónica Flores Klarik, Virginia Manzano, Roxana Nenadic, Diego Ríos y Marcelo Acerbi.
- a todas aquellas instituciones a las que recurrí y al personal que trabaja en ellas:

. a Elena Belli, Cristina Argañaraz y Santos Aramayo (Instituto Interdisciplinario Tilcara de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires)

- . a Cecilia Rolón y Cristina Morales (Secretaría de Turismo de Nación)
- . a José Luis Martearena, Elena Mateo, Julieta Calamaro, Francisco Cornell, Angelina Cerone, Sandra Olmos, Gustavo Arévalos y Rubén Moneris (Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy)
- . a Silvia Ángelo, Néstor José, José Caro y Sebastián Pasín (Unidad de Gestión de la Quebrada de Humahuaca, Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy)
- . a Eduardo Escobar, Félix Pérez, Fernando Gaspar, Juan Carlos Torrejón, Marcelo Volante y Norma Suárez (Municipalidad de Tilcara)
- . a Gustavo Chorolque (Comisión Municipal de Purmamarca)
- . a Karina Paniagua (Municipalidad de Humahuaca)
- . a Juan Carlos Murga (Delegación Jujuy de la Agencia del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social)
- . a Susana González (Dirección Provincial del Trabajo del gobierno de Jujuy)
- . a José Vargas (Unión de Trabajadores del Turismo Hotelero y Gastronómicos de la República Argentina –UTHGRA- seccional Jujuy)
- . a Enrique Gaspar (Consejo Federal de Inversiones –CF-), Agencia Jujuy)
- . a Fernando Medina (Fundación Jujeña para el Desarrollo Sustentable –Fujudes-)
- . al Consejo de la Microempresa
- . a la Dirección Provincial de Planeamiento, Estadística y Censos de la provincia de Jujuy
- . a la Casa de la provincia de Jujuy en Buenos Aires
- . a los Museos Soto Avendaño (Tilcara), Terry (Tilcara), al Museo de la Vida Campesina (Cauqueva) y al Centro de Interpretación de Volcán.
- . a la Secretaría de turismo de la provincia de Salta
- a las siguientes bibliotecas y archivos: Biblioteca del Instituto Interdisciplinario Tilcara “Rebeca M. Wells de Marqués Miranda” (Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires); Biblioteca Popular de Jujuy (secciones Autores Jujeños y Hemeroteca); Biblioteca Popular de Tilcara “Bartolomé Mitre”; Biblioteca Popular de Humahuaca; Biblioteca Nacional; Biblioteca del Congreso de la Nación; Biblioteca del Instituto de Geografía de la Universidad de Buenos Aires; Biblioteca del Museo Etnográfico de la Universidad de Buenos Aires; Biblioteca del Consejo Federal de Inversiones; Biblioteca del Museo Etnográfico de la Universidad de Buenos Aires; Archivo Histórico de la provincia de Jujuy; Archivo Municipal de Tilcara.
- a las personas que gentilmente se prestaron a ser entrevistadas durante la realización de la investigación: David Gordillo, Teresa Casasola, Ramón, Elba Vilte, Teresa Calvo, Adrián García del Río, Luz Manfredi, Horacio Galán, Titina Gaspar, Luis Vilte, Carlos Cabrera, Oscar Branchesi, Luis Grenni, Chalú, Beto, Tupaq, Cachamay, Susana Bosc, Carlos Márquez, Armando Álvarez, familia Vargas, administración de Huaira Huasi, Mercedes Costa, Roberto, Walter Apaza, Carlos Antoraz, Carlos, Guido, Ariel Mosca, Ramón Serapio, Gabriela Parra, Mercedes Ramírez de Irureta, Guillermo Durand, Luci

Jara, Dionisia Medina, Laura Paredes, Angélica Machaca, Washington Arroyo, Víctor Breschter y Asunción Ontiveros Yulquila.

- a mis compañeros de la Dirección de Concursos Docentes de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires quienes apoyaron mi trabajo

- a mi familia, que fue una compañía invaluable en todo el proceso de realización de la investigación y que siguió con interés y ansiedad sus distintas instancias

## Introducción

El turismo se encuentra instalado con fuerza en la actualidad en varias esferas de la vida social. Se habla del turismo en el ámbito de la gestión pública a distintos niveles, presentándolo desde el gobierno nacional argentino como “el motor de la economía” y la oportunidad de acceder a una alternativa económica poniendo a disposición de un público amplio aquellos rasgos “distintivos” de los lugares. Entre éstos con frecuencia aparece el patrimonio como un elemento de interés particular para ofrecer al turismo. Desde la práctica profesional vinculada al turismo y los organismos internacionales y, en parte, desde el mundo académico, se comparten (y reproducen) muchas de estas ideas sobre el turismo manifestadas a partir de una profusa literatura de perfil normativo marcada por un interés por intervenir para dar solución a distintas problemáticas.

Esta forma de entender el turismo (presente en los ámbitos antes mencionados y también en el sentido común) encuentra fundamento en ciertas ideas. Muchas de ellas hablan específicamente del turismo y señalan sus virtudes, como los bajos niveles de inversión que requiere y su capacidad de alentar la presencia de varias actividades económicas y de generar ingresos y empleo donde está presente. A partir de estas ideas el desarrollo del turismo en un lugar se concretaría en la exhibición de sus atractivos turísticos, es decir, aquellas características de los mismos que resultarían de interés para los turistas. La capacidad para atraer la atención de los turistas que ostentan ciertos elementos y lugares es considerada como una condición inherente a los mismos y además, es unívoca en la medida en que es obvio qué rasgos de los lugares pueden atraer turistas y cuáles no. Así, sólo aquellos lugares que detenten cierta atraktividad tendrán la oportunidad de incorporarse a los circuitos del turismo. Frente a esta situación, la literatura ofrece propuestas sobre cómo detectar atractivos para luego incorporarlos a productos turísticos.

Dentro de estas ideas sobre el turismo, el patrimonio (visto como expresión de la esencia de la identidad y la cultura de ciertas sociedades) también es considerado una particularidad que puede ofrecerse como atractivo turístico. La presencia del turismo en los lugares que poseen cierto patrimonio, entonces, ofrecería la ventaja de generar recursos económicos y la posibilidad de disfrute y conocimiento de ese patrimonio. En la búsqueda de una solución a ciertos problemas como el desempleo, la pobreza y las crisis económicas el turismo aparece como la mejor opción para crear ingresos y beneficios en términos generales.

Un acercamiento a la literatura producida respecto de estos temas evidencia que estas afirmaciones sobre el turismo se apoyan en desarrollos conceptuales poco sólidos. En efecto, la indagación acerca de esta práctica sociocultural vinculada a diversas

actividades económicas ha sido escasa y la problematización de diferentes dimensiones del turismo, insuficiente. En general, muchas de las afirmaciones que sustentan estas ideas no se apoyan en investigaciones sobre problemáticas y casos concretos que sirvan de base y aporten elementos para reforzar dichas afirmaciones.

Además, esas formas de considerar al turismo no parecen dar respuesta a ciertos interrogantes como, por ejemplo, ¿por qué ciertos elementos que hoy son reconocidos como atractivos y como patrimonio no lo eran en otros momentos? ¿es suficiente la presencia de atractivos o del patrimonio en un lugar para desarrollar el turismo? si es así, ¿por qué el turismo se desarrolla de maneras diferentes en lugares con atributos similares? Por otro lado, ellas ofrecen respuestas poco convincentes frente a otros interrogantes como, por ejemplo, ¿en qué consiste la atractividad turística de un lugar? y ¿por qué ciertos rasgos de los lugares constituyen atractivos y otros no?

Las observaciones realizadas respecto del tratamiento del turismo que prevalece en la actualidad y los interrogantes arriba señalados, constituyen incentivos para su indagación desde las ciencias sociales. En efecto, la reflexión y el abordaje científico sobre estas temáticas permiten cuestionar los fundamentos que sostienen estas miradas fuertemente instaladas sobre el turismo y repensarlo como una práctica que valoriza la especificidad de los lugares y que se entiende en un contexto histórico, económico y sociocultural específico. Así, esta tesis se interesa por revisar las formas de pensar los vínculos entre turismo, patrimonio y valorización de los lugares a partir de ciertos desarrollos conceptuales que brinden elementos para problematizar esta relación. Asimismo, esta tarea se realiza a partir de contrastar estos desarrollos conceptuales con los resultados de una indagación empírica. En definitiva, interesa revisar ciertas formas instaladas de pensar la relación entre turismo, patrimonio y valorización de los lugares a partir de una indagación sobre un caso y poniendo en juego conceptos y perspectivas de análisis e interpretación que habiliten nuevas formas de pensar esa relación. Esto resulta relevante por dos motivos: por un lado, por la evidente necesidad de renovar las formas de reflexionar sobre el turismo -y en relación con esto desde las ciencias sociales, y desde la geografía en particular, pueden realizarse aportes enriquecedores- y, por otro, para revisar las formas de intervención en lo social que se llevan adelante como parte de las políticas que incentivan la presencia del turismo en los lugares, y que se apoyan, justifican y legitiman en esas formas de pensar el turismo.

Esta tesis aborda el proceso de valorización turística del patrimonio en un lugar específico: la Quebrada de Humahuaca en la provincia de Jujuy, Argentina. En él se asiste desde hace unos años a un proceso de desarrollo del turismo que se dio de la mano de la patrimonialización del lugar a través de la obtención de una distinción de la UNESCO. La actualidad de estos procesos, la relevancia que cobraron en la Quebrada y en la provincia de Jujuy, las transformaciones que generaron y la visibilidad que tomó el lugar a partir de estas transformaciones constituyen motivos que justifican la indagación en este proceso.

En efecto, la Quebrada de Humahuaca atraviesa un proceso de valorización turística iniciado a mediados de la década de 1990. En ese momento comienzan a manifestarse cambios significativos, especialmente en el aumento de visitantes nacionales y



extranjeros. A ello se agrega un hecho específico que se constituirá en un motivo más para visitar el lugar: su designación como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 2003. Sin embargo, la presencia del turismo en la Quebrada no se inicia en este momento sino que había comenzado a principios del siglo XX, con el traslado de población de otros lugares del noroeste a las localidades de este valle con fines de ocio. El turismo en la Quebrada reconoce una continuidad hasta la actualidad, caracterizada por el progresivo aumento en la llegada de turistas, la creación de infraestructura y equipamiento en el destino y en zonas cercanas (ciudades de San Salvador, Salta, San Miguel de Tucumán), las políticas de incentivación del turismo llevadas adelante por organismos estatales de nivel nacional y provincial, las inversiones del sector privado y las acciones de promoción para estimular su visita (difusión de atractivos turísticos del lugar). También el reconocimiento institucional de ciertos rasgos de la Quebrada como patrimonio reconoce antecedentes: desde la década de 1940, distintos elementos naturales y culturales de la Quebrada (capillas, áreas urbanas, etc.) fueron distinguidos con designaciones que reconocían la necesidad de su protección.

Sin embargo, en la actualidad la expansión del turismo, unida a la declaración como Patrimonio de la Humanidad, van a redefinir a la Quebrada como lugar turístico marcando una diferencia con lo que acontecía anteriormente. En esta redefinición se van a generar ciertas transformaciones que reúnen a diversos actores, intereses y acciones específicas; en definitiva, se crean nuevas formas de organización del lugar orientadas hacia el consumo turístico. Estas transformaciones se manifiestan en la presencia de nuevos actores vinculados a la prestación de servicios turísticos, a las nuevas formas de gestión del área vinculados al sector turístico estatal (como las secretarías de turismo provincial y nacional o las direcciones de turismo municipal), a la gestión patrimonial y a las distintas manifestaciones de la población quebradeña respecto de este proceso.

Estas transformaciones han generado distintos comentarios, opiniones y acontecimientos sociales. Sin embargo, parece haber consenso en considerar que lo que acontece en la Quebrada se aleja bastante de las expectativas generadas en sus inicios. En efecto, la idea de que los procesos señalados han desencadenado hoy una serie de conflictos en la Quebrada de Humahuaca, es algo que ha trascendido ampliamente este lugar e incluso el ámbito provincial. En distintos medios de comunicación frecuentemente aparecen noticias que ponen de manifiesto que la presencia del turismo en la Quebrada no es algo tan positivo como se desearía. También en algunos ámbitos de discusión académica y de la práctica profesional turística “el caso de la Quebrada de Humahuaca” es presentado como un caso paradigmático de la presencia nociva del turismo en un lugar o como ejemplo de aquello que debe evitar hacerse en materia de planificación turística y patrimonial.

Varias son las explicaciones ensayadas en un intento por establecer las causas de la situación que atraviesa la Quebrada que, en términos generales, es descrita como caótica, desordenada, descontrolada, desbordada. En este sentido, las explicaciones sobre el crecimiento descontrolado del turismo se dividen entre las que lo asocian al proceso de patrimonialización y aquellas otras que lo ligan a la crisis económica del 2001 y a la devaluación del peso argentino.

Siendo que los dos procesos se dieron casi de manera concomitante, es muy difícil conocer con certeza en qué medida uno u otro evento condujo a la situación actual. El desarrollo y las características que cobra el turismo hoy en la Quebrada sólo puede ser considerada a partir de la conjunción de ambos. Además, no es interés de este trabajo confirmar una u otra explicación de la situación. Lo que sí interesa es conocer cómo fueron desarrollándose los procesos de valorización turística y la patrimonialización de la Quebrada y cuáles son las vinculaciones entre ellos, para comprender cómo se conforma esta situación percibida como caótica o, al menos, como no convincente en términos de desarrollo. Para ello, en esta tesis se analizan el proceso de definición de atractivos turísticos en la Quebrada de Humahuaca, la patrimonialización que tuvo como punto destacado la declaración de la UNESCO, las características de la política turística tendientes a permitir la participación de la población de la Quebrada en los beneficios del turismo, las transformaciones de la Quebrada que se produjeron a partir de todos estos procesos y los conflictos asociados a los mismos.

Así, más allá de las valoraciones que caen sobre lo que acontece desde hace unos años en la Quebrada, estos cambios pueden ser interpretados a la luz de procesos más amplios de crecimiento (y transformación) del turismo como práctica de ocio durante el siglo XX y de valorización turística del patrimonio, los cuales se intensifican en las últimas décadas. Y, justamente, serán estos procesos más amplios los que permitan comprender por qué ciertas especificidades de este lugar se valorizan (y consumen) como atractivos, qué formas de valorización económica complementan estas transformaciones operadas en este lugar y cómo participa la política turística en ello.

Pero este interés por dar cuenta de un dinamismo de lo social que caracteriza a las investigaciones realizadas desde las ciencias sociales (y desde la geografía), también se ve acompañado por la intención de abordar aquellas cuestiones mencionadas al comienzo. En efecto, a la luz de la problemática de la Quebrada de Humahuaca, constituye un propósito de este trabajo responder al interés manifiesto y creciente que despierta el turismo en la actualidad, y a la intención de transformarlo en una vía para lograr el desarrollo de ciertos lugares, muchas veces a partir del patrimonio adscripto a ellos.

### *Los desafíos teóricos*

En primer lugar, esta tesis enfrenta el desafío de indagar sobre los procesos a los que se hiciera referencia, a partir de un conjunto de conceptualizaciones utilizadas con poca frecuencia en los estudios sobre el turismo. El abordaje de las formas que adquiere la valorización turística de un ámbito geográfico a partir de los desarrollos recientes en torno al concepto de lugar constituye una manera novedosa de abordar y problematizar estos procesos atendiendo a la dimensión territorial de los mismos (más aún en el contexto de los estudios del turismo en la Argentina). Asimismo, en esta tesis se considera que los atractivos turísticos, y entre ellos el patrimonio, son definidos social y culturalmente, son producto de procesos históricos, pero además son construidos por el accionar de actores concretos. Se trata de una forma poco frecuente de considerar estos elementos que tienen un papel central en los procesos de valorización turística del patrimonio. Esto

permite analizar las selecciones implicadas (qué elementos quedan dentro y cuáles fuera) en los procesos de valorización turística y patrimonialización de la Quebrada a la luz de las modas, demandas, inquietudes actuales. Por otro, permite reconocer los actores y sus intereses y propósitos involucrados en las mismas, así como la trama de actores, las alianzas y los conflictos que las definen.

En segundo lugar, esta tesis constituye un intento por dar respuesta a las necesidades de pensar y analizar procesos actuales como la valorización turística del patrimonio que, en términos más amplios, forman parte de modos actuales de consumo de cultura. En este sentido, también intenta poner a prueba la utilidad de los desarrollos conceptuales que vinculan turismo y patrimonio, considerando al patrimonio como un atractivo turístico con ciertas especificidades. Asimismo, la articulación de turismo, atractivo turístico y patrimonio con el concepto de lugar permite comprender la relevancia de la diferenciación geográfica en el consumo turístico.

Las propuestas de interpretación adoptadas presentadas como *perspectivas críticas* se introducen y desarrollan en contraposición con otras perspectivas identificadas como *perspectivas tradicionales*. Estas últimas nucleas una amplia producción de literatura especializada en distintas temáticas que se encuentran afianzadas en el campo de los estudios sobre el turismo. Estas visiones dominantes, especialmente presentes en el ámbito de ejercicio profesional del turismo, fueron permeando las formas de concebir distintos aspectos de la práctica turística.

El interés creciente por el turismo que han mostrado las ciencias sociales y las humanidades (y la geografía) desde hace unas décadas ha introducido nuevas formas de interpretar la práctica turística, así como nuevas dimensiones en su análisis. Estas nuevas perspectivas se sirven de aquellos desarrollos teóricos y conceptuales generados en el mundo científico y académico que trabajando bajo ciertos procedimientos rigurosos y con una actitud reflexiva analizan distintas dimensiones de la sociedad sin aceptar el carácter inmutable de las formas de organización social existentes y considerando la posibilidad de cambio en las mismas. Estos elementos forman parte de las denominadas *perspectivas críticas* en este trabajo. Las mismas nucleas un conjunto de contribuciones que indagan acerca de la práctica turística y del patrimonio que tienen puntos en común con las perspectivas críticas en geografía que han dado paso a los desarrollos conceptuales en torno al lugar aquí utilizados.

Esta presentación dicotómica obedece al interés por lograr una exposición de las diferencias centrales en los abordajes de las distintas dimensiones sobre la valorización turística y patrimonial de los lugares. Lejos de buscar promover una visión maniqueísta de las perspectivas de análisis existentes sobre el turismo, lo que se intenta es poner de relieve la preocupación por contribuir al desarrollo de una postura crítica que inspira a este trabajo. Así, la referencia a las propuestas tradicionales se justifica a partir de la necesidad de dar cuenta no sólo de la forma en que, en términos generales, se conciben distintos aspectos del turismo que resultan dominantes, sino también porque gran parte del accionar en materia de turismo y patrimonio está guiado por dichas perspectivas.

## Las motivaciones de la investigación

El interés por indagar acerca de los procesos de valorización turística de la Quebrada de Humahuaca reconoce motivaciones individuales y otras que nacen a partir del trabajo dentro de un grupo de investigación. Así, el trabajo de esta investigación da continuidad a tesis de Licenciatura en Geografía. En esa ocasión los intereses de la investigación se vinculaban con aspectos agrarios de la Quebrada de Humahuaca, donde específicamente se analizaban las estrategias de vida de unidades domésticas campesinas. El conocimiento de varios aspectos del lugar a partir de las sucesivas visitas que se realizaron como parte de aquella investigación suscitaba distintas preguntas sobre diferentes procesos y fenómenos. El turismo se presentaba como uno de estos aspectos de la Quebrada más llamativos por constituir algo tan presente en el lugar pero, a la vez, tan poco abordado desde el mundo académico. En el momento de comenzar esta investigación, sin embargo, la Quebrada turística estaba en las puertas de un proceso de cambio que, como se menciona más adelante, acompañó la realización de esta investigación. Así, el conocimiento previo del lugar sirvió de base para contar con cierta información que permitió contextualizar aquellos aspectos de la Quebrada vinculados con la temática de la Tesis de Doctorado.

La presente investigación comenzó a desarrollarse en el marco del proyecto UBACYT *Los Usos del ambiente en el Noroeste: dinámica, impactos, alternativas y percepciones* (Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires- Programación 2001-2003) dirigido por el Lic. Carlos Reboratti y el Mg. Rodolfo Bertoncello. Este proyecto reunía un conjunto de investigaciones sobre el noroeste argentino e incluía una línea de trabajo acerca de la valorización turística de la Quebrada de Humahuaca. El trabajo ahí realizado logró continuidad con la participación en las tareas desarrolladas en el marco del proyecto UBACYT *Discursos y prácticas territoriales. La valorización turística del patrimonio histórico-cultural y natural en Argentina* (Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires- Programación 2004-2007). Este proyecto, dirigido por el Mg. Rodolfo Bertoncello, fue el primero desarrollado en el Instituto de Geografía de la Universidad de Buenos Aires que tuvo como interés central la indagación sobre cuestiones vinculadas al turismo. El trabajo dentro de este proyecto constituyó un elemento clave para reforzar un acercamiento a las temáticas vinculadas con el turismo desde una perspectiva crítica y reflexiva.

Así, la indagación sobre las cuestiones abordadas en la tesis se vincula con intereses de investigación que se inscriben en la conformación de este grupo de investigación, abocado a consolidar una línea de trabajo que discute principalmente la relación entre el turismo y territorio, pero que enriquece esta relación con la incorporación de otras dimensiones como la construcción de atractividad turística, la valorización turística del patrimonio y la vinculación entre turismo y desarrollo. El trabajo de este grupo se consolidó posteriormente a partir de la realización de otros proyectos de investigación acreditados y subsidiados por ANPCyT y Conicet, también dirigidos por el Mg. Rodolfo Bertoncello, y desarrollados en el Instituto de Geografía de la Universidad de Buenos Aires.

### *Las preguntas y las hipótesis que orientan el trabajo*

En esta tesis se indagan los procesos recientes de redefinición de la Quebrada de Humahuaca como un lugar turístico a partir de la formulación de ciertas preguntas que definieron el problema de investigación: ¿cómo participan los procesos de construcción de atraktividad turística y de patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca en la redefinición (transformación) de este lugar como lugar turístico? ¿cuáles son los actores vinculados directa e indirectamente a estos procesos, qué intereses los guían y qué acciones llevan adelante? ¿cómo legitiman su accionar cada uno de ellos? ¿qué puntos de convergencia y divergencia en su accionar tienen estos actores? ¿cómo se adecua la Quebrada a los requerimiento del consumo turístico? ¿cuáles son las transformaciones que esto genera?

A partir de las preguntas de investigación expuestas en este trabajo se sostienen las siguientes **hipótesis**:

1. La redefinición de la Quebrada de Humahuaca como lugar turístico es resultado de un proceso orientado a instalar ciertos atractivos turísticos que va cimentando ciertas formas de interpretar (y visitar, recorrer, consumir) turísticamente a la Quebrada. Este proceso reconoce cambios y permanencias a lo largo del tiempo y tiene como elemento más destacado la reciente declaración como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.
2. La atraktividad turística del lugar, incrementada a partir de este reconocimiento patrimonial, ha generado ciertas transformaciones en el lugar orientadas a su organización para el consumo turístico.
3. Estas transformaciones implican el accionar de varios actores (empresarios turísticos, poder político provincial, población quebradeña, organizaciones aborígenes, etc.) pero sólo algunos de ellos, fundamentalmente actores con intereses económicos y políticos vinculados a la expansión del turismo en el área, lideraron estas transformaciones.
4. Para impulsar la revalorización turística del lugar, algunos actores apelan al turismo y utilizan como argumento legitimador de su accionar la función de motor del desarrollo atribuida al turismo. Así, estos procesos se presentarán como acciones orientadas al desarrollo local en un contexto general que valoriza al turismo como una estrategia y una alternativa de desarrollo económico para situaciones (como la existente en la provincia de Jujuy) de crisis económica y pobreza.
5. No existe un acuerdo en el rumbo pretendido para estos procesos: entre los actores involucrados existen convergencias y divergencias de intereses que generan conflictos. Éstos se manifiestan en torno al uso de la Quebrada turística y patrimonial y a la apropiación de los beneficios de esta valorización turístico- patrimonial del lugar.

### *Los objetivos de la investigación*

El **objetivo general** de la tesis es:

**analizar el proceso de redefinición de la Quebrada de Humahuaca como lugar turístico y su relación con las características que adquieren la construcción de atraktividad turística, la patrimonialización por la UNESCO y las transformaciones resultantes de estos procesos, tanto en relación con la presencia y accionar de ciertos actores, como en la adecuación del lugar para permitir el consumo turístico.**

Para ello, se plantearon **objetivos específicos**. Ellos son:

1. Indagar acerca de las características del desarrollo del turismo en la Quebrada de Humahuaca, teniendo en cuenta:
  - a. las características generales de este destino turístico en sus aspectos físico-naturales e histórico y socioculturales
  - b. las características del turismo en la Quebrada a lo largo del siglo XX y en la actualidad
  
2. Analizar los cambios y permanencias en la atraktividad turística de la Quebrada a través del tiempo, teniendo en cuenta:
  - a. cuáles fueron los atractivos valorizados por la práctica turística en diferentes momentos de la historia turística de la Quebrada
  - b. quiénes, por qué y cómo promueven las formas de mirar y utilizar turísticamente a la Quebrada
  
3. Indagar acerca del proceso de valorización turística de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad, teniendo en cuenta:
  - a. los reconocimientos otorgados por otras instituciones nacionales y provinciales como antecedentes de la designación de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO
  - b. el proceso por el cual se postuló a la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO y los fundamentos y argumentos que justificaron esta postulación
  - c. las características de la política turística orientada al desarrollo de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad
  
4. Analizar las transformaciones acontecidas en la Quebrada a partir del desarrollo reciente del turismo y de la patrimonialización, teniendo en cuenta:
  - a. las transformaciones relacionadas con su organización para el consumo turístico y la protección del patrimonio
  - b. las disputas en torno a la conformación de la Quebrada como un lugar turístico y patrimonial

La **meta** de esta tesis es contribuir a lo realizado hasta el momento en el campo de la geografía del turismo desde un estudio empírico orientado por las conceptualizaciones desarrolladas a partir de las perspectivas críticas a las que se hiciera referencia. A su vez, el trabajo también se orienta a: (a) producir una reflexión conceptual que alimenta los desarrollos conceptuales disciplinares y (b) generar conocimientos empíricos de la

realidad social del país. Asimismo, se procura consolidar el trabajo realizado por el grupo de investigación dentro del cual se desarrolla este trabajo, así como también contribuir a la formación individual.

### *La organización de la tesis*

La exposición de esta tesis comienza con el desarrollo de los principales ejes que componen las perspectivas de interpretación que orientaron la indagación (*Parte I. Enfoque teórico-metodológico. La relación entre turismo, patrimonio y valorización de los lugares*). Esta primera parte está destinada a presentar los enfoques interpretativos en torno a la práctica turística y su dimensión territorial, la construcción de atraktividad turística, el proceso de patrimonialización y la valorización turística del patrimonio. Aquí se presentan las perspectivas que usualmente se utilizaron para el estudio del turismo, a la vez que se desarrollan específicamente las perspectivas utilizadas en este trabajo.

El capítulo 1, *Las propuestas para pensar el turismo desde la geografía*, realiza un recorrido por las distintas formas de pensar la dimensión territorial en el turismo, para llegar a plantear la manera en que esta dimensión es entendida en la tesis. Se presentan aquellas formas más habituales de entender la dimensión territorial del turismo y aquellas otras elaboradas desde una perspectiva crítica, para desarrollar la conceptualización de lugar y de valorización turística de los lugares como conceptos centrales utilizados en el trabajo.

En el capítulo 2 *El turismo como práctica social y su relevancia en la esfera económica*) en primer lugar se presentan los grandes temas relacionados con los estudios sobre el turismo, para luego discutir los diversos abordajes en torno al estudio de esta práctica que incluyen o se vinculan con la esfera de la producción y el consumo turísticos. Se hace referencia a los modelos utilizados para la comprensión de la producción turística (fordista y posfordista) y a las formas que adquiere el consumo turístico en el contexto más amplio de la sociedad de consumo actual, haciendo hincapié en las dimensiones culturales, sociales y simbólicas que dan sentido a este consumo. También se plantean aquellas formas de pensar y proponer la presencia del turismo como motor del desarrollo y los supuestos sobre los que se apoyan estas propuestas.

El capítulo 3 *La valorización turística de los lugares y el proceso de construcción de atraktividad turística*, aborda y define la idea de proceso de construcción de atraktividad utilizada en el trabajo. Para ello se realiza un recorrido por las nociones de atractivo turístico y atraktividad presentes en las perspectivas tradicionales y se recogen los aportes realizados desde perspectivas críticas para definir esos conceptos utilizados en la investigación. En este desarrollo, se coloca el acento en las formas en que las características distintivas de los lugares se incorporan a la comercialización de bienes y servicios turísticos.

El capítulo 4, *Las particularidades del patrimonio como atractivo turístico. Valorización y revalorización de los destinos turísticos*, analiza las formas en que se comprende la relación entre turismo y patrimonio y las características que la valorización turística de

ese patrimonio (como atractivo turístico) toma en la actualidad. Se recogen las perspectivas tradicionales en la comprensión y definición del patrimonio y también aquellas otras que lo entienden como resultado de un proceso de selección de referentes identitarios, definido por la intervención de diferentes actores. También se tiene en cuenta la relevancia de la dimensión territorial en los procesos de valorización turística del patrimonio en la medida en que ellos contribuyen a crear las especificidades de los lugares.

El capítulo 5 *El trabajo con las fuentes de información*, especifica que en esta investigación se adoptó una estrategia metodológica que combina la utilización de fuentes de información primaria y secundaria. Se exponen los procedimientos y criterios empleados en la recopilación de fuentes secundarias de información y aquellos utilizados para la generación de información primaria. Asimismo, se especifica qué tipo de fuentes fueron utilizadas en cada capítulo y con qué propósito. Además, se mencionan las decisiones metodológicas que se tomaron conforme las transformaciones que ocurrían en la Quebrada durante la investigación (y que obligaban a modificar a esta última) y aquellas referidas a la generación de información primaria en el lugar.

Las razones del desarrollo de estas cuestiones en esta primera parte de la tesis remiten a: (a) la necesidad de presentar las distintas perspectivas desde las cuales los estudios sobre el turismo, sobre la relación entre turismo y patrimonio y sobre las vinculaciones entre turismo, patrimonio y transformación de los lugares han sido abordados, y (b) la necesidad de elaborar y explicitar la perspectiva conceptual específica de este trabajo. Como ya se mencionara, la elaboración de una perspectiva conceptual crítica permitió seleccionar, generar y analizar la información empírica a la vez que guió el desarrollo de las interpretaciones de estos materiales, tarea cuyos resultados se presentan en la segunda parte del trabajo.

La segunda parte de la tesis, *Parte II. Valorización turística de la Quebrada de Humahuaca: creando un lugar turístico y patrimonial*, está destinada a realizar una presentación de la Quebrada de Humahuaca en sus aspectos generales, para luego efectuar una caracterización del lugar como destino turístico. Además concentra el análisis más específico en las cuestiones que interesan a la realización de la investigación: el proceso de construcción de atractividad de la Quebrada de Humahuaca en su vinculación con la patrimonialización de este destino y las transformaciones que estos procesos generaron en el lugar.

El capítulo 6 *La Quebrada de Humahuaca desde múltiples miradas*, expone una descripción general de la Quebrada de Humahuaca en sus aspectos físico-naturales, históricos, económicos y socioculturales basada en los antecedentes generados desde diferentes disciplinas. Esta presentación permitirá introducir ciertas dimensiones del lugar (diferentes al turismo pero vinculadas con él) que luego serán retomadas o resignificadas en el proceso de patrimonialización de la Quebrada y en el proceso de consolidación del turismo en el lugar.

El capítulo 7 *El turismo en la Quebrada de Humahuaca*, introduce las características generales de la presencia y consolidación del turismo en la Quebrada. Se presentan



brevemente los usos de la Quebrada con fines de ocio durante el siglo XX, para detenerse en una caracterización más exhaustiva del desarrollo del turismo en la actualidad, atendiendo no sólo a la consolidación de la Quebrada como destino turístico a nivel nacional sino también a su posición en distintos circuitos turísticos.

El capítulo 8 *La construcción de atractivos turísticos en la Quebrada de Humahuaca: el retrato de la Quebrada turística*, analiza cómo ciertas características de la Quebrada fueron y son valorizadas como atractivos turísticos. En especial se estudia cómo algunas características físico-naturales, ciertos rasgos culturales y también la vinculación entre sociedad y naturaleza como atractivos turísticos fueron valorizadas. En relación con esto se abordan los procesos de creación de una imagen turística para la Quebrada de Humahuaca que tiene similitudes y diferencias con la existente en otros momentos históricos. También se hace referencia a las formas de definir las características de la Quebrada turística en relación con otros destinos. Por último, se abordan los procesos de inclusión de sus atractivos en la comercialización de algunos servicios turísticos.

El capítulo 9 *La patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca en el proceso de construcción de actividad turística*, analiza el proceso de patrimonialización de la Quebrada, poniendo atención en sus antecedentes y el nuevo impulso dado al carácter patrimonial del lugar a partir de la designación de la UNESCO. Con respecto a este proceso, se tienen en cuenta los actores que participaron en un inicio y que participan actualmente desde la gestión del área declarada. En el capítulo se analizan los argumentos esgrimidos para justificar la patrimonialización, así como los procedimientos que permitieron lograr la misma e iniciar la gestión del lugar. También se indaga en la multiplicidad de actores involucrados y en los intentos por hacer partícipe a la población de la Quebrada en las instancias de toma de decisiones respecto de la declaración y gestión patrimonial. Por último, se analizan las diferentes lecturas que se realizan de esa versión del patrimonio quebradeño.

El capítulo 10 *En busca del desarrollo para la Quebrada de Humahuaca a través del turismo: la legitimación de la política turística*, analiza la política turística provincial para la Quebrada de Humahuaca llevada adelante en la década de 2000. Se exponen los principales supuestos en los cuales se apoyan los proyectos de desarrollo del turismo y se revisan las principales propuestas de los mismos. Por otro lado, se analiza el accionar del poder político que diseñó y guía esta política en tres ejes: la participación de la población quebradeña en la gestión turística, la participación de dicha población en el mercado laboral y la generación de emprendimientos turísticos a partir del acceso al crédito. Asimismo, se reflexiona acerca de los supuestos que sustentan estas propuestas de desarrollo.

El capítulo 11 *La estetización de la Quebrada de Humahuaca: las transformaciones del lugar turístico*, presenta los cambios ocurridos en la Quebrada como consecuencia de su patrimonialización y la presencia del turismo. Se analizan las normativas (explícitas e implícitas) que ordenan estas transformaciones y se indaga acerca del rol del saber experto en la definición de una estética quebradeña y las objeciones que se aplican a aquellas transformaciones del lugar consideradas inapropiadas para este sitio

patrimonial. Asimismo, se exponen aquellas transformaciones que experimenta el lugar a partir de su adaptación para el consumo turístico.

El capítulo 12 *La Quebrada disputada. Disonancias en el proceso de creación de una Quebrada turística y patrimonial*, expone las transformaciones surgidas en la Quebrada a partir de la revalorización turística reciente. Se abordan en especial algunas problemáticas signadas por el conflicto que acarrea la presencia del turismo en el lugar y su patrimonialización. Se analizan en detalle los conflictos vinculados con la dinámica del mercado inmobiliario, el acceso a los servicios públicos, el uso compartido o exclusivo de ciertos espacios por turistas y población residente, y la redefinición identitaria puesta en evidencia a partir del crecimiento del turismo y la patrimonialización.

Las *Conclusiones generales* retoman las inquietudes que dieron lugar al trabajo de investigación y las interpretaciones parciales desarrolladas en cada uno de los capítulos dedicados al análisis del proceso de valorización turístico-patrimonial de la Quebrada, y expone conclusiones generales de la investigación. También, se reflexiona acerca de los elementos que este trabajo de tesis aporta al conocimiento de la presencia del turismo en la Quebrada y a las discusiones que en el ámbito académico se brindan sobre el turismo y en especial sobre la geografía del turismo.

Por último, se presenta el listado de referencias bibliográficas utilizadas en la tesis y las fuentes de información analizadas en cada uno de los capítulos. Además, la tesis consta de dos anexos; el primero de ellos reúne cuadros con información complementaria presentada en algunos de los capítulos; el segundo, presenta un listado de las personas entrevistadas como parte del trabajo de campo.

**Parte I. Enfoque teórico-metodológico.**

**La relación entreturismo, patrimonio y valorización de los lugares**

## **Capítulo 1. Las propuestas para pensar el turismo desde la geografía**

Este capítulo realiza un recorrido por las distintas formas de pensar la dimensión territorial en el turismo, para llegar a plantear la manera cómo esa dimensión es entendida en la tesis. El interés en realizar este recorrido está orientado por el objetivo de analizar el proceso de redefinición de la Quebrada de Humahuaca como lugar turístico, poniendo énfasis en las características que adquieren los procesos de construcción de atraktividad turística y patrimonialización, y las transformaciones generadas por los mismos. Para esto, en primer lugar se presentan las formas más tradicionales de entender la dimensión territorial del turismo, es decir, aquellas concepciones de territorio, espacio, lugar que caracterizan a gran parte de la literatura sobre turismo. Interesa esta presentación porque lo desarrollado en esta tesis se contrapone a ellas, en un intento de utilizar perspectivas críticas para pensar esta dimensión territorial de la práctica turística. También se introducen brevemente las perspectivas críticas en el estudio de la dimensión territorial del turismo que serán desarrolladas a lo largo de la primera parte de la tesis.

En segundo lugar, se presentan las distintas formas en que fue concebido el concepto de **lugar** desde la geografía. Luego de la presentación de las formas de entender este concepto por la geografía clásica se exponen aquellas propuestas para pensarlo surgidas desde la disciplina en las últimas décadas. Serán estas propuestas, especialmente aquellas surgidas de las reformulaciones realizadas con el marxismo y las elaboradas por la teoría de la estructuración, las que se presentarán con más detalle en tanto forman parte de la conceptualización de lugar utilizada en el trabajo; de estas últimas perspectivas se señalan aquellos aspectos relevantes para el estudio de los destinos turísticos en general, y para el abordaje específico de la Quebrada de Humahuaca como lugar turístico.

### **1.1. Las formas de entender la geografía del turismo**

En este punto interesa conocer las formas en que se ha concebido la geografía del turismo. Al hablar de perspectivas tradicionales se hace referencia, por un lado, a las formas de abordaje de la dimensión espacial del turismo que han surgido y que se han consolidado en el ámbito de los estudios del turismo. Por otro, el adjetivo de tradicionales alude también al hecho de que ellas adhieren (muchas veces, sin ser concientes de ello) a formas tradicionales de la geografía de comprender la dimensión espacial de procesos y fenómenos. Al hablar de geografía del turismo, específicamente en este punto, se hace referencia, por un lado, a la manera en que ha sido abordada la dimensión territorial del

fenómeno turístico en el ámbito académico, y por otro, al abordaje que desde la geografía se realizó del turismo.

Las dos acepciones de la geografía del turismo (como dimensión de la práctica turística y como especialidad temática dentro de la disciplina) permiten considerar las formas en que la dimensión territorial está contemplada en los estudios sobre el turismo pero sin restringirla exclusivamente a una mirada disciplinar. Esto es importante porque la mayoría de los estudios sobre el turismo tienen en cuenta más o menos explícitamente una concepción sobre la dimensión territorial de esta práctica, y por otro lado, porque la geografía si bien ha estado presente, no ha sido la única disciplina que abordó esta dimensión del turismo.

La manera en que el territorio es considerado en los estudios sobre el turismo ha sido materia de reflexión por parte de algunos geógrafos. En 1991 Britton en su artículo "Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism" ya señalaba la pobreza de los estudios sobre el turismo desde la geografía. Según el autor para esa fecha sorprendía que, siendo el turismo un tema de interés para los geógrafos, sólo hubiera sido abordado de una manera descriptiva y poco teorizada. Britton señalaba como una falencia central de los enfoques vigentes que hubiera cierta renuencia desde la geografía a reconocer el carácter capitalista del fenómeno turístico. Así, sostenía que el estudio del turismo desde la geografía requería un núcleo teórico más sólido que permitiera conceptualizar el papel de la práctica turística en la acumulación capitalista, la dinámica económica, y también su papel en la creación de una materialidad y de ciertos significados sociales de los lugares. También Bertonecello (2002) realiza observaciones críticas a la manera en que la dimensión territorial es tratada en los estudios sobre el turismo; el autor distingue dos formas en que la dimensión territorial ha sido considerada, señalando una tradición que pone el énfasis en los desplazamientos y otra que centró su atención en el estudio de los destinos turísticos y sus sociedades (pensados como áreas de intervención u objeto de análisis).

La idea de desplazamiento que está presente en el centro de toda forma de concebir a la práctica turística, ha sido el justificativo para poner la atención en los flujos generados por el turismo y, consecuentemente, el espacio donde ellos se establecen. Así, en muchas de las concepciones tradicionales el turismo es concebido como un desplazamiento que crea una red que une distintos puntos (de origen y de destino) sobre la superficie terrestre. Este tipo de trabajos apunta a desentrañar direcciones, sentidos e intensidades de los flujos de desplazamiento turístico que conectan distintos puntos sobre la superficie terrestre<sup>1</sup>. Estas caracterizaciones, que no por tradicionales han caído en desuso, utilizan para el abordaje del fenómeno turístico un enfoque fuertemente empirista y descriptivo (Bertonecello, 2002). El enfoque es empirista porque surge de la observación concreta de la práctica: la captación de cierta información estadística sobre el desplazamiento (origen,

---

<sup>1</sup> En este sentido es interesante remitir al trabajo de Lozato-Giotart (1987) que realiza una clasificación de distintos flujos turísticos a nivel mundial diferenciando aquellos flujos mayores y menores (definidos a partir de la cantidad de turistas por año que involucran) y de distintos destinos (clasificados como tradicionales y recientes por la cantidad de turistas que reciben y según el tipo de localización (distinguida ésta entre litoral, de montaña y urbana).

destino, medio de desplazamiento, tiempo de permanencia en el destino) permite conocer la distribución territorial del mismo<sup>2</sup>. Por otro lado, este análisis es descriptivo, porque el interés está puesto en la presentación de las particularidades que adopta el turismo en los destinos turísticos, tomando en cuenta distintos elementos que son sometidos a clasificaciones estableciendo, por ejemplo, tipos de desplazamientos, de turistas o de destinos<sup>3</sup>. En este grupo pueden incluirse publicaciones generales sobre la temática del turismo (o de la geografía del turismo) de tipo “manual”, que realizan un recorrido por descripciones de temáticas como factores del territorio que favorecen el desarrollo de la actividad turística y las ya mencionadas descripciones de tipos de destinos y actividades, además de otras cuestiones vinculadas, por ejemplo, con el ordenamiento territorial y la planificación del turismo<sup>4</sup>. Bertonecello sintetizará la forma en que es considerado el territorio afirmando que: “en estos análisis, el territorio es conceptualizado, fundamentalmente, como una especie de escenario, el lugar donde los hechos sociales ocurren; es algo externo a la sociedad, y tiene atributos que en gran medida son externos a ella, aunque la sociedad pueda transformarlos” (Bertonecello, 2002: 40).

La segunda forma de abordar la dimensión territorial del turismo consiste en el estudio específico de un área de la superficie terrestre definida como un destino, con el objeto de conocer su dinámica<sup>5</sup> y con intenciones de intervenir en el mismo (vía la planificación o a través de la política turística; véase para este caso el trabajo de Bouillon, 1985). En estos enfoques, en ocasiones, priman aproximaciones descriptivas y empiristas y a veces propositivas, especialmente cuando se procuran establecer bases para la planificación de los lugares turísticos, para estudiar cómo transformar los destinos para el turismo o, por el contrario, para evitar transformaciones consideradas negativas de los destinos por la presencia del turismo. Ejemplo de este tipo de trabajo son los documentos elaborados por la Organización Mundial del Turismo (OMT) donde se postula, por un lado, cómo

---

<sup>2</sup> Véase el trabajo de Callizo Soneiro (1991) en el que se dedica un apartado especial para tratar el tema de las dificultades de captación de la información estadística relativa a desplazamientos y pernoctes. En este trabajo la información estadística es entendida como herramienta central para dar cuenta de la práctica turística.

<sup>3</sup> Véase el libro de Barrado y Calabuig (2001) que se aboca a la descripción de las particularidades que adopta el turismo en distintos tipos de destinos, como ser el turismo en espacios litorales e insulares, el turismo en los espacios de montaña y naturales, el turismo urbano y el turismo en los espacios rurales. También sirve de ejemplo el trabajo de Fernández Fúster (1991) en el que realiza un detalle pormenorizado de las actividades vinculadas al turismo en relación a modalidades como el viaje religioso, el termalismo, las actividades en ambientes naturales (como las visitas a áreas protegidas y los deportes invernales) y las áreas dedicadas al turismo de sol y playa.

<sup>4</sup> Vera, Palomeque, Marchena y Antón (1997) realizan una presentación de los instrumentos de planificación y gestión del turismo; mientras que Callizo Soneiro (1991) presenta clasificaciones y tipologías de las formas que adquirió el desarrollo del turismo a lo largo del tiempo y en diferentes lugares.

<sup>5</sup> Véanse, por ejemplo, los trabajos de Manning y Huit en la compilación de de Kadt (1984 [1979]) que analizan el impacto del turismo en Bermuda y Sousse (Túnez), respectivamente, marcando la positividad de la presencia del turismo en el primer caso, y la negatividad en el segundo y el trabajo de Galacho Jiménez y Luque Gil (2000) sobre las transformaciones que introdujo el turismo en la Costa del Sol española. Desde una perspectiva crítica también puede consultarse el trabajo de Baldwin (2005) acerca de los cuestionamientos de la población de Antigua al crecimiento del turismo masivo en este destino.

debe desarrollarse el turismo y qué aspectos deben ser tenidos en cuenta para evitar impactos ambientales y socioculturales negativos a partir de su presencia (OMT, 1993; OMT-Sancho, 1998 y OMT, 2003).

Otro tipo de trabajos dentro de estas perspectivas indaga acerca de las condiciones de los lugares de recepción, ya sean aquellas que transforman a los lugares en potenciales destinos turísticos, como aquellas otras que, efectivamente, permiten la práctica turística con todas sus variantes en términos de atractivos, actividades, infraestructura, etc. (la llamada “vocación turística del territorio”<sup>6</sup>). Por supuesto, como lo señalara Britton (1991) estos aspectos territoriales van acompañados de la correspondiente enumeración, clasificación y descripción de tipos de turistas, actores económicos e instituciones involucradas en el turismo.

De forma sintética, la dimensión territorial en este tipo de abordaje se asocia fuertemente a la superficie terrestre como **escenario** donde ocurren desplazamientos y permanencias temporarias. Por otro lado, en la consideración de los espacios de desplazamiento y los espacios recorridos en el destino aparece una idea del espacio medido en **distancias absolutas** (un espacio geométrico) y de tiempo de viaje para cubrir esas distancias. Además, también existe una preocupación por regionalizar cartográficamente grandes áreas emisoras (que abarcarían países más industrializados) y grandes áreas receptoras a nivel mundial (las grandes cuencas del Mediterráneo, el Caribe y Asia oriental) unidas por los flujos generados en el desplazamiento (véase, por ejemplo, el trabajo de Vera, Palomeque, Marchena y Antón, 1997). Este tipo de representaciones y de concepciones acerca de la dimensión espacial del turismo a nivel planetario se apoya muy fuertemente en la división del mundo que domina muchos de los trabajos sobre turismo y que fuera sintetizado en la idea de la “periferia del placer” y los centros desde donde provenían los turistas (denominados “hordas doradas”) por Turner y Ash (1991 [1975]). Por otro lado, los análisis específicos de los lugares de acogida de los turistas, en muchos casos son abordados a la manera de los tradicionales estudios descriptivos de la geografía regional clásica (Bertoncello, 2002; Hiernaux Nicolás, 2002) incluyendo aspectos específicos vinculados con el turismo. Por último, en estos estudios el lugar de origen del desplazamiento turístico (en comparación con los espacios de desplazamiento y permanencia temporaria del turista) tiene una relevancia menor, siendo reducido sólo al “lugar de origen o de residencia habitual” del turista.

Estas formas de conceptualizar la dimensión espacial del turismo están presentes en la actualidad en una variedad de textos que abordan distintas dimensiones de la práctica. La proliferación de estas formas de concebir la dimensión territorial del turismo, al menos en la Argentina se explica, entre otras cosas, por su presencia en las instituciones

---

<sup>6</sup> Este es el nombre de uno de los capítulos del libro editado por Barrado y Calabuig (1991) en el que se señalan aquellos valores asociados al territorio que pueden ser atractivos para el turismo de acuerdo a pautas sociales que marcan las características de la demanda y la oferta. También Vera, Palomeque, Marchena y Antón (1997) realizan una caracterización de los factores de localización espacial del turismo; en general los factores hacen referencia a características físico-naturales o culturales de los lugares que son valorizadas por la práctica turística.

formadoras de expertos en turismo<sup>7</sup>. En consecuencia, estas visiones sobre el turismo también permean el accionar de la política turística en la medida en que son estos profesionales quienes llevan adelante su implementación<sup>8</sup>.

Además, en estas visiones, los rasgos de los lugares de interés para el turismo son previos a él. En consecuencia, sólo resta detectar esas particularidades (que se asumen como constituyentes de la “vocación turística del territorio”) para su explotación económica.

En general, estos abordajes tradicionales parecen responder a la idea de *ilusión de opacidad* con la cual Soja (1985) califica a algunas interpretaciones (esencialmente empiristas) de la espacialidad que focalizan en las apariencias inmediatas y superficiales sin ser capaces de ver más allá de ellas; la idea que prevalece en ellas es la de la espacialidad como una colección de cosas que pueden tener un vínculo con cierta causalidad social pero que son explicables como cosas en sí mismas, copresentes en una misma y acotada unidad espacial.

Si bien gran parte de la información generada por estas perspectivas es de utilidad, su complementación con conceptualizaciones críticas acerca de la dimensión espacial del turismo es de suma relevancia cuando el interés de la investigación está puesto en conocer las **dimensiones territoriales de una práctica social**. Los abordajes críticos sobre la dimensión territorial del turismo no son abundantes, sin embargo, en las últimas décadas la reflexión ha producido conceptualizaciones sobre el turismo en general y sobre la geografía del turismo que abren las posibilidades de construir una perspectiva diferente de análisis e interpretación de esta práctica. Aquí se realiza una caracterización general de estos aportes; más adelante, se introducen con más detalle para utilizar su capacidad interpretativa al incorporarlos en las posturas desde las cuales se aborda el proceso de transformación de la Quebrada de Humahuaca en un lugar turístico y patrimonial.

Entre los autores que presentan una mirada crítica para pensar la relación entre turismo y territorio Bertonecello (2002), por ejemplo, realiza una propuesta para pensar el territorio participando del turismo de manera constitutiva, en una relación que involucra mutuas transformaciones; este autor propone pensar el territorio turístico involucrando articuladamente los lugares de origen, tránsito y destino y comprenderlo a partir de las lógicas de cada sociedad que se concretizan en un ámbito geográfico. El autor afirma que “...el territorio del turismo es el resultado de una dinámica social que tiene en su núcleo la valorización de la diferenciación de lugares en el marco de una definición y construcción territorial, el territorio turístico” (Bertonecello, 2002: 42). La valorización de esta diferenciación de los lugares dará paso a la posibilidad de pensar la atractividad de los

---

<sup>7</sup> Para un análisis sobre el papel jugado por el saber experto conformado en la Argentina en torno a la temática del turismo y su influencia en los modelos pedagógicos del sistema de educación superior de formación profesional, véase el trabajo de Capanegra (2005).

<sup>8</sup> Por otro lado, gran parte de los profesionales con esta formación producen trabajos académicos y, por este motivo, también es frecuente encontrar entre la literatura académica este tipo de ideas respecto de la dimensión espacial del turismo.



lugares no como una condición inherente a los mismos, sino como creada socialmente (esto se verá con más detalle en el capítulo 3).

Esta conceptualización también explicita la relación que los destinos establecen con espacios turísticos más amplios y específicamente con otros lugares. Esta forma de pensar el territorio turístico con fuerte énfasis en la dimensión social y la vinculación de lugares de origen y destino entre sí es compartida por otros autores. Urry (1996 [1990]) propone pensar el turismo desde lo que él llama la **mirada turística**, una mirada construida en las sociedades de origen de los turistas y mediada por las preocupaciones, expectativas, deseos, etc. que se desarrollan en estas sociedades y que son ajenas al destino turístico, pero que definen, parcialmente, las formas en que se transformará en su adaptación al turismo.

También Knafou (1992), al abordar el estudio de los destinos turísticos, hace referencia a la conformación de un nuevo territorio turístico (creado a partir de la llegada del turismo a un lugar) que implicará el encuentro de dos sociedades que valorizan el territorio de diferente manera, pudiendo dar lugar a situaciones de conflicto. Cazes y Knafou (1995) profundizando sobre las transformaciones en los destinos turísticos hablarán de la **invención del lugar turístico** a partir de un doble movimiento: por un lado, un cambio en la utilización dominante del lugar (el poder de subversión del turismo) y por otro, la incorporación de nuevos espacios al mismo (el poder de conquista del turismo).

Algunos trabajos han puesto atención en los procesos históricos y espaciales más amplios, situándolo en un contexto de crecimiento de la movilidad y aumento de los flujos en intensidad y velocidad (Lash y Urry, 1998 [1994]) y como parte de un proceso global de mercantilización y consumo que involucra personas, capital, imágenes y culturas (Meethan, 2001). La relación del turismo con el territorio a través del consumo también ha sido abordada por algunos autores que indagaron en los procesos de **mercantilización del espacio** a través del mercado inmobiliario en los destinos turísticos y a partir de la incorporación de atributos de los lugares a bienes y servicios turísticos<sup>9</sup>.

Por otro lado, el lugar turístico también comenzó a ser abordado a partir de las representaciones que sobre él se elaboran y que moldean la práctica turística y el consumo de lugares. En relación a este tema también se produjeron trabajos que apuntaban a reconstruir el proceso de conformación de estas imágenes turísticas de los lugares<sup>10</sup>, además del trabajo de Urry antes mencionado. Estos estudios parecen responder a Cazes y Knafou (1995) quienes advierten sobre la necesidad de considerar conjuntamente los procesos de producción material y de las representaciones de los lugares turísticos para comprender su dinámica. Por último, también se han desarrollado

---

<sup>9</sup> Véanse los trabajos de Britton (1991), Harvey (2002) y Sánchez (1985), los que serán abordados con más detalle en el capítulo siguiente.

<sup>10</sup> Véanse, por ejemplo, los trabajos de Rojek, 1997; Ateljevic y Doorne 2002; Markwick, 2001; Bhattacharyya, 1997; Jacobsen, 1997; Aitchison, Macleod y Shaw, 2002.

nuevas líneas de trabajo que apuntan a comprender la forma en que se vivencia el lugar poniendo la atención en el turista como sujeto de la práctica turística<sup>11</sup>.

Estas dimensiones introducen nuevos elementos para conocer las formas en que distintos lugares son considerados social y culturalmente a través de una de las prácticas que le otorga especial importancia a la diferenciación geográfica. También permiten contemplar la vinculación que establecen distintos lugares entre sí en un contexto de mayor interrelación e interdependencia (Massey, 1996 [1991]).

Los aportes señalados contribuyeron a entender la dimensión espacial del turismo, donde el territorio va a ser considerado como parte constitutiva de los procesos sociales, registrando cambios a partir de esos procesos pero, a la vez, moldeando la forma en que se dan los mismos.

En estas nuevas formas de entender la relación entre turismo y territorio pueden reconocerse trazos de algunas discusiones y conceptualizaciones generadas desde la geografía. En efecto, la teoría de la geografía produjo o adaptó como propios desarrollos conceptuales que específicamente se interesaron por abordar la dimensión espacial de procesos y fenómenos sociales, en general resignificando los conceptos tradicionales que había empleado esta disciplina. Ello implicó el trabajo con nociones más actuales y más flexibles que rescataron algunos de los elementos centrales de las conceptualizaciones tradicionales y las críticas que se habían realizado a estas diferentes formas de abordar el espacio. En el punto que sigue se abordan estas nuevas conceptualizaciones, en especial aquellas desarrolladas sobre el concepto de lugar.

## **1.2. Pensando el destino turístico: la utilidad del concepto de lugar**

Espacio, territorio, región, lugar, paisaje son conceptos que, actualizados a la luz de los procesos que caracterizan el período actual, son pasibles de ser utilizados para construir perspectivas de análisis e interpretación útiles a los fines de abordar distintas problemáticas relacionadas con la práctica turística. En el caso de la presente tesis, se consideró que la idea de *lugar* constituía un concepto útil porque permitía el abordaje del proceso de valorización turística de un destino y porque además presentaba cierto potencial analítico. El problema de investigación aborda transformaciones y procesos centrados en un ámbito geográfico, la Quebrada de Humahuaca, un destino turístico, es decir, un ámbito donde se desarrolla parte importante de la práctica turística: aquella que implica la puesta en valor y consumo de atractivos. En ese sentido es que son adecuadas las conceptualizaciones de lugar más recientes elaboradas desde la geografía que permiten, en primer lugar, pensar las particularidades de ciertos ámbitos geográficos,

---

<sup>11</sup> Sirvan de ejemplo los trabajos contenidos en la compilación de Minca y Oakes, *Travels in paradox. Remapping tourism*, un conjunto de estudios del turismo orientados a indagar los lugares turísticos y su constitución a partir de las actividades que los turistas desarrollan en ellos y el trabajo de Arellano (2004) acerca de las formas en que se accede a una experiencia corporal de un sitio patrimonial (Machu Picchu) a partir de la práctica de ciertas actividades turísticas (caminatas, escaladas, meditación).

pero a la vez realizar este tratamiento sin desconocer los procesos más amplios que afectan tanto al destino turístico en cuestión como a otros. Además, en segundo lugar, la conceptualización de lugar presentada aquí, tiene la particularidad de incluir de manera central la idea de ámbito de significación, de referencia identitaria para determinado grupo. Esta dimensión es de relevancia teniendo en cuenta que los procesos de valorización que se analizan incorporan el carácter patrimonial del lugar cuya definición apeló fuertemente a cuestiones identitarias.

Otros conceptos geográficos también son utilizados para hacer referencia a aspectos o cuestiones que involucran una dimensión territorial. Tal es el caso de las ideas de espacio, territorio, región y paisaje. Así, si bien no exclusivamente, la noción de *espacio* es reservada para hacer referencia a dimensiones de un fenómeno o proceso que tiene como referente un ámbito geográfico. En el mismo sentido se utiliza *territorio* y dimensión territorial. El concepto de territorio, atendiendo a una de sus acepciones más tradicionales, se reservó para ser empleado en aquellos casos en donde se maneja la idea de ámbito de control, dominio y apropiación (Haesbaert, 2002) aunque, como se mencionara, también se utiliza en una acepción más amplia.

Por otro lado, el concepto de *región* se utiliza para hacer referencia a una de las formas de organización de esta práctica que suele involucrar varios destinos turísticos: el circuito turístico. Así, éste se tornó útil para contrastar ciertos procesos de la Quebrada con otros que afectan destinos turísticos vinculados de diferentes maneras con ella. Por último, el concepto de *paisaje* se consideró dentro de la tesis puntualmente para analizar ciertos aspectos de las transformaciones que tiene lugar en la Quebrada. Se considera al paisaje como una dimensión del lugar, específicamente aquella dimensión vinculada con las formas de la materialidad del lugar fuertemente articulada con determinados procesos sociales que la producen orientados por determinadas ideas, valores, etc. esgrimidos por ciertos grupos con capacidad para generar determinadas transformaciones (Duncan, 1995).

En lo que sigue se realiza un recorrido por las formas de pensar la noción de lugar desde la geografía, desde aquellas perspectivas más tradicionales hasta las más actuales, deteniendo la atención en aquellos desarrollos conceptuales o perspectivas que orientaron la indagación, análisis e interpretación de este trabajo de investigación. Fundamentalmente, se abordan aquellas conceptualizaciones de lugar surgidas desde el neomarxismo y la teoría de la estructuración, así como los aportes realizados en torno a la idea de proceso de valorización del espacio.

#### 1.2.1. La especificidad de los lugares: antecedentes en los abordajes de la geografía

Algunos autores, entre ellos Entrikin, afirman que el tratamiento del lugar está íntimamente vinculado al concepto de región que se ha desarrollado, especialmente entre los geógrafos franceses, a partir de las postulaciones de Paul Vidal de la Blache (Entrikin, 1989). En efecto, la idea de lugar no es central en la geografía clásica sino que su uso es incorporado en la geografía con posterioridad (Albet i Mas, 2001). Sin embargo, lugar y

región comparten como conceptos cierto interés por dar cuenta de las particularidades de ámbitos geográficos específicos.

Comúnmente se señala que los estudios de porciones de la superficie terrestre o unidades espaciales estuvieron signado por un enfoque, luego abandonado en el estudio de la geografía y otras ciencias sociales, que se caracterizaba por la explicación de las características de la relación hombre-naturaleza como una forma de adaptación del primero a la última, si bien mediada por la historia y la cultura (Moraes, 1995; Gómez Mendoza, Muñoz Jiménez y Ortega Cantero, 1982).

La geografía francesa, que pondría principalmente el énfasis en el estudio de las regiones, distinguía a éstas como datos de la realidad y unidad e instrumento de análisis del geógrafo. Frente a estas áreas de la superficie terrestre, al geógrafo le cabía la tarea de identificarlas o captarlas, delimitarlas, describirlas y comprenderlas (Gómez Mendoza, Muñoz Jiménez y Ortega Cantero, 1982). La delimitación de estas áreas estaba dada por las características diferenciales de cada una de ellas, emanadas de la relación que el hombre establecía con ciertos elementos (naturales, técnicos, culturales) a partir de ciertos usos, costumbres y hábitos, todo en función de la utilización de ciertos recursos naturales. Todos estos elementos eran pensados como contenidos en el área. La diversidad de elementos propia de cada área explicaría la diversidad que adquiriría la relación del hombre con la naturaleza al comparar distintas unidades de la superficie terrestre, de lo cual derivaría la individualidad de cada una de estas unidades espaciales (Moraes, 1995; Santos, 1996 [1978]). Las formulaciones de la geografía cultural también apuntaban a la comprensión de áreas diferenciadas de la superficie terrestre; estas unidades (para las cuales se utilizó el término paisaje) asociaban formas físicas y culturales, en una morfología que se explicaba mediante el análisis de su génesis (Gómez Mendoza, Muñoz Jiménez y Ortega Cantero, 1982).

A lo largo del siglo XX se han formulado ciertas observaciones críticas a estos abordajes de la geografía que tienen como punto de partida una determinada unidad espacial. Las críticas parecen ser muy tempranas en el siglo<sup>12</sup> pero se generalizaron y profundizaron con el advenimiento de la geografía orientada al análisis espacial (Entrikin, 1989) y los intentos, en las décadas posteriores, de retomar el concepto de lugar (y de región).

Algunas de estas observaciones apuntan directamente a la falta de teorización de estas propuestas, en las que prevalece la descripción sobre la explicación (Entrikin, 1989). Por otro lado, se observaba la falta de criterio científico al seleccionar las áreas a ser estudiadas y al tipo de información que se incluía formando parte de ellas (es decir, aquellos que serían los rasgos distintivos de las mismas) (Gómez Mendoza, Muñoz Jiménez y Ortega Cantero, 1982; Entrikin, 1989). Así, estas unidades espaciales fueron consideradas por sus críticos como unidades arbitrarias de recolección de datos<sup>13</sup> (Agnew, 1989; Gómez Mendoza, Muñoz Jiménez y Ortega Cantero, 1982).

---

<sup>12</sup> Entrikin (1989) y Gómez Mendoza, Muñoz Jiménez y Ortega Cantero (1982) rescatan las críticas de John Leighly a los estudios regionales realizadas ya en la década de 1930.

<sup>13</sup> Gómez Mendoza Muñoz Jiménez y Ortega Cantero, afirman que “Las nociones de región y de paisaje [...] muestran, en efecto, fuertes dosis de indefinición y de ambigüedad que se traducen

Las críticas más duras a este tipo de enfoques vinieron desde la geografía analítica (o cuantitativa), preocupada por elaborar modelos que explicaran ciertos fenómenos espaciales (distribución y localización). Estos enfoques habían buscado legitimar a la geografía como ciencia mediante el desarrollo de teorías y métodos vinculados fuertemente con el positivismo lógico en un intento por superar la carencia de rigor metodológico de los abordajes regionales (Livingstone, 1992). Así, estos enfoques basados en unidades espaciales serían progresivamente abandonados, debido a las críticas recibidas en cuanto a la validez de sus procedimientos, o por considerarlos de alguna manera obsoletos, en tanto habían perdido la capacidad para dar cuenta del mundo o porque simplemente otras prioridades aparecían para el estudio de ciertos procesos sociales.

Sin embargo, la preocupación por ámbitos geográficos específicos vuelve a la geografía de la mano de la geografía humanista<sup>14</sup> que toma impulso a partir de la década de 1970. En su oposición a la geografía cuantitativa<sup>15</sup> y en los intentos por recuperar el papel del hombre como agente en sus dimensiones más subjetivas, esta perspectiva ha trabajado con el concepto de lugar, entendiéndolo como el ámbito en donde se vincula el hombre y el mundo a través de la experiencia. Yi-Fu Tuan señalaba hacia mediados de la década de 1970 que, hasta ese momento, existían dos formas de aproximarse al lugar desde la geografía: aquella que consideraba al lugar como localización, en tanto unidad dentro de una jerarquía de unidades en el espacio (representada para el autor por una creciente literatura sobre la teoría del lugar central); y aquella que lo consideraba como un objeto único (representado en un grupo menor de trabajos dedicados a retratar el carácter único de algunos lugares, especialmente pueblos y ciudades) (Tuan, 1975). A estas dos formas el autor agregará una tercera: la concepción del lugar desde la perspectiva de la experiencia. En esta perspectiva el lugar no tomaba una escala particular, sino que quedaba definido en relación con una experiencia intersubjetiva localizada (Paasi, 2002; Albet i Mas, 2001). Así, sobre una base teórica fenomenológica, Tuan afirmará que el lugar es un centro de significados construidos por la experiencia, más allá de cualquier restricción escalar<sup>16</sup>. La experiencia de estos lugares para sujetos individuales o grupos puede obtenerse mediante el conocimiento directo a través de los sentidos e indirecto, de una manera más abstracta, a través de su comprensión (Tuan, 1975).

---

tanto en la proliferación de interpretaciones subjetivas y heterogéneas como en la inexistencia de criterios coherentes que aseguren un cierto acuerdo en el tratamiento de los problemas planteados -comenzando por el fundamental problema de la delimitación de unidades espaciales- en la investigación regional o corológica” (1982, 93).

<sup>14</sup> La geografía humanista comprende un vasto abanico de perspectivas reunidas a partir de su oposición a la desaparición del hombre como sujeto que piensa y siente en el debate geográfico de ese momento, en el que lo humano había sido reemplazado por actores económicos racionales, ecuaciones estadísticas, mecanismos de estímulo-respuesta y distribuciones de puntos (Livingstone, 1992).

<sup>15</sup> La crítica al positivismo que orientó a la geografía cuantitativa puede resumirse en palabras de Livingstone (1992: 329) en su “pretendida neutralidad, su concepción atomista de lo social, su devaluación de lo intuitivo y su fracaso en reconocer que las estadísticas no sangran”.

<sup>16</sup> “Place, at all scales from armchair to the nation, is a construct of experience...” (Tuan, 1975: 165).

El contenido de los lugares estará dado por la experiencia, es decir, la adquisición de un sentido de lugar, al tomar un cierto tiempo para conformarse hace relevante pensarlo como producto de un tiempo de permanencia (residencia) en él. Además, conocer un lugar significa conocer el pasado, un pasado personal y un pasado comunitario, apropiado individualmente y entrelazado con recuerdos propios, que además puede hacerse presente en ciertos objetos directamente experimentados (Tuan, 1975). Así, la vinculación con el lugar es de carácter identitario, siendo que para la geografía humanista “el lugar es siempre el lugar de alguien, es el centro de su universo en tanto que portador de significados y de identidades; el sentido de lugar aparece ligado al sentimiento de pertenencia” (Albet i Mas, 2001: 40).

La idea de lugar vinculada a la experiencia pasada y presente se contrapone a la idea de espacio de Tuan, quien lo entiende como algo abstracto, vacío, en definitiva el allí donde puede inscribirse una experiencia futura<sup>17</sup>. Para Tuan el espacio se transforma en un lugar al adquirir una definición y un significado (Tuan, 2005 [1977]).

Las perspectivas de la geografía humanista fueron también atacadas aduciendo su falta de capacidad para dar cuenta de las realidades materiales de la sociedad y la economía (Livingstone, 1992) tanto desde las perspectivas positivistas más tradicionales como desde los desarrollos críticos basados en la teoría marxista. Sin embargo, algunos rasgos de esta manera de entender el lugar serán retomados en las formas más recientes de conceptualizarlo.

Cabe destacar que la geografía humanista compartiría sus críticas al positivismo con una geografía que iría tomando elementos del marxismo para incorporar la dimensión espacial a la teoría social crítica (Livingstone, 1992; Soja, 1993 [1989]). Sin embargo, a diferencia de la geografía humanista, que centraba su atención casi exclusivamente en la agencia humana, la geografía marxista pondría el acento en las condiciones estructurales (fundamentalmente económicas) que permiten comprender la dinámica social y el espacio como resultado de relaciones sociales.

En la década de 1980 esta geografía marxista atravesó transformaciones, ampliando y redefiniendo sus límites y, especialmente, señalando el papel significativo de las diferencias geográficas que, en tanto constitutivas de lo social, permitían explicar diferentes configuraciones socioeconómicas (Soja, 1993 [1989]). Esto es, se comienza a superar las visiones del espacio como mero producto o reflejo de las condiciones estructurales de la sociedad para considerarlo como instancia constitutiva de lo social. A partir del marxismo y la teoría de la estructuración surgirán nuevas conceptualizaciones del lugar.

---

<sup>17</sup> “Space is abstract. It lacks content; it is broad, open, and empty, inviting the imagination to fill it with substance and illusion: it is possible and beckoning future. Place, by contrast, is the past and the present, stability and achievement” (Tuan, 1975: 165). Además, Tuan propone como una tarea para la geografía humanista abordar cómo el simple espacio se transforman en un lugar intensamente humano (Tuan, 1976).

### 1.2.2. Actualizando el concepto de lugar

Durante la década de 1980 algunos teóricos, entre ellos muchos geógrafos críticos, comenzaron a postular la necesidad de repensar el concepto de lugar<sup>18</sup>; explícita o implícitamente, todos compartían la idea que este concepto podría ser repensado en términos diferentes a como lo había hecho la geografía clásica. La realidad exigía conceptos que dieran cuenta de su dinamismo (Massey, 1995; Silveira, 2000) y parecía que las formas de explicar el mundo surgidas desde la geografía y de las ciencias sociales en general en la década de 1950, que habían hecho hincapié en la búsqueda de leyes generales (Entrikin, 1989) habían descuidado el hecho de que las particularidades de distintas porciones de la superficie terrestre podrían servir para interpretar procesos más generales y alimentar, en una relación dialéctica entre particular y general, el dinamismo de lo real. Tampoco convencían los enfoques que habían desechado el orden de lo espacial como ámbito separado de lo social y postularon la construcción social del espacio<sup>19</sup>. La intención era recuperar la riqueza y especificidad que la geografía regional había otorgado a los lugares para reafirmar que lo espacial es socialmente construido, pero para postular también, y al mismo tiempo, que lo social es espacialmente construido (Massey, 1984). Desde la geografía surgían formas de repensar la idea de lugar cuestionando la función que se le asignaba en general desde las ciencias sociales (es decir, como el campo de prueba o constatación de conceptos o hipótesis de supuesta significación general o universal) y afirmando que, incluso en un mundo dominado por una división global del trabajo, los lugares mantenían su importancia (Agnew, 1987).

Asimismo, se sostiene que en un mundo altamente conectado (Santos, 1996 [1978]) los lugares ya no pueden ser pensados como entidades que se explican por sí mismas. Algunos autores reconocen que en otro momento histórico podrían haberse dado condiciones particulares que permitieran hablar de unidades de la superficie terrestre que podrían ser explicadas sin recurrir a procesos que la afectaban en su totalidad o que serían susceptibles de ser explicadas independientemente de lo que sucedía en otro lugar. Otros autores, en cambio, sostienen que este enfoque nunca fue adecuado ya que los lugares siempre estuvieron conectados con un afuera, aunque estas conexiones hayan sido de una intensidad menor a la que se observa en la actualidad (Massey, 1995).

Pero, ¿cuál es la realidad de la cual se quería dar cuenta? David Harvey (1998 [1989]) caracteriza esta época del paso del modernismo al posmodernismo y a través de la idea de compresión espacio-temporal. Ésta daría cuenta de la aceleración de los tiempos de producción (provocando aceleración del intercambio y consumo); la movilización de la moda en los mercados masivos y el paso del consumo de mercancías al consumo de servicios; la acentuación de la volatilidad de modas, productos, técnicas de producción,

---

<sup>18</sup> La preocupación tradicional por pensar el espacio en la geografía se vería acompañada por un interés general por teorizar acerca de la relación espacio-temporal en las ciencias sociales y en otros campos como las artes, la arquitectura, la cultura popular, la política, etc. (Soja, 1993 [1989]).

<sup>19</sup> Para Massey (1984) estas posturas redujeron al geógrafo al rol de "cartógrafo de las ciencias sociales" en tanto el espacio era considerado sólo como resultado de procesos sociales (que estudiaban otras ciencias y no la geografía).

procesos laborales, ideas, ideologías, valores y prácticas establecidas; la valorización de la instantaneidad y lo desechable y la construcción de nuevos sistemas de signos e imágenes (en los que adquieren un rol importante la publicidad y los medios de comunicación). Estos cambios se traducirían en un impacto en las prácticas económico-políticas, los equilibrios de clase y la esfera cultural y social.

Santos (2000), por otro lado, apela al concepto de globalización para explicar los cambios en el mundo actual. El autor distingue algunos factores interrelacionados esenciales para explicar el período técnico-informacional que la caracterizarían: la unidad de la técnica (especialmente las técnicas de la información), la convergencia de los momentos (conocimiento instantáneo de lo que acontece en otros lugares), la posibilidad de conocer todo el planeta (de forma extensiva y profunda) y la generación de plusvalía como el único motor en la historia. A su vez señala la existencia de una voluntad de generalizar ciertas creencias que apuntarían a homogeneizar el planeta relacionada con la globalización (aquello que el autor denomina la “globalización como fábula”; Santos, 2000). Pero, sin embargo, estos intentos de construir un mundo único desembocan en la fragmentación. En efecto, sólo algunos agentes sociales podrían tener un dominio sobre las nuevas técnicas en tanto agentes hegemónicos y para ellos también se reservarían las posibilidades de un conocimiento instantáneo, extensivo y profundo de cualquier porción de la superficie terrestre. Estos agentes también serían los que participan de los beneficios de la generación de plusvalía, así como los creadores de aquella ideología de la globalización<sup>20</sup>.

En el mismo sentido, Massey afirma que no todos los actores en este proceso tienen la misma capacidad de acción. Partiendo de la idea de compresión espacio-temporal planteada por Harvey, define lo que ella denomina la *power geometry* que forma parte de este proceso caracterizado también por una diferenciación social en términos de acceso al control y a la posibilidad de dar inicio a las nuevas formas de movilidad: “...different social groups, and different individuals, are placed in very distinct ways in relation to these flows and interconnections. This point concerns not merely the issue of who moves and who doesn't, although that is an important element of it; it is also about power in relation to the flows and the movement. Different social groups have distinct relationships to this anyway differentiated mobility: some people are more in charge of it than others; some initiate flows and movement, others don't; some are more on the receiving end of it than others: some are effectively imprisoned by it” (1996 [1991]: 239).

En este momento de aumento de la intensidad de flujos y conexiones, las diferentes características de distintas porciones de la superficie terrestre no son indiferentes a las empresas en su búsqueda de plusvalía, es decir, el capital elige los lugares que pueden serle funcionales (Santos, 2000). Es, en este sentido, que la posibilidad de conocer el planeta en forma exhaustiva se transforma en un elemento central para estos agentes hegemónicos. Así, Harvey afirma que “el colapso de las barreras espaciales no quiere

---

<sup>20</sup> El autor dice: “A história é comandada pelos grandes atores desse tempo real, que são, ao mesmo tempo, os donos da velocidade e os autores do discurso ideológico. Os homens não são igualmente atores desse tempo real.”[O tempo real] é [socialmente] excludente e assegura exclusividades, ou, pelo menos, privilégios de uso” (Santos, 2000; 28).



decir que la significación del espacio disminuya” (1998 [1989]: 324) y por otro lado, concuerda con Santos al afirmar que la competencia en condiciones de crisis ha orientado la búsqueda de nuevas ventajas relativas de localización por parte de los capitalistas (facilitadas, precisamente por la disminución de las barreras espaciales). En otro trabajo Harvey (2002) afirmará que las particularidades de ciertos lugares y objetos también permitirán el acceso a una renta monopólica para el capital que pueda explotarlas de manera exclusiva.

Más allá de las capacidades que tengan los lugares para atraer al capital, la diferenciación en los mismos viene dada por procesos anteriores, por condiciones preexistentes. En este sentido, los procesos que aparentemente tienden a la homogenización, también comprenden una valorización de lo específico (Harvey, 1998 [1989]). Harvey afirmará que: “la historia, en cada caso, es diferente, de modo tal que el carácter singular de esta o aquella circunstancia geográfica importa más que nunca. Sin embargo, eso ocurre, irónicamente, sólo por el colapso de las barreras espaciales” (1998 [1989]: 326). Esta idea resulta central a la hora de analizar los procesos que darán como resultado la selección de determinados rasgos atractivos (y patrimoniales) de los lugares presentados para su consumo turístico.

La pregunta que surge a partir de todo lo anterior es cómo estudiar el lugar en el período actual, dando cuenta de estas particularidades que también explican lo que acontece en todos los lugares (Massey, 1995). Una de las principales cuestiones que se señalan en las reflexiones sobre este concepto es la importancia de considerarlo en su relación con lo que acontece fuera del mismo. Para Massey (1996 [1991]), esto daría cuenta de las crecientes interconexión e interdependencia que vincula los lugares entre sí y que caracterizan al momento actual.

Más allá de las transformaciones que el mundo atraviesa y que sugieren nuevas formas de pensar la dimensión espacial de procesos y fenómenos, los cambios en las perspectivas que irán dominando el campo de las ciencias sociales, las humanidades y la geografía en particular, también darán forma a las maneras de comprender la sociedad, el espacio y sus relaciones. El énfasis que algunas perspectivas habían colocado en la estructura social, por un lado, y la importancia que otras habían otorgado a la agencia humana, por otro, llevaron más recientemente a cuestionar el privilegio que un enfoque tenía sobre el otro al momento de comprender ciertos fenómenos geográficos. Frente a esto, la teoría de la estructuración trataría de encontrar un equilibrio conceptual que considerara tanto la estructura social como la agencia humana (Livingstone, 1992). Esta teoría fue desarrollada principalmente por el sociólogo Anthony Giddens quien se interesó especialmente por el estudio de ciertas prácticas cotidianas, tomando algunos elementos de la *time-geography*<sup>21</sup>. La necesidad de comprenderlas en su materialización en un ámbito geográfico lo llevó a introducir el término *locale*. Los locales serían el escenario o entorno de interacción, pero también formarían parte de la interacción como contenido

---

<sup>21</sup> De la *time-geography*, propuesta por Hägerstrand, Giddens tomará (con algunos comentarios críticos mediante) la forma en que ésta comprende las restricciones a los desplazamientos de individuos en el espacio y el tiempo, especialmente aquellos de carácter rutinario (Barros, 2000; Giddens, 1985).

significativo (Giddens, 1985)<sup>22</sup>. Las relaciones entre estructura y agencia varían de un lugar a otro y estas variaciones les darán a éstos una personalidad y una textura en tanto condición y consecuencia de las prácticas sociales (Livingstone, 1992).

Por su parte, John Agnew (1987), en su avance sobre la conceptualización de lugar que desarrolla la teoría de la estructuración, afirma que la concepción de *locale* debe, necesariamente ir acompañada de una consideración de lo que él llamará *location*, es decir, el área geográfica que incluye marcos para la interacción social, definidos por procesos sociales y económicos que operan a una escala más amplia. Agnew sostiene que homologar *locale* a lugar, deja de lado algunos aspectos relacionales, por ejemplo, el impacto que el orden global tiene en el lugar; es por eso que agrega *location* como componente del concepto de lugar. Esta dimensión del concepto de lugar de Agnew se aproxima a lo expuesto por Massey acerca de la necesidad de pensarlo en relación con el afuera. Por último, Agnew completa este concepto recogiendo las propuestas de la geografía humanista y agregando la idea de *sense of place*; ella contempla los aspectos subjetivos que participan en su constitución, atendiendo a la identificación de un sujeto con un lugar lo cual le agrega un nuevo significado al mismo.

Tal como lo señalaran Entrikin (1997 [1991]) y Merrifield (1993), los desarrollos conceptuales de Massey y Agnew son ejemplo del carácter sofisticado que ha adquirido la investigación más reciente sobre lugar en la medida en que ha logrado unir el interés por el abordaje de áreas diferenciales (que se correspondería con los desarrollos de la vieja geografía regional), las preocupaciones del marxismo por las relaciones sociales y los factores estructurales (plasmadas en los abordajes de la geografía radical) y el interés de los humanistas en la subjetividad, la experiencia y los significados del lugar (que caracterizarían a la geografía humanista).

Si se acepta que en el período actual existen agentes que comandan ciertos procesos hegemónicos valiéndose de un sistema técnico globalizado, se estará considerando la posibilidad de que la toma de decisiones sobre lo que acontece en un determinado lugar sea decidida por actores que actúan desde otro lugar (Massey, 1995). Ello lleva a hablar del lugar como una multiplicidad de influencias superpuestas (mundiales, nacionales, regionales, locales; Santos, 2004). Esto, por supuesto, no resta importancia a la atención necesaria de la que son objeto las relaciones sociales que se establecen entre grupos que conforman la sociedad en cuestión. Pero esta perspectiva sí rompe con las concepciones tradicionales donde el lugar se explica por sí mismo como una unidad coherente, cerrada, con una historia interna que explica sus características y que desconoce procesos más amplios (Massey, 1995, 1996 [1991]) y que, en último término acaba explicado por los atributos del lugar con riesgo de determinismo. Massey propone una idea del lugar como *meeting-place*, como movimientos articulados en redes de

---

<sup>22</sup> Uno de los principales referente de la teoría de la estructuración en geografía, quien también trabajó con los postulados de la time-geography es Allan Pred. Este autor desarrolla una propuesta para pensar el lugar como proceso históricamente contingente que pone atención en las prácticas individuales e institucionales y los condicionantes estructurales (entre ellos las relaciones de poder) con los cuales aquellas prácticas se vinculan. Este lugar no se concibe como escenario, sino como lo que ocurre incesantemente en el proceso de creación y utilización de un ámbito físico (Pred, 1984; Pred, 1985).

relaciones y acuerdos sociales, muchos de los cuales se extienden más allá de lo que podría entenderse tradicionalmente como lugar. Esto permite considerar el sentido de lugar como algo abierto, que "...incluye una conciencia de sus vínculos con el mundo, que integra de una manera positiva lo global y lo local" (Massey, 1996 [1991]: 244).

Si bien en esta tesis los aportes de Agnew y Massey resultan centrales para la conceptualización de lugar, otros autores también han realizado contribuciones en el mismo sentido. Basándose en las contribuciones de Henri Lefebvre, Andrew Merrifield (1993) afirma: "Place is not, therefore, a *tabula rasa* upon which these broader capitalist (economic) forces unfold, for place-specific ingredients and the politics of place are not innocent and passive in the formation of overall capitalist social space: the significance of these qualitative aspects of place and how they, in turn, shape space and political conflicts and meaning centring around everyday life cannot, needless to say, be downplayed" (1993: 522). Merrifield rompe así con la oposición espacio/lugar para considerarlos de manera conjunta en una propuesta marcada por una aproximación dialéctica, a partir de la cual se asume que no es posible comprender porciones de una totalidad (lugares) sin entender estas partes a través de una totalidad (que se expresa con el concepto de espacio).

La perspectiva de Lefebvre y su influencia en la conceptualización de Edward Soja también aportan otra forma crítica de pensar la dimensión espacial de los procesos sociales. Lefebvre propone abandonar la idea del espacio como contenedor y centrar la atención en su producción. El proceso de producción del espacio y el resultado, el espacio social producido, son dos ideas inseparables que pueden ser abordadas en su totalidad a través de lo que el autor llama tríada conceptual. Esta consta de tres momentos: las prácticas espaciales, que tienen fuertes afinidades con el espacio *percibido*, en tanto condicionan el uso del espacio; la representación del espacio, establecida a partir de elementos prácticos, objetivos y científicos, es el espacio *concebido*, conceptualizado, el espacio abstracto y dominante ligado a las relaciones de producción y al orden; y el espacio de representación que es el espacio directamente *vivido*, imaginado a partir del cuerpo y simbolizado por él, se trata del espacio experimentado a través de símbolos e imágenes de sus habitantes y es aquel espacio que desde lo concebido se pretende cambiar (Lefebvre, s/f; Merrifield, 1993).

La conceptualización de Lefebvre ha sido recuperada por Soja para plantear su propuesta del tercer espacio (thirdspace). Esta tríada del espacio de Soja recupera las dimensiones del análisis de Lefebvre: el primer espacio de Soja sería el espacio percibido (prácticas espaciales), el segundo espacio se asimilaría al espacio concebido (representación del espacio) y el tercer espacio podría asociarse con el espacio vivido (espacio de representación). Este tercer espacio es, según el autor, el espacio donde pueden generarse transformaciones sociales que afecten a todas las dimensiones del espacio<sup>23</sup> (Soja, 1996). Los desarrollos conceptuales de estos autores, a la vez que

---

<sup>23</sup> La tríada del espacio es complementada con una tríada ontológica y epistemológica. La tríada ontológica intenta superar el lugar del espacio en tanto escenario, contenedor y suma a las tradicionales historicidad y sociabilidad del ser, la espacialidad en un intento por superar el lugar relegado del espacio en tanto considerado escenario, contenedor, etc. La tríada

colocan la dimensión espacial en el centro de las interpretaciones de los procesos sociales, también aportan elementos para pensar aspectos menos abordados, poco conocidos y relegados como aquellos relativos al espacio vivido, el espacio donde puede darse la posibilidad de cambio.

La idea de *desense of place* planteada por Agnew, también fue pensada desde otras conceptualizaciones de lugar. Massey (1996 [1991]), al considerar los procesos actuales que ponen en contacto a los lugares entre sí, propone trabajar con un sentido de lugar que recupere las relaciones entre espacio y lugar. Para ello desarrolla la idea de *global sense of place*. Esta idea abona la conceptualización general de lugar que propone la autora. Así, desde su punto de vista pensar en un *global sense of place* implica desembarazarse de las ideas que lo conciben como algo fijo, cerrado e internamente coherente.

En la geografía clásica, pero no exclusivamente, el tratamiento de los lugares como algo cerrado, que podrían explicarse por sí mismos a partir de una historia propia (o sea la historia de los grupos que en ellos residían) tuvo algunas implicancias en relación con las formas en que se consideró a estas sociedades. En efecto, los grupos circunscriptos a ciertos lugares eran objeto de miradas que hacían hincapié en su homogeneidad, en ciertos intereses compartidos y en cierta identidad común (Massey, 1996 [1991]). Ya sea que la noción de lugar como algo cerrado fuese más adecuada para otro momento histórico (o como ya se planteó, no fuese adecuada en absoluto), lo cierto es que en la actualidad no pueden desconocerse las complejidades de los mismos en relación con la acción de agentes heterogéneos situados en diferentes lugares, con una capacidad diferente de acción y con intereses no siempre convergentes. En este sentido, la idea de lugar como algo cerrado asociado a un grupo homogéneo, armónico no permite pensar en la posibilidad de conflicto al interior de estos grupos (Massey, 1995). El lugar construido a partir del **conflicto** también aparece en las conceptualizaciones de Merrifield (1993), en este caso el conflicto surge de la tensión entre los usos y apropiaciones del lugar (y el espacio) para propósitos sociales y la dominación del lugar y el espacio de manera privada en tanto fuerza productiva y comercial. Como se verá en la segunda parte de la tesis, especialmente en el capítulo 12, el conflicto está presente en las transformaciones que se produjeron en la Quebrada a partir de la valorización turística del lugar y estas perspectivas conceptuales resultan de utilidad para su análisis e interpretación.

En el mismo sentido, Santos (1996; 2000) afirma que en el lugar confluyen agentes que viven en un tiempo rápido, con otros que lo hacen en un tiempo lento, agentes que comandan los cambios a nivel mundial con otros que ejecutan los cambios, agentes cuyo espacio de acción es el mundo con otros que actúan en el espacio de la contigüidad, que se vinculan al sistema técnico hegemónico con otros que usan sistemas técnicos considerados atrasados. Así, al interior de los distintos grupos que confluyen en el lugar (aquellos que detentan cierta cuota de poder, como los que no) los intereses pueden no converger, es decir, los agentes que detentan el poder como los que no, pueden no tener

---

epistemológica propone complementar las epistemologías existentes para el abordaje del primer y segundo espacio con una epistemología del tercer espacio que resta construir (Soja, 1996).

intereses compartidos entre sí. Aquí vuelven a ser relevantes las observaciones realizadas con respecto a la homogeneidad que se le asigna a la sociedad vinculada a un lugar, muchas veces entendida como armónica<sup>24</sup>. De esta manera, la necesidad de reformular teóricamente la idea de lugar respondía a una demanda por comprender el mundo actual: la idea de lugar como ámbito delimitado, coherente, portador de una identidad definida cierra la posibilidad de tener en cuenta las relaciones sociales desiguales que caracterizan a las sociedades adscriptas a esos lugares (Massey, 1995). En relación con esto, y a fin de superar visiones aislacionistas, Massey también señala la necesidad de repensar la identidad: no como algo inmutable, resultado de la evolución de una historia interna, sino definida en relación con un otro. La autora afirmará que la especificidad del lugar es reproducida continuamente, pero ya no a partir de una historia internalizada sino como el ámbito donde se combinan, de una manera específica, relaciones sociales globales y locales; y esta combinación particular podría tener efectos que no existirían en otro lugar (Massey, 1996 [1991]). Según Massey estas formas de conceptualizar el lugar apuntan a revisar ciertas manifestaciones reaccionarias de los procesos de revalorización de lo local. Por el contrario, la autora propone pensar un sentido de lugar progresista (*progressive sense of place*) de la mano de una concepción de lugar que contemple las vinculaciones con el afuera.

A partir de lo señalado, el espacio geográfico puede considerarse en un constante proceso de transformación, en donde nuevos usos de los lugares reemplazan, complementan o compiten con viejos usos. Las interacciones sociales son las que dan movimiento a estas transformaciones y esto llevó a algunos autores a señalar que es pertinente conceptualizar al lugar como *proceso* (Massey, 1996 [1991]; Agnew, 1987).

Otra cuestión rescatada en las discusiones referidas a las formas de repensar el lugar está asociada a sus **límites**. Las posturas desarrolladas por diferentes autores críticos parecerían dejar de lado la preocupación, cara a la geografía clásica, sobre los límites rígidos que definían distintas unidades de la superficie terrestre y los criterios a tomar en cuenta para su definición. En efecto, definitivamente hay acuerdo en abandonar el recorte areal *a priori* porque ya no sería relevante<sup>25</sup> (Massey, 1995; Silveira, 1999). Esta falta de relevancia queda evidenciada en dos niveles: uno, por las características que toma el espacio en el período actual, y otro, por la riqueza que aportaría un intento por comprender el mundo y los lugares que parta de los procesos que tienen lugar en distintas áreas de la superficie terrestre, a partir del cual se podría, eventualmente, establecer la extensión areal del alcance de esos fenómenos (Silveira, 1999).

---

<sup>24</sup> El énfasis en distintos aspectos de “lo local” en muchos estudios actuales dio lugar a ideas románticas sobre las sociedades locales en donde se asume que éstas son ajenas a los procesos más amplios propios de la consolidación del capitalismo y la modernidad. Esta mirada se basa en la idea de una sociedad armónica, en equilibrio, con una identidad definida y un accionar orientado por el bien común, expresada muchas veces en términos de comunidad. Las conceptualizaciones de comunidad desde las ciencias sociales han permitido problematizar este concepto, sin embargo, en algunas perspectivas su problematización es acompañada por una desproblematización de la idea de lugar (Barros, 2000).

<sup>25</sup> Silveira afirma que “A las perspectivas del continente preferimos oponer la búsqueda por el contenido del territorio” (Silveira, 1999; 107).

### 1.2.3. El turismo y la valorización de los lugares

La idea de **valorización turística del espacio** adquiere centralidad en esta tesis, de ahí la relevancia de discutirla desde las contribuciones ofrecidas por el texto *A valorização do espaço* (1984) de Moraes y da Costa. Desde una perspectiva marxista los autores entienden la relación que la sociedad establece con el espacio como un proceso de valorización. Esa relación está mediada por el trabajo humano, siendo que el trabajo es aquello que crea valor. La creación de valor en esta relación está representada de diferentes maneras: el trabajo permite la apropiación de los recursos, la construcción de formas humanizadas en el espacio, la conservación de ellas y las modificaciones realizadas al sustrato material o las obras humanas. Los procesos de valorización son comunes a todas las sociedades ya que en cualquier momento y en cualquier lugar, ellas valorizan el espacio (es decir, porciones específicas de la superficie terrestre con distintas particularidades) y cada modo de producción tiene su forma particular de hacerlo.

Los autores distinguen dos formas del valor en relación al espacio: el valor del espacio y el valor en el espacio. El valor del espacio se vincula al valor de uso del espacio en tanto tiene alguna utilidad y en tanto condición preexistente al trabajo y también condición de producción. En este sentido, el espacio posee un valor, no necesariamente producto del trabajo humano al que se le suma el trabajo muerto (producido en el pasado e incorporado a los medios de producción). La calidad y cantidad de recursos naturales así como el trabajo muerto fijado a una porción determinada de la superficie terrestre formarán parte del valor del espacio. Así, las condiciones naturales, aquellas que le otorgarán singularidad a los lugares, aparecen como un límite históricamente relativizado que tendrá un peso significativo en las actividades productivas. Por otro lado, también otorgarán valor aquellas producciones materiales más durables que se agregan al suelo, producto del trabajo.

La idea de valor en el espacio se vincula con el valor de cambio del espacio. Se trata de la existencia del espacio articulado en el proceso de producción capitalista. Aquí es necesario considerar que las relaciones sociales de producción están dotadas de espacialidad (como característica inmanente de cualquier proceso, social o natural). Esta espacialidad está contenida en los procesos de creación de valor. Teniendo en cuenta la circulación, el espacio aparecerá como un factor de circulación, materializado en la distancia absoluta y relativa. Aquí no es el espacio concreto (su materialidad) el que agrega valor sino una virtualidad de circulación y una inmanencia del espacio (distancia) que participa de este proceso. Esta distancia no se entiende sólo como distancia absoluta ya que la velocidad de los flujos puede relativizarla.

El espacio, asimismo, tiene características que lo distinguen de otros objetos: es producto y condición de la producción y de la existencia humana, posee cualidades intrínsecas como su carácter absoluto y dos virtualidades (distancia y magnitud). Además es materia finita, y por lo tanto es un bien escaso, es decir, la propiedad sobre el espacio otorga privilegios. Por otro lado, tanto su naturalidad preexistente al trabajo como el trabajo acumulado desigualmente se imponen como características distintivas: “o espaço concreto para a produção concreta, sendo uma condição universal, é sempre singularidade” (Moraes y da Costa, 1984: 133). Además, el espacio es depositario de la

historia presentando una superposición de procesos sociales y naturales que coexisten contemporáneamente.

Estas cualidades del espacio marcarán las formas que adquiera el proceso de valorización del mismo. Sin embargo, estas formas de valorización siempre partirán de la sociedad que lo califica, es decir, que estas cualidades del espacio no tienen sentido en sí mismas.

Este desarrollo interpretativo de la relación que la sociedad establece con el espacio interesa en la medida en que, en este trabajo, se abordan procesos de valorización del espacio a partir de una práctica social específica que da lugar al desarrollo de una serie de actividades económicas con una organización propia asociada al modo de producción capitalista que tienen como producto y condición de producción al espacio. En efecto, el turismo va a participar de los procesos más amplios de producción del espacio a partir de la apropiación, creación, transformación, conservación de distintos elementos que constituyen el espacio. Esta creación de valor, esta adecuación del espacio incluirá la creación o acondicionamiento de elementos que serán consumidos como atractivos, además de una infraestructura y equipamiento que hará posible este consumo.

Estas cualidades o características distintivas del espacio que son valorizadas por la sociedad (y que desde una perspectiva económica son vistos como recursos) en el caso específico de la valorización turística, se considerarán como **atractivos turísticos**. Estas particularidades de los lugares valorizadas como atractivos lo serán en la medida en que una sociedad los valore como tal, de lo contrario serían meros rasgos propios. Además, el acceso y el disfrute, la admiración y el consumo de estas especificidades podrá ser realizado a partir del desplazamiento turístico y de la organización de lo que Britton (1991) llama el sistema de producción turística, o sea la creación de condiciones para la comercialización de bienes y servicios orientados a acompañar o permitir ese consumo y la comercialización misma de esos productos. Así, y como se verá más adelante (capítulo 3), esta forma de concebir el proceso de valorización del espacio aporta una dimensión analítica para pensar la **atractividad turística** que se opone a las ideas que circulan tradicionalmente sobre la misma y que la conciben como una característica inmanente a los lugares.

Las discusiones acerca de la circulación también aportan elementos para considerar las formas y posibilidades de movilidad vinculadas al turismo en la actualidad y, en consecuencia, el acceso a los destinos y productos turísticos. Las aseveraciones acerca de la importancia relativa que tienen las localizaciones en detrimento de considerar las intensidades de los flujos permiten pensar la situación de los destinos (y obviamente de los productos turísticos) en el mercado internacional. Aquellos destinos que independientemente de su localización absoluta respecto de los mercados emisores estén mejor provistos de servicios de transporte, por ejemplo, recibirán una mayor afluencia de turistas hacia ellos. Esto también se articulará con los intentos por hacer competitivos ciertos lugares para atraer inversiones y turistas.

En este trabajo además se consideran aquellas dimensiones que no se encuentran abordadas en el texto de Moraes y da Costa en relación a aspectos sociales y culturales,

y que pueden intervenir en la valorización del espacio. En este trabajo el turismo se entiende como una práctica social y cultural y, en este sentido, se consideran las **dimensiones sociales y culturales** de la sociedad occidental, moderna, urbana que valoriza el espacio a través de la práctica turística. Esto es importante en la medida en que la puesta en valor de determinados elementos como atractivos, o la creación de determinada infraestructura tendrá en cuenta intereses, motivaciones, preocupaciones de la sociedad que viaja, pero también (y cada vez más crecientemente) considerará (y contribuirá a generar) las demandas específicas de ciertos grupos de esta sociedad y, en función de esto, diseñará una oferta.

Cabe destacar que la inclusión de dimensiones sociales y culturales implica tomar en consideración una serie de actores que participan en la valorización turística del espacio alimentando ciertas ideas sobre determinados lugares. Estos procesos son abordados en su vinculación con las formas de promoción turística de los lugares (capítulo 3). Además, la necesaria introducción de estas dimensiones se vincula con los procesos de consumo de cultura en la actualidad, donde el turismo es una de las prácticas que lo posibilita.

Esto significa que estos aspectos sociales y culturales de la valorización del espacio no constituyen esferas separadas de lo económico (aquella dimensión fuertemente presente en la idea de valorización del espacio de Moraes y da Costa), por el contrario, esta valorización social y cultural de determinados atributos de los lugares se procesará en términos económicos dado que, si bien no exclusivamente, el consumo turístico de los lugares va a implicar su mercantilización (a través de la creación de bienes y servicios que se asociarán a los lugares, ya sea porque se comercializan en los destinos o porque, de alguna manera, incluyen atributos de los lugares).

La idea de proceso de valorización del espacio completa la actualización del concepto de lugar; asimismo, la idea aquí desarrollada de proceso de valorización *turística* del espacio se complementa con lo que sigue acerca de la utilidad del concepto de lugar para el abordaje de los estudios sobre el turismo.

### **1.3. Las nuevas formas de pensar el lugar para el estudio de destinos turísticos**

Las ideas sobre la valorización del espacio y específicamente la valorización turística del espacio pueden ser articuladas con las nuevas formas de pensar el lugar antes mencionadas. Los lugares turísticos están sujetos a ciertas prácticas de consumo que caracterizan a la sociedad actual y, en este sentido, compiten por su inserción en el elenco de destinos “elegidos” para conformar los circuitos turísticos globales (Silveira, 1997). Esta competencia genera transformaciones al definirse aquellas características de los lugares que los harán distintivos y atractivos al capital y a los turistas. Aquí cobra relevancia la utilización de las conceptualizaciones de Massey en relación a la necesaria vinculación del lugar con el afuera, así como la dimensión de *location* del concepto de Agnew.



De aquí la necesidad de pensar el lugar turístico en su vinculación con el mundo, ya que los lugares se adaptarán a las demandas surgidas en las sociedades de origen de los turistas (en general las grandes metrópolis, por lo que se estaría hablando de sociedades urbanas con una parte importante de su población vinculada al trabajo en actividades secundarias o terciarias y que incorporaron el ocio como un derecho y una necesidad). Es en estas sociedades donde, muchas veces, se decide qué características tendrán los destinos adaptándolos a la demanda; es decir, es en otros lugares que se decide cómo deben ser transformados los lugares de destino para adaptarse a la actividad turística. En este sentido, las características de dichos lugares, aquellas que devienen atractivos, se definen teniendo en cuenta una mirada foránea, originada desde un afuera (Urry, 1996 [1990]).

Las vinculaciones del lugar con el afuera también son de utilidad para pensar cómo las valorizaciones que serán propuestas para su consumo se definen en relación con otros destinos turísticos. En efecto, el lugar turístico se conecta con otros lugares, y esta conexión puede darse de diferentes maneras: a través del recorrido que realizan los turistas en forma de circuitos; a través de la definición de regiones turísticas en el marco de la gestión; en otras, a partir de las formas en que cada lugar va a definir su identidad como destino turístico, construida en una relación de oposición o semejanza con otros destinos. Así, para el caso de esta investigación resulta difícil comprender lo que acontece en la Quebrada de Humahuaca sin considerar la dinámica turística del noroeste del país, de la Argentina o de los países andinos.

Asimismo, las propuestas para pensar el lugar desde la heterogeneidad de los actores, sus intereses y sus acciones son esenciales para comprender la conformación de los lugares turísticos. La consideración de la multiplicidad de agentes involucrados tornan ingenuos, por ejemplo, los planteos sobre el desarrollo de lugares turísticos que simplifican la complejidad de las relaciones sociales que conforman los lugares haciendo referencia a la “población local”, la “comunidad o el pueblo de tal localidad”, apelando a una cierta homogeneidad. En efecto, en los estudios sobre el turismo suelen existir ciertos supuestos sobre la homogeneidad de la población residente en el mismo, que no rescatan las complejidades de las relaciones que se establecen entre distintos grupos, los intereses disímiles de distintos sectores de la sociedad y las relaciones de poder que definen cuáles serán las acciones llevadas adelante, y sus consecuencias para unos y otros. En definitiva, lo que podría verse en una perspectiva más crítica como resultado de un proceso (conflictivo) de negociación entre actores, es visto como la expresión de la voluntad o el accionar de una comunidad armónica<sup>26</sup>. La consideración de la trama social de los lugares también permite pensar a las sociedades de los destinos interviniendo activamente en el proceso de consolidación del turismo y en las transformaciones que el mismo genera, y no como meras víctimas o beneficiarias de un proceso impuesto. Esta idea está en consonancia con la valorización que el turismo realiza de características

---

<sup>26</sup> Esta forma de asociar una sociedad con un lugar y suponer cierta homogeneidad en la misma no es exclusiva de los estudios sobre el turismo. Las propuestas para pensar el desarrollo local, especialmente aquellas orientadas al desarrollo de áreas rurales, parten de los mismos supuestos (para un desarrollo detallado sobre este tema, y una presentación de un enfoque alternativo que ponen el énfasis en los actores, las relaciones de poder y los conflictos suscitados entre ellos, véase el trabajo de Manzanal, 2007).

asociadas a ciertas sociedades o culturas transformadas en atractivos turísticos. En efecto, el turismo difunde versiones de la “población local” no conflictivas, especialmente si se trata de sociedades que parecen mantenerse al margen de los procesos característicos de la sociedad moderna, y en muchos casos esta mirada turística que muestra una armonía local parece guiar gran parte de la producción académica sobre el turismo. Este es el tipo de miradas más frecuente respecto de lugares como la Quebrada de Humahuaca. La forma de conceptualizar a la Quebrada como lugar turístico en los términos en que aquí son definidos evita caer en su tratamiento como una entidad estática, compacta, un ámbito geográfico síntesis de características naturales, culturales, sociales conformando un lugar con una identidad inapelable e ineludible. Esta forma de entender a la Quebrada está presente en muchas interpretaciones, algunas de ellas producidas desde el ámbito académico y han contribuido a cristalizar esta idea de lugar síntesis, donde a determinado tipo de geografía física le corresponde una geografía social consolidada en una relación armónica.

Por otro lado, si como se mencionara más arriba, los lugares siempre fueron producto de las interconexiones con otros, surgen nuevas formas de interrogar las imágenes turísticas de los mismos. Estas imágenes se apoyan en versiones de los lugares cristalizadas, recurriendo y creando en muchos casos estereotipos que ignoran los cambios, transformaciones e influencias de un afuera; entonces, ¿cuál de todas las versiones posibles de este lugar cambiante está siendo seleccionada para construir su imagen? y ¿por qué se construye esa versión y no otra? Lo mismo podría preguntarse respecto del patrimonio. La imagen de la Quebrada como lugar turístico y patrimonial se construye a partir de procesos de selección guiados por actores que efectúan y proponen esa selección que, muchas veces, reproducen la idea de lugar armónico y no conflictivo. Aquí toman relevancia los significados otorgados al lugar por diferentes actores, es decir, los sentidos de lugar.

El tratamiento de la Quebrada de Humahuaca como **lugar turístico** en estos términos será operacionalizado a partir de la segunda parte de la tesis. Los capítulos que completan esta primera parte se abocan a desarrollar las perspectivas de interpretación que ponen en relación los conceptos de turismo, atraktividad turística, patrimonio y lugar.

## **Capítulo 2. El turismo como práctica social y su relevancia en la esfera económica**

En este capítulo se realiza una breve presentación de los principales temas en torno al estudio del turismo que incluyen o se relacionan con la producción y el consumo turísticos. En primer lugar se exponen las perspectivas acerca del turismo que predominan tanto en los estudios tradicionales como en los desarrollos críticos. En segundo lugar, el capítulo se centra en las formas de comprender el turismo desde la producción y el consumo como dos grandes formas interrelacionadas de interpretar la creación de una oferta y una demanda turística. Respecto de la producción turística, se hace referencia a los modelos que fueron propuestos para comprender los cambios ocurridos, haciendo hincapié en los modelos del turismo fordista y posfordista. Luego se trabajan las formas de comprenderlo en el contexto de la sociedad de consumo en general y en su articulación con dimensiones culturales, sociales y simbólicas que le dan sentido y lo explican.

En tercer lugar, se realiza un recorrido por las formas de pensar el turismo y su vinculación con el desarrollo para conocer las ideas que sustentan la política turística y patrimonial para la Quebrada de Humahuaca. Posteriormente se articula lo trabajado en este capítulo con aquellas cuestiones conceptuales desarrolladas en torno al **lugar turístico**, desarrollando la idea de que el consumo turístico está vinculado a las características de los lugares de destino, al tiempo que éstas responden a las demandas conformadas en las sociedades de origen de los turistas.

### **2.1. Los grandes temas en torno al estudio del turismo**

Los grandes temas que caracterizan a los estudios sobre el turismo dan cuenta de la diversidad de enfoques y también ponen de manifiesto las preocupaciones particulares que se generan desde los ámbitos académico de la práctica profesional y la gestión. Algunas de las formas de abordar el estudio del turismo fueron señaladas en el capítulo 1 cuando se mencionaron las concepciones espaciales implicadas en algunos de los trabajos sobre turismo; aquí interesa complementar ese tratamiento.

La producción de textos sobre turismo ha sido abundante en lo que se refiere a bibliografía producida para orientar la práctica profesional de los especialistas en turismo y la gestión del turismo, pero recién en las últimas décadas surgieron intentos por abordarlo exhaustivamente desde las ciencias sociales. Algunos especialistas señalan que el turismo no había resultado de interés para la investigación social en la medida en que, por un lado, en este campo prevalecía un interés por indagar aspectos, actividades y procesos vinculados con la producción industrial y no aquellos vinculados con el ocio

(Meethan, 2001). Por otro lado, autores como Lash y Urry (1998 [1994]) señalan que otras temáticas corrieron la misma suerte; así, afirman, se dejó de lado el estudio del sector servicios en pos de un interés por la producción industrial, el del consumo por la producción, el del ocio por el trabajo y el de la movilidad por la estructura. También se señala una cierta desconsideración para con esta práctica, heredera de cierta mirada despectiva hacia el turista como actor alienado y capaz de impactar negativamente en los destinos turísticos.

Más allá de la situación particular de las ciencias sociales (sobre la que se volverá más adelante), la producción que intenta comprender o explicar la práctica turística ha sido extensa y ha convocado esfuerzos de diversas disciplinas, orientados por distintas motivaciones e intereses. Algunos autores sistematizaron este abanico importante de trabajos; Hiernaux Nicolás (2002) y Bertoncello (2002) distinguen distintos campos desde los cuales se pensó y se definió el turismo, con varios puntos de coincidencia entre ambas presentaciones. Así, Hiernaux Nicolás menciona un primer conjunto de trabajos que conciben al turismo a partir de ciertos aspectos legales, donde se contemplan aquellas situaciones que, regulando el mundo del trabajo, implementan una normativa sobre las actividades de ocio (es decir, el reconocimiento a los trabajadores de un tiempo de ocio pago); esta concepción supone relegar al turismo, en tanto se lo define a partir de una situación residual con respecto al mundo laboral. Los aspectos legales también involucran el control de la entrada y permanencia de turistas a los distintos países; la necesidad de controlar el paso fronterizo de personas y el consecuente registro de este tipo de movimiento ha implicado una necesidad de definir qué es un turista. Teniendo en cuenta estas necesidades, la definición de turista que muchas veces se maneja en esta concepción legal implica (y queda reducida a) un conteo del traspaso de personas a través de fronteras durante un período específico de tiempo y con algunos motivos específicos (vinculadas con el ocio, fundamentalmente). Este tipo de definiciones es la que adoptan y promueven los organismos internacionales, en especial la OMT, que cuenta entre sus preocupaciones el lograr formas homologables de registro de los desplazamientos turísticos entre países. Esos aspectos legales manejan una idea del turismo como una práctica sujeta y regida por normas (Hiernaux Nicolás, 2002), tanto en el lugar de origen de los turistas (vinculados a la legislación laboral) como en los lugares que visita cuando atraviesa fronteras. Así, a nivel legal se suele manejar una definición muy general de turismo, frecuentemente basada en la que ofrece la OMT, que explicita que: “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT- Sancho, 1998: 44).

El segundo grupo reúne trabajos realizados desde una perspectiva económica. Aquí, la atención está puesta en la capacidad del turismo de generar ingresos. En esta postura entrará en consideración la participación del turismo en los ingresos generados a nivel nacional, con las dificultades que conlleva la asignación al turismo de manera exclusiva

determinadas actividades económicas<sup>27</sup> (Hiernaux Nicolás, 2002). La capacidad del turismo de generar ingresos también estará presente en el interés por recurrir al desarrollo del mismo con vistas a generar alternativas de obtención de recursos económicos y empleo para áreas en desventaja desde el punto de vista económico (Bertoncello, 2002). Esta preocupación también orienta las discusiones, investigaciones, informes e invitaciones a la acción que promueve la OMT, en particular en los documentos elaborados recientemente que abordan las posibilidades del turismo de dar solución a los problemas de la pobreza<sup>28</sup>.

Dentro de este grupo de trabajos existen algunas posturas que le otorgan una positividad al turismo, en relación con las ventajas en términos de ingresos que puede ofrecer, tanto en lo que refiere a participación en las cuentas nacionales como en referencia a su virtud de alternativa para el desarrollo. Al respecto Bertoncello (2002) señala que, en lo referido al papel del turismo en las cuentas nacionales, existen trabajos que han señalado cómo las divisas que ingresan a un país salen en la forma de pagos de las importaciones o como parte de las ganancias de las empresas extranjeras que operan dentro del territorio nacional. Con respecto al turismo y su potencialidad para inducir el desarrollo, el autor afirma que esta positividad se ha cuestionado fundamentalmente al constatar la desigualdad en el acceso a los beneficios eventuales que podría generar el turismo (en el sentido que muchas veces estos beneficios se concentran en los lugares de origen de los turistas o en aquellos agentes económicos dominantes y no en la población del destino)<sup>29</sup>.

Ambos autores identifican una tradición de pensar el turismo desde la administración, la planificación y la gestión, tanto a nivel de la gestión empresarial como a nivel de la política turística<sup>30</sup>. Respecto de la política turística, Bertoncello señala que el sector turístico se caracterizó, en términos generales, por la implementación de una planificación turística caracterizada en un primer momento (hacia mediados del siglo XX) por la implementación de modelos desarrollistas de gestión centralizada, para pasar, especialmente a partir de la década de 1990, a postular la necesidad de pensar el desarrollo del turismo a nivel local.

---

<sup>27</sup> Dado que la práctica turística involucra un conjunto de actividades económicas de las cuales se sirve tanto el turista como la población residente en el lugar, es difícil asignar algunas actividades al turismo; esto sucede en los destinos turísticos, por ejemplo, con el transporte o el comercio.

<sup>28</sup> La OMT ilustra la tapa de una de sus publicaciones con la frase: “El turismo sostenible es tal vez una de las pocas oportunidades de desarrollo para los pobres. ¡Aprovechémosla juiciosamente y pronto!”; y el resumen de dicho documento comienza diciendo “La elaboración de este informe responde a la preocupación de la Organización Mundial del Turismo (OMT) por lograr que los beneficios del turismo se expandan ampliamente en el seno de la sociedad y que el desarrollo turístico redunde en provecho de los pobres” (OMT, 2003: 9).

<sup>29</sup> Ejemplos de análisis críticos respecto de esta positividad otorgada al turismo pueden encontrarse en la compilación que realiza de Kadt (1984 [1979]) y en los trabajos de Britton (1992 [1982]) y de Lanfant (1980).

<sup>30</sup> La literatura sobre planificación del turismo reúne trabajos disímiles, entre ellos los preocupados por realizar propuestas sobre cómo llevar adelante una planificación del turismo (véase el trabajo de Boullón, 1985), hasta los que analizan la planificación turística estatal (véase el trabajo de Ariza da Cruz, 2001).

Desde la sociología, y las ciencias sociales en general, también surgieron abordajes del turismo que presentan elementos de interés para indagar, como se hace en esta tesis, en los procesos de transformación de lugares en los que el turismo se ha visto implicado. Haciendo hincapié en los aportes de la sociología, Hiernaux Nicolás distingue el interés de esta disciplina por el estudio del ocio, que paulatinamente comienza a ser pensado independientemente de los estudios del trabajo, con los cuales se asociaba en un primer momento. Asimismo, rescata las nuevas preocupaciones desde la sociología acerca de la relación entre turismo y poder, clases y distinción social. El autor también rescata los estudios que, desde las ciencias antropológicas, se han realizado en torno a la relación que los turistas establecen con la población en los destinos. Bertoncello, por su parte, hace referencia especialmente a las características distintivas y los aportes de los estudios más recientes orientados a la comprensión de la construcción social del turismo, es decir, de los procesos de consolidación de esta forma de uso del tiempo libre ubicados en un contexto histórico, social, económico y cultural de la sociedad occidental, urbana e industrial y los cambios que atraviesa.

Por último, Bertoncello (2002) distingue otro conjunto de trabajos que abordan los impactos negativos del turismo en los destinos en tres aspectos: las transformaciones culturales que puede generar la relación entre turistas y población de los destinos turísticos, los problemas sociales que puede generar el desarrollo del turismo en los destinos y el deterioro del ambiente.

Cabe destacar que ambos autores señalan que la dimensión territorial del turismo ha conocido un enfoque descriptivo, orientado a la caracterización de flujos turísticos entre origen y destino o a la descripción (al estilo de las monografías regionales) de los destinos turísticos. La participación del territorio en el desarrollo o consolidación del turismo no es problematizada y tampoco es considerada como una dimensión analítica; antes bien, el territorio es concebido como el escenario sobre el cual se desarrollan los procesos. Como se mencionara en el capítulo anterior, el paulatino desarrollo de estudios sobre el turismo desde las ciencias sociales, y en especial desde la geografía, ha contribuido a la problematización de la dimensión territorial, en especial en relación al estudio sobre los procesos de consumo y mercantilización de los lugares a partir del turismo, tanto en su dimensión económica como cultural.

### 2.1.1. Enfoques tradicionales y críticos en los estudios turísticos

Gran parte de los trabajos que se abocaron a la comprensión o la elaboración de propuestas en relación al turismo pueden agruparse en dos tipos de enfoques. El primero de ellos reúne a aquellos trabajos más tradicional, con aproximaciones exclusivamente empíricas y descriptivas. Aquí el turismo es concebido como el desplazamiento temporal de personas de un lugar a otro, que tienen como principales actores a los turistas o como un conjunto de actividades económicas. En uno u otro caso el turismo puede aprehenderse a través de estadísticas (cantidad de desplazamientos, ingresos generados a nivel nacional, etc.). Dentro de este enfoque existen algunos trabajos que ofrecen definiciones muy generales sobre qué es el turismo basadas en criterios estadísticos

(entradas y salidas, flujos de desplazamiento, tiempo de permanencia, etc.)<sup>31</sup> y que se orientan a construir clasificaciones en relación al turismo (tipo de turistas, modalidades, regiones turísticas).

Para este tipo de visiones la Organización Mundial del Turismo es una fuente de autoridad, tanto en relación a las estadísticas que provee como a las tendencias que señala y las recomendaciones que ofrece.

Este tipo de enfoques maneja una idea del turismo dual, cargada de positivities o negatividades. Por un lado, el turismo está cargado de positivities en la medida en que se supone que, como actividad económica, puede aportar divisas, generar empleos, estimular otras actividades económicas, además de ser presentado como un conjunto de actividades que requiere bajos niveles de inversión inicial. Además, cuestionando estas positivities, algunos estudios han puesto el énfasis en los impactos del turismo, ya sea a nivel ambiental como cultural y social.

El segundo tipo de enfoque reúne un conjunto de trabajos con abordajes más críticos sobre esta práctica social. La gran mayoría de ellos surgieron del progresivo interés de las ciencias sociales por el turismo, introduciendo aportes teórico-metodológicos y ofreciendo elementos para interpretar distintas dimensiones de esta práctica. Puede considerarse que los intentos que en décadas recientes inauguraron los estudios sobre el turismo con vistas a su teorización desde las ciencias sociales tienen un hito en el trabajo de Dean MacCannell *The tourist. A new theory of the leisure class*, de 1976, en el que se introdujeron temáticas tales como aquellas acerca del lugar del turismo en la modernidad, el análisis sobre los atractivos turísticos y el desarrollo de la idea de autenticidad escenificada (se hará referencia a este concepto en el capítulo 3).

Con posterioridad, el trabajo de 1990 de John Urry *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*, abriría caminos para pensar el turismo desde múltiples dimensiones (históricas, económicas, sociales, culturales, simbólicas) a través del concepto de **mirada turística**, su evolución histórica y las distintas formas que adquiere según las sociedades y grupos sociales. En este trabajo ampliamente citado en la literatura académica, Urry retomaría aspectos culturales y sociales del turismo, en contraposición al énfasis en lo económico que había prevalecido hasta ese momento y llenando así un vacío de conocimiento en relación al desarrollo de una sociología del turismo<sup>32</sup> (Neveu, 1990).

---

<sup>31</sup> Véase por ejemplo, la definición de turismo que ofrece Fernández Fúster (1991: 9): “Desde nuestro punto de vista el turismo nos aparece como un traslado espacial, desde un mercado emisor –lugar donde se hallan los viajeros potenciales y donde es preciso sembrar la propaganda para incitarles al viaje- hasta un núcleo receptor –que posee los atractivos y el equipo suficiente para recibirlos”.

<sup>32</sup> Otros referentes clásicos en los estudios del turismo son el trabajo de Dumazedier, *Sociología empírica del ocio*, el trabajo de Krippendorf, *Sociología del turismo*, la compilación ya citada de Smith, *Anfitriones e invitados*, la compilación de de Kadt, *Turismo: pasaporte para el desarrollo?* y el trabajo ya citado de Turner y Ash, *La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer*.

Estos trabajos constituyeron los intentos más sólidos por construir desarrollos interpretativos para pensar la práctica turística desde las ciencias sociales. Ambos tuvieron como punto de partida y justificación la idea que una comprensión en profundidad de la práctica turística redundaría en un entendimiento de procesos más amplios que se dan en la sociedad moderna. MacCannell (1989 [1976]: 3) afirma en la introducción de *The tourist*: “the central thesis of this book holds the empirical and the ideological expansion of modern society to be intimately linked in diverse ways to modern mass leisure, especially to international tourism and sightseeing. [...] This book may also serve as an introduction to structural analysis of modern society”. Por otro lado, Urry (1996 [1990]: 17) expresa: “ao refletir sobre os objetos típicos do olhar do turista, poderemos usá-los para entender aqueles elementos da sociedade mais ampla com os quais eles contrastam. Em outras palavras, levar em consideração como os grupos sociais constroem seu olhar turístico é uma boa maneira de perceber o que está acontecendo na ‘sociedade normal’”.

Así, desde estas propuestas el turismo es concebido como una práctica social referida al ocio propia de las sociedades occidentales y del modo de producción capitalista que podría ser interpretada como complementaria a la esfera del trabajo, y que se diferencia claramente de otras prácticas anteriores que involucraban el desplazamiento de población. Al contextualizar esta práctica históricamente, también se ha recurrido a modelos para comprender su relación con dinámicas más amplias de las sociedades en las cuales se origina el turismo.

Precisamente en esta tesis el turismo es concebido como una práctica que involucra a distintos actores con intereses y necesidades particulares que establecen relaciones sociales signadas por la coincidencia de intereses o por el conflicto. Estos actores conforman una trama que involucra a los turistas y a aquellos que se vinculan, de diferentes formas, con el turismo: ofreciendo servicios, diseñando políticas, señalando, describiendo y calificando atractivos, y experimentando el turismo como parte de su vida cotidiana.

Desde las ciencias sociales el abordaje del turismo ha sido analítico más que propositivo; en este sentido, todos aquellos aspectos del turismo señalados (su vinculación con la creación de normativas, la actuación de agentes económicos, el accionar en materia de gestión turística, etc.) fueron sometidos a análisis a partir de las teorías y marcos interpretativos que se utilizan para comprender otros procesos y dinámicas sociales, políticas, económicas, etc. Así se han abordado: la consolidación del turismo como derecho y la forma en que la legislación acompañó ese proceso<sup>33</sup>; la política estatal de creación de las condiciones necesarias para su desarrollo<sup>34</sup>; el proceso de crecimiento del turismo en los países menos desarrollados a la luz de las teorías que explican la

---

<sup>33</sup> Véase el trabajo de Cabrera (2005) que analiza los cambios en la legislación laboral respecto del ocio en la Argentina durante la primera mitad del siglo XX.

<sup>34</sup> Véase el trabajo de Ariza da Cruz (2001) que aborda la convergencia de intereses entre estado y mercado en los procesos de apropiación y consumo turístico del espacio litoral del Nordeste brasileño a través de la política estatal. Véase también el trabajo de Capanegra y Puccio (2001) sobre el proceso de institucionalización del turismo como objeto de la política pública en la Argentina.



expansión del capitalismo a nivel mundial<sup>35</sup> y las transformaciones generadas en lugares específicos y las tramas de actores específicas que se conformaron<sup>36</sup>.

Esta caracterización de los abordajes de tipo analítico no debe entenderse como excluyente de otro tipo de enfoques; en efecto, las perspectivas de tipo propositivo también abundan en la actualidad respecto de aquellas temáticas vinculadas con el desarrollo. El compromiso de muchos profesionales de las ciencias sociales con el incentivo a la consolidación del turismo como motor del desarrollo también generó una literatura que sugiere, recomienda u orienta el accionar de la política gubernamental para lograr el desarrollo. De alguna manera, dentro del ámbito académico se asiste a lo que Bianchi (2003:14) denomina las “tensiones entre un pragmatismo para solucionar problemas y la emergencia de análisis críticos”.

Por último, es necesario señalar que dentro de estas perspectivas también se ubican aquellas miradas más críticas respecto de la dimensión territorial del turismo que se mencionaran en el capítulo 1 y que se adoptan en la tesis, junto con la conceptualización de lugar desarrollada en el mismo capítulo.

## **2.2. El turismo: una práctica social de la modernidad**

Al analizar el turismo varios autores parten de la afirmación de que esta práctica<sup>37</sup> no puede ser comprendida independientemente del contexto económico, histórico y sociocultural específico (Urry, 1996 [1990], Britton, 1991; Bertoncello, 2002; Meethan, 2001). Asimismo, se afirma que el turismo es una práctica de ocio propia de la modernidad y del capitalismo. Pensar el turismo de esta forma implica situarlo histórica y socioculturalmente como práctica de las sociedades occidentales desde fines del siglo XVIII. Para ello, los autores consideran las formas de organización de estas sociedades tanto en términos económicos (consolidación y desarrollo del sistema capitalista) como sociales y culturales, y también toman en consideración las ideas, imágenes y representaciones en estas sociedades.

---

<sup>35</sup> Véase el trabajo de Britton (1992 [1982]), el cual realiza un análisis de las características que adquiere el turismo de la mano de la actuación de grandes empresas en destinos turísticos del Pacífico Sur, reservando una situación de dependencia para estos destinos.

<sup>36</sup> Véase el trabajo de Bertoncello (1993) donde se analizan los procesos de valorización turística del sector costero del Partido de la Costa y su vinculación con el proceso de urbanización de esta zona del litoral bonaerense atendiendo a los actores involucrados en esos procesos.

<sup>37</sup> El término “práctica” se entiende en el sentido que le otorga Bourdieu, es decir, como resultado de una relación dialéctica entre campo -concepto que hace referencia a las posiciones que clases o grupos ocupan en estructuras objetivas y las relaciones que establecen entre ellos- y *habitus* -entendido como conformaciones de la subjetividad, como “un conjunto de disposiciones duraderas que determinan nuestra forma de actuar, sentir o pensar” (de Luque, 2001:186)- donde la posición que ocupa cada agente en el espacio social explica la constitución de su *habitus*. Tanto el campo como el *habitus* se entienden a partir de relaciones: el campo como una estructura de relaciones y el *habitus* como un conjunto de relaciones que incorporan los agentes. El campo y el *habitus* pueden modificarse históricamente.

Entender al turismo como práctica moderna no impide reconocer sus vinculaciones con (y sus orígenes en) otras prácticas históricas previas. En efecto, el turismo tiene antecedentes que se remontan a lo que se llamó turismo de elite o Grand Tour, también vinculada al viaje con fines de ocio. Es por eso que considerar al turismo como práctica moderna no implica desechar las prácticas de viaje anteriores al analizarlo (e incluso periodizar o modelizar) porque de hecho existen ciertas continuidades y rupturas entre ellas que resultan de utilidad para comprender su desarrollo.

Esta forma de entender el turismo ha llevado a los autores a adentrarse en la comprensión de ciertos procesos más amplios que afectaron a las sociedades occidentales en el último siglo. Uno de los puntos desde donde se parte es considerar las transformaciones impuestas por el mundo laboral vinculado a la consolidación del capitalismo. En el contexto de consolidación del capitalismo se define una esfera de ocio separada de la esfera del trabajo, que afecta tanto la cotidianidad de los trabajadores como las formas de organización de la sociedad en torno a estas dos esferas, ahora escindidas (Bertoncello, 2002). Así, algunos autores plantean la imposibilidad de comprenderla sin remitirla a la otra esfera, la del trabajo, en tanto una necesita de la otra. Las vinculaciones entre las esferas se manifiestan en el sentido de imposibilidad de existencia de una sin la otra, y en la comprensión histórica de su evolución conjunta, que comprende entre otras cosas, atender a ciertas necesidades (devenidos derechos laborales) de los trabajadores y considerar ciertas ventajas productivas derivadas del descanso asociado al ocio (Bertoncello, 2002).

Pero también existen otras vinculaciones entre esfera del trabajo y esfera del ocio. Tradicionalmente la esfera del trabajo fue asociada a la producción, al ámbito de injerencia del capitalismo con sus formas de organizar y reglamentar. En contrapartida, la esfera del ocio fue entendida como el ámbito de la libertad individual, de la no-sujeción a normas, de la libre decisión; una esfera donde el capitalismo no tenía injerencia. Britton (1991) afirma que en esta separación la esfera del ocio, lejos de ser el ámbito de la libertad del individuo, se encuentra caracterizada por la presencia y el accionar de una serie de actividades institucionalizadas. De esta manera, presenta a la esfera del ocio como una esfera normatizada, en la medida en que la forma que adquieren las diferentes prácticas vinculadas al ocio se encuentra organizada por el accionar de distintos actores económicos, que actúan bajo la lógica capitalista. Así, en la esfera del ocio se manifiesta la presencia de las formas de producción y organización características del capitalismo; de esta manera, el capitalismo no queda limitado a la esfera de la producción en su sentido más tradicional (producción de bienes de capital y de bienes orientados a la reproducción de los trabajadores), sino que también actúa en la esfera del ocio, produciendo y comercializando, por ejemplo, bienes y servicios turísticos.

Por tal motivo varios autores han hecho hincapié en la necesidad de analizar la producción y el consumo de bienes y servicios turísticos en el contexto más amplio de la producción y el consumo en las sociedades occidentales actuales (Urry, 1996 [1990]; Bertoncello, 2002; Meethan, 2001). En estas perspectivas, entonces, la producción y consumo de los bienes y servicios turísticos no se alejarían de las tendencias generales en las formas de producción y consumo de otros bienes y servicios en otras esferas de la

vida social. En los dos puntos siguientes se tratarán en detalle los aspectos vinculados a la producción y consumo en el turismo.

### **2.3. Pensando el turismo desde la producción**

Las características de la producción turística han sido abordadas recurriendo a la elaboración de modelos que presentan una caracterización de la organización de la producción vigente y más o menos generalizada en determinados períodos históricos: el modelo del turismo fordista (o de masas) y el modelo del turismo posfordista (o alternativo). Estos paralelismos que se realizan en la caracterización y análisis quedan evidenciados en las formas de nombrar los distintos modelos. El modelo de turismo masivo o fordista tiene paralelos con las formas de producción y consumo masivos asociados a la organización productiva y social desarrollado durante la primera mitad del siglo XX; el modelo de turismo posfordista establece paralelos con las nuevas formas de producción y consumo en el período más reciente del capitalismo, producto de transformaciones en el modelo anterior y asociado a la condición de mayor flexibilidad.

Según Meethan (2001), la asociación del fordismo con la modernidad está dada por las formas en que esta manera de producción ejemplifica las ideas de progreso, racionalidad, control, nuevas formas de trabajo, estilos de vida y en la medida en que implica la existencia de un tipo específico de estado y de sociedad. Es decir, el fordismo acompaña los ideales de la modernidad desde una dimensión económica, pero también política y social. En sus aspectos vinculados directamente con la producción, el fordismo se caracterizó por la implementación de una producción industrial basada en la organización racional y eficiente de las tareas al interior de las unidades de producción orientadas a lograr una mayor productividad. Además, se orientó a la elaboración y comercialización de productos estandarizados y en serie, en una búsqueda de ganancias basada en la economía de escala. A su vez, aseguró las condiciones para que estos bienes producidos fuesen consumidos por amplios sectores de la sociedad a través de la generación de trabajo asalariado que permitieran a los trabajadores acceder a los bienes de consumo ofrecidos y, por ende, mantener los niveles de producción; el estado actuó como garante de cierto balance entre producción y consumo, o específicamente entre ganancias e ingresos (Meethan, 2001).

El turismo de masas o turismo fordista, por su parte, es caracterizado en términos de las formas de organización en la prestación de bienes y servicios turísticos durante la mayor parte del siglo XX. Como en el caso de la producción industrial, este tipo de turismo ofrece productos estandarizados, elaborados masivamente para un mercado relativamente homogéneo en términos de los consumidores (Meethan, 2001; Bertonecello, 2002). En esta forma de turismo prevalece el consumo masificado de paquetes turísticos (que combinan fundamentalmente los servicios de viaje y alojamiento) ofrecido por las grandes compañías transnacionales. La oferta de este tipo de productos se adecua a un calendario turístico más o menos estable y homogéneo que se centra en la existencia de un período principal de vacaciones durante los meses de verano y tiene como modalidad turística representativa el turismo de sol y playa (Marchena Gómez, s/f). A su vez,

conlleva la incorporación de amplios sectores sociales a esta práctica a partir de la generalización de derechos adquiridos en el mundo del trabajo, entre ellos el derecho al tiempo libre pago (Marchena Gómez, s/f y Bertoncello, 2002). El estado toma un rol protagónico en los procesos de expansión y difusión de esta práctica, no sólo en términos de garantizar las condiciones (legislación mediante) para que los trabajadores ejerzan su derecho al disfrute del tiempo libre, sino también de asegurar la infraestructura necesaria para que los actores económicos brinden sus servicios, a través de la realización de inversiones en el sector, o transformándose en un agente económico más a la hora de brindar servicios turísticos (por ejemplo, en la Argentina, en lo que constituyó la administración de hoteles provinciales y servicios de transporte).

En las últimas décadas del siglo XX se produjeron ciertas transformaciones en la economía marcadas por una progresiva especialización en la producción. Las nuevas formas de producción se caracterizaron por la elaboración de cantidades limitadas de varios productos diferentes orientados a distintos segmentos de la demanda. Por otro lado, el paso de una producción de tipo fordista a una posfordista se ve acompañado de la consolidación del sector terciario de la economía, justamente aquel en el que suele clasificarse la mayor parte de la producción de servicios turísticos. Las nuevas formas de producción turística, a las que se hace referencia como turismo posfordista (Urry, 1996 [1990]; Meethan, 2001), alternativo (Bertoncello, 1998) o flexible (Marchena Gómez, 1992) se explicarán nuevamente recurriendo a aquellos modelos que intentaron dar cuenta de los cambios en las actividades productivas en general. Marchena Gómez (1992) afirma que el paso de una industria turística rígida (fordista) a otra de características más flexibles queda evidenciado por un cambio estructural marcado por dos tendencias: los cambios en una demanda más exigente que da cuenta del agotamiento de los destinos tradicionales de turismo, y la respuesta del mercado a lo anterior con la creación de nuevas modalidades turísticas y destinos.

Esto condujo a parámetros más flexibles en las formas de promoción y organización de las vacaciones y el surgimiento del turismo especializado (nuevas modalidades turísticas como el ecoturismo, el turismo rural, el turismo aventura, etc.) (Meethan, 2001). Marchena Gómez, además, habla de desconcentración temporal y espacial en esta etapa del turismo flexible; la desconcentración temporal de las prácticas turísticas se relaciona con la flexibilización del calendario laboral para algunos sectores de la sociedad, en donde el tiempo de ocio ya no se concentra en un solo período sino que se distribuye a lo largo de año. Según este autor, la desconcentración espacial conlleva, por un lado, la reproducción del modelo fordista en nuevas áreas y por otro, la valorización e incorporación de nuevos destinos o la revalorización de destinos tradicionales (Marchena Gómez, s/f). También se ha señalado el surgimiento de cambios en los actores involucrados en la prestación de servicios turísticos: a la tradicional organización del turismo por grandes empresas (hoteles, tour operadores, compañías aéreas) se le suma la aparición de pequeños prestadores de servicios, que en muchas ocasiones se especializan en productos para demandas específicas (Marchena Gómez, 1992; Urry, 1996 [1990]) creando una oferta de bienes y servicios especiales o exclusivos.

Desde estos modelos que trazan las características básicas de la producción, el turismo va a ser analizado como un ámbito organizado por una lógica económica capitalista. Sin

embargo, mediante el análisis de las características del consumo también el turismo puede ser analizado en una dimensión sociocultural. Esta dimensión explicaría las distintas formas que toma la práctica turística -en sus modalidades, lugares visitados, atractivos valorados, bienes y servicios consumidos-.

#### **2.4. Pensando el consumo turístico**

Aquí interesa conocer cómo ciertos autores relacionan el consumo y el turismo, y cuáles son los desarrollos conceptuales que construyen para tal fin. El interés en el consumo se explica por la necesidad de comprender la práctica turística, los procesos de construcción de atraktividad y de organización de un territorio en función de ciertas demandas turísticas. Para ello, resulta interesante indagar en la articulación que el consumo establece con las dimensiones culturales, sociales y simbólicas que le dan sentido y lo explican.

El consumo turístico se enmarca en procesos de crecimiento y consolidación de una sociedad de consumo y las transformaciones que ella experimentó a lo largo del tiempo. El énfasis en este abordaje promovido por algunas perspectivas interpretativas responde a un interés general de las ciencias sociales en las últimas décadas, que desplazaron el foco de atención desde los aspectos de la producción a los del consumo y el cambio cultural (Featherstone, 2000 [1991]). Esta tendencia ha permitido la incorporación del análisis de las valoraciones de tipo social y cultural y de los elementos no materiales y simbólicos que acompañan a los procesos de producción y consumo de mercancías (Meethan, 2001).

Las formas en que se concibe el consumo turístico también son explicadas por varios autores a partir del paso de una sociedad moderna a otra posmoderna, dando como resultado, en términos generales, aquellos rasgos que en el capítulo anterior se señalaron caracterizando la comprensión espacio-temporal actual. La producción de bienes estandarizados propia del fordismo se vio acompañada de una forma de consumo que se centraba en la adquisición de aquellos productos disponibles en el mercado. Se afirma que desde éste las elecciones eran limitadas, dadas por una oferta también limitada de productos en correspondencia con un mercado de consumidores relativamente homogéneo (Urry, 1996 [1990]). Esta relativa homogeneidad se reflejaba en los escasos cambios que se producían en términos de modas, estaciones y segmentos del mercado (Urry, 1996 [1990]). Por otro lado, se señala que la escasa diversificación de productos en el mercado respondía más a los intereses de los productores que de los consumidores ya que, las formas de producción a través de una economía de escala, abarataban los costos de producción.

El turismo masivo había instalado la modalidad del turismo de sol y playa que se desarrollaba principalmente en las costas del mediterráneo europeo, y con posterioridad

en el Caribe y otros destinos asiáticos (Meethan, 2001)<sup>38</sup> a partir de la contratación de paquetes turístico que comprendían, como mínimo, el viaje y alojamiento en estos destinos. El estado también cumplió un rol fundamental en este modelo, con la administración de establecimientos hoteleros, el incentivo a la construcción de obras de infraestructura y la promoción de los viajes turísticos. Sin embargo, la preeminencia del turismo de sol y playa no debe dejar de lado la existencia de otras modalidades contemporáneas a él. La visita a las grandes ciudades europeas, por ejemplo, o a los centros de la antigüedad clásica también forman parte de los destinos turísticos visitados. Estos destinos no solamente eran visitados por la población europea o norteamericana; también las elites latinoamericanas visitarían las grandes capitales europeas, sede de la sociedad con un estilo de vida y una cultura a ser imitados.

Los consumidores se aseguraban el acceso a los bienes producidos en forma masiva a partir de su participación en el mercado laboral y la remuneración salarial obtenida. En el caso del turismo, el reconocimiento de esta práctica como un derecho laboral va instalándola como una nueva necesidad, un producto más dentro del conjunto de productos a ser consumidos. Las vacaciones pagas se habían difundido en relación con la necesidad de restauración física y mental, imprescindibles para el desempeño laboral y cotidiano durante el resto del año.

Esta situación cambia con el paso del fordismo al posfordismo que conlleva la existencia de un consumidor demandante de ciertas especificidades en los productos consumidos y una producción en condiciones de responder a ellas (Meethan, 2001) a partir de la proliferación de productos en el mercado orientados a segmentos cada vez más diferenciados de la demanda. Teniendo en cuenta específicamente el turismo, el consumo va a caracterizarse por la aparición de nuevas modalidades turísticas: las vacaciones de sol y playa estandarizadas del turismo masivo se complementan con una variedad de modalidades y productos que parecen adecuarse a todas las necesidades existentes. Las modalidades turísticas se diversificarán incorporando el ecoturismo, el turismo aventura, el turismo rural, el turismo cultural y el etnoturismo. Estas modalidades darán cuenta de una nueva manera de percibir, consumir y administrar espacios con características naturales o culturales dignas de admiración y protección (fundamentalmente áreas naturales y culturas consideradas en vías de extinción; Nouzeilles, 2002). En efecto, este cambio se manifiesta junto con otros procesos sociales más amplios de valorización de lo natural y lo cultural, aquellos mismos que están involucrados en las nuevas formas de pensar el desarrollo (que serán mencionadas más adelante).

El paso del fordismo al posfordismo y las transformaciones que se dan en el turismo no implican un agotamiento total o desaparición del modelo fordista. Esto ha sido señalado tanto para la producción de bienes en general como para aquellos vinculados con el turismo en particular. La importancia que en la actualidad se le otorga a la posmodernidad y a la producción y al consumo posmodernos no debe implicar

---

<sup>38</sup> En la Argentina los destinos del turismo masivo concentran los balnearios de la costa atlántica bonaerense, las sierras de Córdoba, a los que paulatinamente se irán incorporando otros destinos del noroeste, cuyo y el sur cordillerano.

circunscribir el análisis del turismo teniendo como referencia únicamente este modelo. En efecto, algunos autores relativizan este tipo de generalización que presenta al posmodernismo como una etapa completamente nueva. Entre ellos Ritzer y Liska (2002 [1997]) afirman que las formas de organización del turismo a partir de la oferta de paquetes estandarizados propios del fordismo aún tienen amplia vigencia (aunque flexibilizados). Urry (1996 [1990]), en otro sentido, también relativiza estas formas categóricas de periodización y sucesión al referirse al turismo<sup>39</sup>. Meethan (2001) por otro lado, también señala que el turismo en la actualidad presenta rasgos fordistas tanto como posfordistas. En esto también coinciden otros autores al señalar el carácter complementario de estas formas de hacer turismo (Marchena Gómez, 1992; Bertoncello, 1998)<sup>40</sup>.

¿Cómo se explican los cambios en las formas de consumo turístico en este pasaje del fordismo al posfordismo? Con frecuencia apelando a los cambios que a un nivel más general se han caracterizado como el paso de la modernidad a la posmodernidad. En la actualidad muchos de los análisis del turismo (pensado como posfordista) tienen en cuenta los cambios acaecidos en el consumo de bienes y servicios en el marco del cambio cultural operado en las últimas décadas. Se argumenta que las fronteras que separaban al turismo masivo de otras prácticas sociales hoy ya no constituyen una línea de demarcación, sino un espacio borroso en el que es imposible separar el turismo de otras prácticas. Este tipo de argumentos es sostenido por varios autores. Así, Urry (1996 [1990]) afirma que la posmodernidad ha disuelto las fronteras entre diferentes formas culturales como el turismo, el arte, la educación, la fotografía, la televisión, el deporte, las compras, etc<sup>41</sup>. En esto coincide Meethan (2001), que retoma una frase de Hall en la que se expresa la diferenciación poco clara entre lo que hoy en día es turismo y lo que es cultura<sup>42</sup>. Urry (1996 [1990]) señala, además, la posición destacada que pasó a ocupar la cultura en la organización de las sociedades actuales en el contexto de los cambios culturales que tuvieron lugar en las últimas décadas coincidiendo en el énfasis en la extensión de la mercantilización a la esfera de lo social y lo no-material de los análisis de Meethan (2001) y Britton (1991).

---

<sup>39</sup> Como se señalara más arriba, Urry afirma que en muchas prácticas turísticas del pasado se adivinan características del turismo posmoderno (Urry, 1996 [1990]).

<sup>40</sup> Urry (1996 [1990]) señala que muchas de las características que se atribuyen al turismo posmoderno pueden encontrarse en otros momentos históricos cuando tomaron importancia, por ejemplo, el espectáculo y las reproducciones (estos elementos característicos del turismo posmoderno se hacían presentes en los balnearios tradicionales ingleses o en la contemplación de reproducciones de aquellos elementos, objetos de la mirada romántica). Sin referirse estrictamente al turismo, Featherstone (2000 [1991]) rescata la importancia de considerar experiencias y prácticas *transmodernas*, más que explicarlas en términos de dicotomías (moderno-posmoderno) o tricotomías (tradicional-moderno-posmoderno).

<sup>41</sup> El autor afirma que la mirada turística -concepto que utiliza para analizar las formas de consumo de atractivos y lugares turísticos- se puede aplicar a una serie de prácticas sociales y culturales distintas al turismo, pero cada vez menos diferenciadas de él. En otro trabajo el autor condensó esta idea cuando se refirió al fin del turismo en tanto práctica delimitada, distinguible de otras (Urry, 1995a).

<sup>42</sup> Hall (1994) *Tourism and politics: policy, power and place*, Wiley, Chichester. Citado en Meethan (2001).

De esta manera turismo, consumo, cultura y posmodernismo aparecen como elementos inseparables en muchos de los análisis actuales. Por eso, muchas de las perspectivas interpretativas que incorporan elementos culturales para comprender el consumo turístico se han forjado a partir de los análisis que se realizan en el campo de la producción y del consumo de la **cultura**, que analizando la sociedad de consumo y sus transformaciones a lo largo del siglo XX, intentan dar cuenta del paso de la modernidad a la posmodernidad, así como de las características de la sociedad actual en tanto organizada por una lógica posmoderna<sup>43</sup>.

#### 2.4.1. El consumidor-turista: entre la adaptación a lo dictado por el mercado y la elección

Una de las formas de comprender el consumo turístico (qué se consume y por qué) es conociendo las características que adopta la organización de la producción de bienes y servicios turísticos. Esta forma de análisis se apoya en el supuesto de que, a pesar de los cambios sociales que explican las transformaciones en la demanda de bienes y servicios, los actores sociales vinculados a la producción son quienes proponen qué cosas consumir y cómo consumirlas. Más allá de las preferencias de los consumidores (marcadas por la moda, los gustos, etc.) los encargados de la producción de bienes y servicios turísticos generan mecanismos para crear productos acordes a esa demanda, pero también para incentivarla (Britton, 1991).

En su análisis sobre cómo el turismo se constituye en una vía para la acumulación del capital, Britton (1991) señala la presencia de distintas instituciones sociales que crean, coordinan, regulan y distribuyen valores de cambio asociados a estos productos y servicios culturales y recreacionales (entre ellas empresas, industrias, mercados, entidades estatales). Esto lleva a reforzar la idea de que hoy la esfera del ocio es normatizada, y las actividades y experiencias de esta esfera se han mercantilizado en una cultura de consumo. Así, el viaje con motivos de ocio es una vía de acumulación de ganancias mediante la comercialización de experiencias y la creación de productos diferenciados, organizados por aquellas instituciones sociales. De esta manera, se vuelve a la idea desarrollada más arriba que expresa que las relaciones de producción capitalistas forman parte integral del tiempo libre, y que si bien durante el tiempo libre se ofrecen formas de escape y entretenimiento, no se desafía el orden social y material existente. La posibilidad de sostener la producción turística está dada por la capacidad de mantener y diversificar la demanda con la generación de nuevos y variados productos<sup>44</sup>.

---

<sup>43</sup> Véanse, como ejemplos, los trabajos de Harvey (1998 [1989]) y Featherstone (2000 [1991]).

<sup>44</sup> Así lo expresa Britton: "As the institutions of the 'culture industry' are also avenues for the accumulation of capital in their own right, they are characterised by the need to maintain and diversify demand for entertainment and leisure products. This is achieved largely through the generation of constant change and novelty, and the pseudoindividualisation of leisure activities as expressed in the multiplication of the range of identified market segments, leisure pursuits, choice of leisure and models, and leisure places and destinations" (1991: 454).



Lo planteado hasta aquí se asocia con lo que Featherstone (2000 [1991]) identificó como la primera de las teorías de la cultura de consumo<sup>45</sup>. Esta teoría da prioridad, a los procesos mediante los cuales se ejerce un mayor control o manipulación de la población en la medida en que el sistema capitalista necesita de la construcción de nuevos mercados y educa a la sociedad para transformarla en consumidora. Estas formas de concebir el consumo tienen sus raíces en los desarrollos que hiciera fundamentalmente la Escuela de Frankfurt en referencia a la industria cultural<sup>46</sup>. En palabras de Featherstone esta perspectiva implica considerar el triunfo del valor de cambio, en la medida en que “se torna posible un cálculo racional instrumental de todos los aspectos de la vida, por el que todas las diferencias esenciales, las tradiciones y las cualidades culturales se transforman en cantidades” (Featherstone, 2000 [1991]: 40)<sup>47</sup>.

Si bien estas formas de pensar el consumo dan cuenta de la injerencia de la producción en los dictados sobre qué y cómo debe consumirse, no permite comprender las diferencias que adquiere el consumo y el uso de mercancías por distintos públicos (Featherstone, 2000 [1991]). Estos últimos aspectos serán cubiertos por ciertas perspectivas que ponen el énfasis en las formas de elección más allá de los constreñimientos impuestos por la producción, y por otras, que analizan la manera en que el consumo y uso de las mercancías son utilizados como formas de distinción social.

Las discusiones acerca de la autonomía del sujeto/turista en relación con las decisiones a cómo, dónde, cuándo, y por cuánto tiempo -entre otras- organizar sus vacaciones han sido retomadas por varios autores. Ellas, por supuesto, reflejan otros debates dados en el campo de la sociología en torno a las tensiones entre estructura y agencia o sociedad e individuo, especialmente las desarrolladas por Giddens y Bourdieu (Meethan, 2001). Si bien en el campo de los estudios del consumo se desarrollaron posturas que insistieron en la libre elección del sujeto, en la actualidad hay cierto acuerdo en pensar que las elecciones están, en mayor o menor medida, limitadas. Estas posturas también están presentes en el campo de los estudios sobre el turismo.

El viaje organizado por las empresas dedicadas a la confección de paquetes turísticos parece ser el ejemplo más acabado de las formas de limitar las opciones del turista. Así, Meethan (2001) observa que los itinerarios turísticos si bien no eliminan la elección la limitan, en el sentido que son formas de anticipar y controlar, planificar en el espacio y el tiempo qué es lo que se va a hacer. El autor afirma que la racionalidad en la lógica de la comercialización que se manifiesta en la esfera de la producción turística, también se

---

<sup>45</sup> Featherstone (2000 [1991]) clasifica a los estudios sobre la cultura de consumo en tres teorías: la primera, hace hincapié en el rol de la producción definiendo la demanda; la segunda, pone la atención en las formas de diferenciación social a través del consumo y la última, que pone énfasis en aspectos subjetivos del consumo.

<sup>46</sup> La industria cultural representa el accionar de un conjunto de instituciones y prácticas que facilitan las formas en que los individuos se adaptan a normas y formas de organización existentes.

<sup>47</sup> Sin embargo, el autor remitiendo a Adorno, afirma que también es posible que las mercancías adopten nuevos valores de uso, aquel valor de uso suprimido en el proceso de transformación en valor de cambio.

aplica al consumo, en la medida en que los consumidores eliminan riesgos e incertidumbre (lo inesperado) subcontratando los servicios de tour operadores y agencias de viaje.

Algunas posturas que hacen referencia al reemplazo del turismo de masas por el turismo posfordista, señalan el abandono de las formas de organización de turismo en los paquetes clásicos del turismo de sol y playa, dejando más lugar a una independencia en términos de elección (de lugares, modalidades, atractivos, etc.). Con referencia a esto, Ritzer y Liska (2002 [1997]) afirman que si bien existen turistas que toman ciertos riesgos durante el viaje, el turismo sigue organizándose bajo la lógica de la racionalización de la producción (propia de la modernidad). Los autores consideran esa racionalización - expresada en la perspectiva de la *macdonaldization* de Ritzer<sup>48</sup> - puede ser pensada el turismo. Aquí los autores proponen llamarla *macdisneyization* (Ritzer y Liska, 2002 [1997]), apelando al exponente por antonomasia de la *macdonaldization* en el turismo: los parques temáticos de Disney. Pensar el turismo dentro de una lógica de la *macdisneyization* implica que los turistas no buscan experiencias diferentes cuando salen de vacaciones, sino por el contrario, suelen experimentar lo mismo que en sus vidas cotidianas (es decir, una oferta de bienes y servicios altamente marcada por la estandarización); así, los autores sostienen que los turistas buscan vacaciones altamente predecibles, eficientes, calculables y controladas. Por otro lado, afirman que en tanto la *macdisneyization* se expande, tampoco queda lugar para otras formas alternativas de realizar el turismo. Así, la búsqueda por la autenticidad<sup>49</sup> que señalaran autores como MacCannell (1989 [1976]) se vería muy limitada (en la medida en que cada vez se vuelve más costoso o más difícil poder desarrollar este tipo de experiencias). Por el contrario, la búsqueda de lo no auténtico sería propia de estas sociedades acostumbradas a ello, en la medida en que también forma parte de sus vidas en otros aspectos, más allá del turismo.

Esto introduce el debate en torno a las motivaciones de la práctica turística: ¿el turista busca lo opuesto a su cotidianidad, aquello que rompe con su vida diaria, o por el contrario, la experiencia turística se basa en garantizar las mismas seguridades que tiene en la vida cotidiana? Explícitamente, la interpretación brindada por Ritzer y Liska (2002 [1997]) cuestiona los planteos centrales de Urry (1996 [1990]) que conceptualiza la mirada turística como la valorización de elementos y lugares que se contraponen con lo cotidiano/ordinario; esa interpretación también cuestiona otras posturas que le dan más autonomía al sujeto. Dentro de estas últimas visiones se encuentra la desarrollada por Rojek (2002 [1997]). Este autor se aleja de la posición de la Escuela de Frankfurt, de la que se deriva un consumidor sin poder, y afirma que con las nuevas tecnologías de la información el individuo es un participante activo en los procesos de interpretación y elección involucrados en la práctica turística. Este tema será tratado con más detalle en

---

<sup>48</sup> La *macdonaldization* hace referencia a una perspectiva que interpreta al mundo como crecientemente eficiente, calculable, predecible y dominado por tecnologías sobre las cuales el hombre no tiene control. Esta perspectiva se encuentra desarrollada en el trabajo de George Ritzer (1996) *The macdonaldization of society*.

<sup>49</sup>El tema de la autenticidad será abordado en el capítulo siguiente.

el capítulo siguiente al hacer referencia a la idea de mirada turística de Urry y las críticas que ha recibido.

#### 2.4.2. El consumo turístico como forma de diferenciación social

Las formas de consumo implicadas en el turismo también han sido explicadas a partir (y como parte) de procesos más amplios de valoración cultural y de diferenciación social. Aquí, varios autores remiten fundamentalmente al trabajo de Bourdieu (1979) *La distinction*. Este tipo de perspectivas pone la atención en las formas de acceso socialmente estructuradas a ciertos bienes (y la satisfacción asociada a ello) con el fin de crear vínculos o distinciones sociales específicas (Featherstone, 2000 [1991]). Así Featherstone, siguiendo a Bourdieu, afirma que “las preferencias en materia de consumo y de estilos de vida conllevan juicios discriminatorios que al mismo tiempo identifican y tornan clasificables para otros nuestro juicio particular del gusto” (2000 [1991]: 47). El gusto, el desarrollo de determinados estilos de vida y las preferencias en el consumo se asocian a determinados grupos dentro de una sociedad en un momento histórico determinado. La detentación de un determinado capital económico o cultural<sup>50</sup> por parte de distintos grupos explicarán los distintos estilos de vida. Los grupos dominantes intentarán apropiarse de ciertos bienes posicionales marcando una diferencia, una distancia con otros grupos. La emulación que otros grupos hacen de los dominantes desatará una carrera por encontrar nuevos elementos que marquen y mantengan esta distancia. Así, el uso de ciertos bienes marcadores en las sociedades capitalistas va a generar una producción incesante de nuevos bienes con esta función que da cuenta de cierta posición, los cuales serán apropiados para perpetuar las marcas de la diferencia (Featherstone, 2000 [1991]).

El conocimiento sobre estos bienes y su valor y uso, así como la producción, comercialización y difusión de los mismos en tanto bienes simbólicos, van a cobrar importancia, a la vez que van a permitir el desarrollo de actores específicos que tomarán

---

<sup>50</sup> Aquí se entiende capital en el sentido que le otorga Bourdieu, es decir, como “un conjunto de bienes acumulados que se producen, se distribuyen, se consumen, se invierten, se pierden” (Gutiérrez, 1994: 24), es “trabajo acumulado que cuando es apropiado de manera privada por agentes o grupos de agentes les permite apropiarse de energía social en la forma de trabajo materializado o vivo” (Bourdieu, 1986 [1983]). El capital puede presentarse en tres apariencias: capital económico, el cual es convertible en dinero de manera inmediata y directamente (además puede ser institucionalizado en la forma de derechos de propiedad); el capital cultural (en sus tres estados: estado incorporado, es decir, en la forma de disposiciones duraderas del cuerpo y de la mente; estado objetivado, en la forma de bienes culturales y estado institucionalizado, una forma de objetivación que se identifica con los diferentes títulos escolares) y el capital social, agregado de recursos reales o potenciales que están ligados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizada de frecuentación y reconocimiento. Por otra parte, Bourdieu también especifica el carácter del capital simbólico, el cual hace referencia al capital en cualquiera de sus formas en la medida en que es representado, aprehendido simbólicamente en una relación de conocimiento (o de des-reconocimiento y reconocimiento). El capital simbólico presupone la intervención del *habitus*, como una capacidad cognitiva constituida (Bourdieu, 1986 [1983]) y constituye un capital que añade prestigio, legitimidad, autoridad, reconocimiento a los otros capitales (Gutiérrez, 1994). Por otro lado, la posición que ocupen los agentes en el espacio social dependerá del volumen y estructura o peso relativo de los diferentes tipos de capital (económico, cultural, simbólico) que posea cada uno de ellos (Bourdieu, 1993 [1987]).

el rol de intermediarios culturales, difundiendo estos conocimientos (Featherstone, 2000 [1991]). Estos intermediarios culturales ayudan a los consumidores a elegir, interpretar y usar las experiencias turísticas para fines vinculados con el estatus, creando, junto con los proveedores de productos turísticos nuevas experiencias asociadas al viaje (Britton, 1991). Las formas de consumo, entre ellas las de bienes y servicios turísticos, formarán parte de la construcción de identidad de individuos o grupos, en sociedades donde el consumo de servicios se vuelve más importante para la diferenciación social que el consumo de bienes (Britton, 1991; Urry, 1996 [1990]). De esta manera, el consumo de mercancías, entre ellas las relacionadas con el turismo, se transforma en un medio para un fin que se realiza más allá de la experiencia turística, en la sociedad de origen de los turistas, que es donde cobra sentido la construcción de estas identidades.

## **2.5. El turismo y las oportunidades para el desarrollo**

Más allá de las formas de producción y consumo que involucra el turismo, con frecuencia se ha puesto la atención en el conjunto de actividades económicas vinculadas a esta práctica, como factibles de ser involucradas en proyectos de desarrollo. Es por eso que una de las temáticas que aparece con fuerza en los estudios sobre el turismo, común a diferentes ámbitos (el académico, el de la práctica profesional y el de la gestión) y que además atraviesa muchas de las temáticas señaladas al comienzo del capítulo, es la del turismo vinculado al desarrollo.

La preocupación por el desarrollo se ha instalado desde hace décadas en las discusiones en torno al turismo y ha dado lugar a distintas propuestas sobre cómo pensarlo, que fueron de la mano de las formas que adquirieron los modelos de desarrollo a nivel general. En efecto, todas las positivities asociadas al turismo en relación con el bienestar de la población residente en los destinos y con el desarrollo económico frecuentemente han funcionado como impulsoras de la política turística y patrimonial diseñada a distintos niveles de gobierno, generando además un importante apoyo de varios sectores de la sociedad. En esta tesis la preocupación por el desarrollo interesa en la medida en que aparece fuertemente asociada a la política turística y patrimonial que se generó para la Quebrada de Humahuaca en los últimos años.

Históricamente, las propuestas para lograr el desarrollo de los países más pobres se ponen en práctica luego de la Segunda Guerra Mundial en lo que constituyó un intento por colocar a estos países en el camino correcto para alcanzar la situación de los países desarrollados (Arocena, 1995) en términos de niveles de ingresos y condiciones de vida de la población. Estas formas de pensar el desarrollo se enmarcaban dentro de las teorías de la modernización que asumían que las sociedades no desarrolladas alcanzarían una situación de progreso a partir de su industrialización y urbanización y su incorporación al mercado mundial (Meethan, 2001; Newsham, 2002). El desarrollo implicaba la implementación de políticas desarrollistas y verticalistas emanadas del gobierno central (nacional). El turismo no fue una excepción y para este sector se desarrollaron políticas a nivel nacional (ampliamente alentadas, entre otros por la OMT) que pusieron énfasis en la creación de obras de infraestructura (grandes hoteles,

aeropuertos, rutas) y crearon las condiciones para atraer turistas extranjeros e inclinar la balanza de pagos (en tanto el turismo internacional aportaría divisas) a favor de los países receptores (Bertoncello, 2002; Capanegra, 2005; Meethan, 2001). Otro de los modelos teóricos a partir de los cuales se pensó el desarrollo fue la teoría de la dependencia (opuesta a la teoría de la modernización). Esta teoría interpretaba las desigualdades entre países más o menos desarrollados, entre los del norte y sur, ó entre desarrollados y subdesarrollados como una relación funcional de dependencia. Esta situación era estructural, no modificable y estaba mediada y determinada por el sistema capitalista global<sup>51</sup> (Newsham, 2002). En términos generales, tanto la teoría de la modernización como la de la dependencia recibieron críticas que apuntaron al determinismo que subyacía en sus desarrollos, su incapacidad para dar cuenta de la diversidad empírica que se imponía y de su falta de consideración de la agencia humana y la resistencia (Newsham, 2002).

Hacia mediados del siglo XX el turismo pasa a ser considerado como un conjunto de actividades económicas a partir de las cuales, y apelando a una gestión racional y científica, puede pensarse como objeto de planificación y factor de desarrollo general. En la Argentina la estrategia de recurrir al turismo para generar desarrollo estuvo orientada por ciertas premisas acerca de las virtudes del turismo: su contribución a la obtención de divisas, su aporte al crecimiento económico de áreas no industrializadas, a la generación de empleo y rentas y su contribución al desarrollo económico en términos generales a partir del efecto multiplicador. El turismo, considerado fundamentalmente en sus aspectos económicos, pasaría a ser objeto de reflexión de los detentadores del saber técnico sobre cómo transformarlo en un factor de desarrollo que orientara la política turística (Capanegra, 2005). En este sentido, para el caso de la Argentina (y de América latina en general) los intelectuales vinculados a ciertos organismos regionales jugarán un rol esencial<sup>52</sup>. Desde estos organismos se difundieron concepciones sobre cómo llevar adelante una política turística a nivel nacional, orientada a hacer del turismo un generador de divisas que auxiliaría en materia de desarrollo. En términos generales estas formas de entender y gestionar el turismo perdurarán en la política turística argentina hasta la actualidad (Capanegra y Puccio, 2001).

En las últimas décadas el accionar en pos del progreso que había constituido un motor importante para el desarrollo de determinadas actividades económicas comienza a cuestionarse, a la vez que se suman nuevas preocupaciones por las cuestiones ambientales que también llevaron a rever los modelos de desarrollo vigentes y a postular nuevos. En este contexto comienza a hablarse del desarrollo local como una nueva propuesta alternativa, de la mano de las tendencias hacia la descentralización: “una cierta ideología de lo ‘pequeño’ y lo ‘local’ sustituyó las viejas creencias en las macrodinámicas, en los grandes proyectos, en los gigantescos polos industriales” (Arocena, 1995: 30). Por

---

<sup>51</sup> Un análisis del turismo desde esta perspectiva lo constituye el trabajo de Britton (1992 [1982]). A partir de las ideas de la teoría de la dependencia el autor analiza el funcionamiento y las consecuencias de la presencia del turismo en tres destinos del Pacífico Sur.

<sup>52</sup> Entre ellos la CEPAL (Comisión Económica para América latina y el Caribe), el ILPES (Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social) y en lo específicamente relacionado con el turismo el CICATUR (Centro Interamericano de Capacitación Turística).

otra parte, la idea de “la muerte de la naturaleza como la profecía de nuestros tiempos” (Nouzeilles, 2002) que caracterizó la forma de pensar el uso inadecuado de los recursos naturales también incentivará estas formas de repensar el desarrollo, con énfasis en la necesidad de contemplar formas de protección y de gestión adecuada de estos recursos, sintetizadas en la idea de sustentabilidad.

En la actualidad la relación entre turismo y desarrollo se piensa casi exclusivamente en términos de dos variantes ampliamente instaladas: el desarrollo sustentable y el desarrollo local. Estas propuestas apuntan a pensar un desarrollo que tenga en cuenta y evite las formas de desarrollo anterior a las cuales se las calificó como desordenadas y fuera de control<sup>53</sup>. En efecto, entre los cuestionamientos a la positividad del turismo realizados señalando los impactos negativos del mismo, surgieron propuestas para encarar el turismo bajo los postulados de estas nuevas formas de desarrollo sustentable y local. Éstas surgen como imperativo en propuestas o proyectos de gestión del turismo - en el capítulo 4 se vuelve sobre esta cuestión en relación al desarrollo del turismo a partir del patrimonio-, aunque con frecuencia débilmente conceptualizado y poco explicitadas las formas de su implementación (Hunter, 1997).

La idea de desarrollo sustentable se instala a partir del texto *Nuestro futuro común* (*Our common future*) de 1987 resultado de una reunión de la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo que tuvo lugar en 1984. En este texto se expresaba que “vimos que era necesario un nuevo camino para el desarrollo, uno que sustentara el progreso humano, no solo en partes, por pocos años, sino para el planeta entero en el futuro. Así el ‘desarrollo sustentable’ deviene una meta no sólo para las naciones ‘en desarrollo’ sino también para las industrializadas” (<http://www.un-documents.net/ocf-ov.htm>, traducción propia). El informe entiende que: “El concepto de desarrollo sustentable provee un marco para la integración de las políticas ambientales y las estrategias de desarrollo, usando el término ‘desarrollo’ en su sentido más amplio. El término es frecuentemente utilizado para referirse a los procesos de cambio económico y social en el Tercer Mundo. Pero la integración de lo ambiental con el desarrollo es necesario en todos los países, ricos y pobres. La búsqueda del desarrollo sustentable requiere de cambios en las políticas internas e internacionales de cada nación. El desarrollo sustentable busca satisfacer las necesidades y aspiraciones del presente sin comprometer la capacidad de su satisfacción en el futuro. Lejos de requerir la cesación del crecimiento económico, reconoce que los problemas de la pobreza y el subdesarrollo no pueden ser resueltos a menos que tengamos una nueva era de crecimiento en la cual los países en desarrollo tengan un rol central y obtengan importante beneficios” (<http://www.un-documents.net/ocf-ov.htm>). Las ideas sobre el desarrollo sustentable continuaron siendo discutidas, al tiempo que se ampliaba su utilización como guía para las nuevas propuestas de desarrollo<sup>54</sup>.

---

<sup>53</sup> A propósito de estas ideas sobre el crecimiento del turismo después de la Segunda Guerra Mundial, Capanegra (2005) afirma que el mismo no estuvo gobernado por el desorden sino que estuvo orientado por una voluntad y una intencionalidad política que contó con el apoyo de instituciones financieras internacionales.

<sup>54</sup> Así, en posteriores reuniones de carácter internacional se continuó discutiendo esta idea, por ejemplo, en la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo celebrada en Río de Janeiro en 1992 y la Cumbre Mundial sobre Desarrollo llevada a cabo en Johannesburgo en 2002.

Desde el turismo también se instaló la idea que esta práctica podía ajustarse a los postulados del desarrollo sustentable. Uno de los organismos que más impulsó estas formas de encarar el desarrollo del turismo ha sido la OMT, quien adopta las ideas del desarrollo sustentable rescatando no sólo los aspectos naturales de la sustentabilidad de los destinos, sino también los económicos y los socioculturales. Así, define tres factores que se interrelacionan para alcanzar la sustentabilidad del sistema turístico: la sustentabilidad económica (vinculada a un crecimiento turístico eficiente, asegurando niveles de empleo y de renta junto con el control de costos y beneficios de los recursos), la sustentabilidad ecológica (asegura que el desarrollo turístico sea compatible con el mantenimiento de procesos biológicos) y la sustentabilidad sociocultural (que garantiza un desarrollo del turismo compatible con la cultura, con los valores y preservando la identidad) (OMT- Sancho, 1998). Por otro lado, incorpora como beneficiarios de este tipo de desarrollo a los turistas y los destinos:

“El desarrollo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida” (OMT, 1998, citado en OMT, 2003).

Tal como sugiere la OMT -incorporando en 2004 la generación de beneficios económicos para la población local como una de las dimensiones clave del desarrollo sustentable- el turismo debe, entre otras cosas: “Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza” ([www.world-tourism.org/sustainable/esp/top/concepts.html](http://www.world-tourism.org/sustainable/esp/top/concepts.html))<sup>55</sup>.

Por otro lado, las propuestas de **desarrollo local** surgieron de la mano de la crítica a los modelos de desarrollo que favorecían la generación de condiciones para la llegada de inversiones externas a un lugar. Al contrario de estos modelos, las nuevas propuestas apuntan a la utilización de recursos locales en manos de la población local para dar lugar a procesos de desarrollo orientados por ella, en el convencimiento de que la información y los conocimientos que se manejan a nivel local son adecuados, suficientes y óptimos para guiar el desarrollo. En estas nuevas propuestas que se oponen al desarrollo exógeno (o sea el que se genera a partir de la atracción de inversiones externas), el desarrollo local se presenta como la única opción posible (Moreira Braga, 2001). En efecto, es a partir de la década de 1990 que surgió un nuevo discurso que señala la necesidad de pensar y llevar adelante un desarrollo que tenía como presupuestos la competitividad y la ciudadanía. La competitividad la ejercerían ciudades o regiones recurriendo a economías de escala, sinergias económicas y un ambiente empresarial que permitiera el incremento de recursos económicos, sociales y culturales. La ciudadanía se

---

<sup>55</sup> Vale la pena remitir nuevamente al informe sobre la pobreza de este organismo mencionado más arriba.

ejergería con la participación de la población en las decisiones en materia de política en busca de la justicia social y la mayor calidad de vida (Moreira Braga, 2001).

Para ello, se asegura que será necesario conocer las **potencialidades de los territorios**, los cuales darán las pistas acerca de las formas que tomará el desarrollo, que a su vez, redundará en el bienestar de esa población<sup>56</sup>. En este proceso, el poder político local (municipal) aparecerá siempre señalado como un actor destacado en el accionar en pos del desarrollo (Arocena, 1995). Esto se da, al menos en América latina, de la mano de los procesos de descentralización política que también incentivaron la participación y que le otorgaron un rol central al accionar y la responsabilidad del estado a nivel subnacional (Finot, 2003). Las nuevas propuestas para pensar el desarrollo como local y/o sustentable vuelven a ser difundidas de la mano de organismos internacionales como el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo y la CEPAL, a los que se suma la OMT en lo referido al turismo.

Estas nuevas perspectivas de desarrollo incluyeron explícitamente instancias de participación de la población local en una forma de gestión compartida entre el poder político, el poder económico y la población residente en los destinos. En efecto, a partir de la década de 1990 se generaliza y se pone de manifiesto en diferentes trabajos que la participación, especialmente de los residentes en los destinos en la gestión del turismo, es clave para el desarrollo sustentable, y que además esto generará una aceptación y legitimación hacia el turismo como política de desarrollo (Bianchi, 2003). Nuevamente la OMT se transforma en un referente en la materia, haciendo explícita referencia a la participación, en el desarrollo sustentable y local a la hora de diseñar manuales para orientar la planificación del turismo:

“Esta guía tiene por objeto ayudar a los planificadores y responsables de la ejecución de un desarrollo sostenible del turismo en sus respectivas comunidades. Por ‘nivel local’ se entiende todo lugar identificable como tal y capacitado para el desarrollo turístico: ciudades, pueblos, grandes centros de atracción turística y zonas rurales, a un nivel inferior al de planificación y desarrollo nacional y regional. Mencionado con frecuencia como nivel comunitario, se trata de un plano muy importante de planificación y desarrollo del turismo dado que los planificadores y responsables de este nivel, preferiblemente en consulta con sus electores, pueden condicionar en una medida considerable el éxito del turismo sostenible.

Esta guía trata de familiarizar a los responsables y planificadores locales con los conceptos, principios y técnicas de planificación relacionados con el desarrollo integrado y sostenible del turismo en sus respectivas jurisdicciones. También presta especial atención a la participación comunitaria en el proceso de planificación” (OMT, 1993: 1-2).

---

<sup>56</sup> Vázquez Barquero (2000: 5), haciendo referencia al desarrollo económico local, aclara: “La hipótesis de partida es que las localidades y territorios tienen un conjunto de recursos (económicos, humanos, institucionales y culturales) y de economías de escala no explotadas, que constituyen su potencial de desarrollo. Cada localidad o territorio se caracteriza, por ejemplo, por una determinada estructura productiva, un mercado de trabajo, un sistema productivo, una capacidad empresarial y conocimiento tecnológico, una dotación de recursos naturales e infraestructuras, un sistema social y político, una tradición y cultura, sobre los que se articulan los procesos de crecimiento económico local”.



Este párrafo condensa todas las ideas respecto al desarrollo aplicadas al turismo: su carácter sustentable, local y participativo. Por otro lado, también este párrafo es ejemplo de la variedad de vocablos utilizados indistintamente para hacer referencia a un ámbito territorial y a una sociedad vinculada al mismo. En efecto, comunidades, nivel local y lugar aparecen en el texto como sinónimos. Se ejemplifica así el tratamiento de la dimensión territorial en los estudios de turismo al que se hizo referencia en el capítulo anterior. Por otro lado, en estas formas de pensar lo local con énfasis en lo territorial, el territorio, muchas veces parece estar dotado de cierta agencia, en la medida en que se hace referencia a él como agente de transformación social (véase, por ejemplo, Vázquez Barquero, 2000); de cierta forma, a nivel discursivo se reemplaza a los actores sociales por un territorio que es entendido como el condensador de particularidades o un conjunto de recursos sociales, políticos, naturales, culturales en el cual se vislumbra cierta posibilidad de éxito para la inserción en un sistema económico mundial.

Además, la atención puesta en lo local o lo endógeno, parece dar la espalda a otros procesos políticos y económicos de carácter histórico indispensables para comprender lo que acontece a escala local<sup>57</sup>. Este “condicionamiento escalar” al pensar el desarrollo en la actualidad, que puede haber surgido como respuesta frente a la verificación de que los procesos globales o más amplios no siempre tenían una incidencia positiva a nivel local, se transforma en una restricción para la comprensión de los lugares, toda vez que, por un lado, descontextualiza lo que acontece a nivel local, y por otro, cercena la trama de actores que deciden, administran y actúan en relación a un lugar. En este sentido es relevante retomar algunas de las cuestiones presentadas en el capítulo anterior. Por un lado, los aportes para pensar el lugar de Agnew y Massey en el sentido de considerar a los lugares como ámbitos en los que se conjugan procesos a nivel local con otros a nivel global (la *location* de Agnew o la vinculación del lugar con el afuera de Massey) superando las visiones que muestran a los lugares como pruebas de las manifestaciones de procesos globales o como entidades que pueden explicarse por sí mismas. Por otro lado, a estas formas de entender el desarrollo es interesante contraponerles aquellas conceptualizaciones de lugar que ponen el acento en la trama de actores y sus relaciones para comprender los procesos que otorgan particularidades a los lugares (Massey, 1995). Son estos actores, sus intereses, sus alianzas o enfrentamientos, sus cuotas de poder y su capacidad de acción los que darán forma a los procesos que caractericen a los distintos lugares, más allá de que, *a priori*, sean pasibles de ser adscriptos a ese lugar o no, ya que en muchas ocasiones no podría decirse que ellos forman parte de la población residente, ni de los empresarios o el poder político del lugar en cuestión (o sea, de los que en general son considerados como “actores locales”).

---

<sup>57</sup> Las formas de estudiar el turismo de manera fragmentaria ya habían sido planteadas por Britton a comienzos de la década de 1980: “Una gran parte de los escritos sobre la contribución del turismo al desarrollo está dedicada a hacer un análisis en términos estrictos de coste-beneficio, a comentarios imprecisos sobre los efectos socioculturales del turismo, y a otras cuestiones técnicas tales como predicciones sobre el flujo de turistas, factores determinantes del emplazamiento de los hoteles y el impacto regional de las inversiones en turismo. Es evidente que tales estudios son importantes. Sin embargo, la mayoría de estas investigaciones tienen un defecto común: el turismo es tratado separadamente de los procesos históricos y políticos que determinan el desarrollo” (Britton, 1992 [1982]: 303).

Si bien estas ideas forman parte de las propuestas que orientan la gestión del turismo, como aconteció en otros campos, ellas han permeado las discusiones (en ocasiones de carácter poco crítico) que se dieron en el ámbito académico. En efecto, los postulados del desarrollo sustentable y local han sido abrazados por varios académicos que contribuyeron a pensar y proponer a la gestión formas de alcanzarlo. En síntesis, estas formas de desarrollo “han venido a representar y abarcar una serie de principios, recetas para la política y métodos de gestión” orientadoras de las formas de desarrollo del turismo (Hunter, 1997: 850).

Desde las ciencias sociales los trabajos que analizan las nuevas formas de pensar el desarrollo del turismo de una manera crítica son escasos. Si bien algunas de las diferentes formas que tomó la participación (no exclusivamente en relación con el turismo) fueron criticadas<sup>58</sup>, ésta continúa siendo la vía elegida para proponer un turismo vinculado al desarrollo local y sustentable desde la gestión y desde el ámbito académico. Entre las críticas a estas formas de pensar el desarrollo, se destacan las que hiciera Meethan (2001) quien ha señalado que contraponer estas nuevas formas de pensar el desarrollo a nivel local con las características que tomó el turismo masivo, en una oposición donde se concibe positivamente el desarrollo local y negativamente el turismo masivo es un reduccionismo ingenuo. Además, este autor afirma que el entusiasmo por la pequeña escala y lo alternativo, en realidad puede ser visto como la extensión lógica de la política económica global y como una respuesta a nuevas demandas de consumo.

Las críticas a estas propuestas han señalado fundamentalmente cómo estas formas de pensar el desarrollo a partir de la participación, han asumido que el poder en el espacio social está igualmente distribuido entre los diferentes actores vinculados con el turismo y que el consenso puede ser alcanzado a través de mecanismos deliberativos (Bianchi, 2003). Frente a esto se ha insistido en la necesidad de contemplar las circunstancias políticas y económicas que condicionan la lucha por el acceso al control de diferentes recursos por los distintos actores o sectores involucrados en los procesos de desarrollo del turismo, considerando especialmente las relaciones sociales y las diferentes cuotas de poder que presentan los actores vinculados con el turismo<sup>59</sup> (Bianchi, 2003; otras observaciones en el mismo sentido pueden encontrarse en Prats, 2003 y Almirón, Bertonecello y Troncoso, 2006).

La vinculación del turismo con el desarrollo surge de atribuir al turismo la capacidad de producir una reactivación económica; también de advertir sobre el crecimiento poco regulado del turismo y los impactos que el mismo generó. Así, se propone un desarrollo que se apoye en la capacidad del turismo como motor de la economía, que tome en cuenta y corrija los errores que en el pasado éste había generado. Progresivamente se

---

<sup>58</sup> Una exhaustiva sistematización acerca de las diferentes propuestas para pensar la participación de la población local en relación al desarrollo y las críticas que han recibido puede encontrarse en Newsham (2002).

<sup>59</sup> Bianchi (2003) afirma que con frecuencia se reconoce la complejidad de las estructuras sociales, pero no se avanza en una teorización de la naturaleza del poder, el conflicto y el accionar político vinculado al desarrollo en el turismo.

va instalando la idea del desarrollo sustentable y/o local como imperativo en cualquier propuesta o proyecto de gestión del turismo (a nivel internacional por organismos como la OMT, a nivel nacional y a otros niveles). Sin embargo, la definición de estos conceptos, su caracterización y las formas de implementación suelen ser muy endeables<sup>60</sup>.

También, como se verá con más en detalle en el capítulo 4, la puesta en valor turístico de elementos de carácter patrimonial será pensada como una de las opciones a partir de la cual se pondrán en marcha propuestas para el desarrollo del turismo sustentable. El desarrollo del turismo y el aprovechamiento para ello de ciertos elementos de los lugares que pueden ser valorizados como atractivos (entre ellos los elementos de carácter patrimonial), ha sido pensado como una de las estrategias (a veces la única o la mejor) para alcanzar el desarrollo local (o endógeno, comunitario, territorial, sustentable), como una alternativa de generación de ingresos y para resolver situaciones de pobreza de ciertas áreas o grupos sociales.

Así, el desarrollo es una constante en la justificación para llevar adelante todas las propuestas de gestión que involucren al turismo. Además, las bondades atribuidas al turismo como activador de la economía funcionan como garantías del éxito de estas propuestas, acompañadas de la infalible capacidad de atractivos tales como el patrimonio, para transformarse en recurso o producto turístico que funcionaría en el mismo sentido. Respecto a esto en la literatura que aborda las temáticas sobre turismo, patrimonio y desarrollo son frecuentes las afirmaciones como la siguiente: “La revalorización del patrimonio en el marco de un desarrollo sustentable del turismo requiere una gestión participativa que involucre a la comunidad en la búsqueda de la imagen representativa de la sociedad y la transformación del patrimonio como producto turístico. Esto será la base para que un turismo planificado contribuya a un desarrollo local sustentable. En definitiva a un turismo ambientalmente equilibrado, económicamente viable, institucionalmente asumible y socialmente equitativo” (Fernández y Guzmán Ramos, 2002: 10)<sup>61</sup>.

Esta positividad asociada al turismo y su efectividad incuestionada para generar recursos económicos que repercuten en toda la sociedad refuerza los procesos de patrimonialización impulsados por entidades estatales. Por otro lado, la promesa de desarrollo (presentada como factible y por lo tanto generando expectativas en los destinatarios de los futuros beneficios) funciona como argumento legitimador de estos procesos de valorización turística y patrimonial de los lugares. En este sentido, la participación también fue entendida por algunos críticos como parte de la estrategia de legitimación de una determinada política turística o patrimonial.

---

<sup>60</sup> En relación al desarrollo sustentable, Hunter (1997) afirma que en muchos trabajos publicados sobre turismo se menciona la sostenibilidad sin explicar a qué se está haciendo referencia o se ofrece una idea vaga donde aparece definido como un turismo integrador, armonioso, compatible, balanceado, o sinérgico en su relación con los recursos naturales.

<sup>61</sup> Acerca de este tema se hará referencia en términos generales en el capítulo siguiente cuando se aborden las vinculaciones que en la literatura se establecen entre turismo, patrimonio y desarrollo. También se abordarán con detalle estas cuestiones en el capítulo 10, cuando se analice la política turística para la Quebrada de Humahuaca y los argumentos que la sostienen.

Además, las propuestas orientadas a pensar el desarrollo local presuponen ciertas condiciones previas y necesarias en las poblaciones receptoras, entre las cuales se destacan los vínculos estrechos (y positivos) entre los actores y los objetivos comunes que ellos comparten. Estos atributos de las sociedades locales (en especial si se trata de sociedades tradicionales o aborígenes) funcionarían como garantía para lograr una puesta en valor de las particularidades de los lugares que permitirían la obtención de beneficios económicos, logrando una integración de lo social con lo económico<sup>62</sup>. Aquí aparece la idea de sociedad homogénea en relación con las formas de pensar los lugares o lo local. De cierta manera se maneja una idea ingenua (o funcional a ciertos intereses, en tanto solapa procesos más amplios de conformación de grupos que concentran capital económico o poder político) que asume que las sociedades locales son menos complejas, desapareciendo por completo la posibilidad de pensar el poder, el conflicto y la negociación al interior de las mismas. Según afirma Moreira Braga (2001) la desaparición de estas dimensiones, o sea la desaparición de la política, lleva a considerar que la participación en los términos en que está planteada en estas nuevas propuestas de desarrollo ocurra predominantemente en el nivel discursivo o que, por otro lado (o conjuntamente), como se mencionara antes, las instancias de participación sirvan de arena de legitimación de intereses dominantes.

Esta trama que vincula fuertemente turismo, desarrollo, participación, comunidad y particularidades de los lugares creada a nivel discursivo, refrendada por los profesionales del turismo, los responsables de la gestión política y el mundo académico y legitimada por la sociedad en general, es la que funciona como base para el accionar de la política turística y patrimonial para la Quebrada que se abordará en el capítulo 10.

## **2.6. Producción y consumo en los procesos de valorización turística de los lugares**

Hasta aquí se realizó una presentación de las características y las perspectivas de análisis alrededor del turismo. Si bien los procesos de valorización del territorio son comunes a varias prácticas sociales y actividades económicas, el turismo presenta algunas especificidades en su vinculación con ámbitos geográficos específicos. Así, surge la inquietud ¿cómo la producción y el consumo se vinculan con la valorización turística de un lugar? La valorización turística transforma los lugares y estas transformaciones implican una organización del territorio orientada hacia la producción y el consumo turístico. Pero, ¿qué es lo que se mercantiliza en el turismo (o a través de él)?; o más específicamente ¿qué consume el turismo en un lugar? Las respuestas a esta pregunta han sido varias según el énfasis que los autores coloquen desde una u otra perspectiva de interpretación. Así, con el turismo se consumen: experiencias (Britton, 1991), ciertos elementos del paisaje a través de un consumo eminentemente visual (Urry,

---

<sup>62</sup> Moreira Braga afirma que: "... em razão dos sentimentos de pertencer a uma comunidade serem maiores do que as diferenças de interesses entre aqueles que a compõem, as decisões tomadas pelos atores locais teriam como objetivo um interesse local comum, implicando a existência de uma dinâmica comum entre crescimento econômico e distribuição de riqueza/renda" (Moreira Braga, 2001: 28).

1995b)<sup>63</sup>, bienes y servicios turísticos (Ritzer y Liska, 2000 [1997])<sup>64</sup> y elementos atractivos que de alguna manera son incorporados a distintos bienes y servicios comercializables (Britton, 1991). Desde estas ideas toman relevancia (y contenido) las afirmaciones que, desde la geografía, han entendido al turismo como una práctica que consume espacio.

Sack (1992) afirma que estos lugares pueden ser transformados en mercancías, comprados y vendidos, pero también la experiencia de estar en un determinado lugar puede ser vendida o alquilada a los consumidores.

Por otro lado, el análisis de los procesos de producción y consumo turísticos ha llevado a Britton (1991) a hablar de una **mercantilización de los lugares**. La mercantilización del lugar turístico podrá habilitar procesos de consumo de sus cualidades de interés para el turismo (atractivos) a través de la producción y adquisición de bienes y servicios (y ciertas formas de experiencias). También dará lugar a procesos de mercantilización que pondrán el acento en la organización del destino, orientada al aprovechamiento de esas cualidades (construcción de infraestructura, comercialización o formas de uso temporario de terrenos organizados por el mercado inmobiliario). Britton (1991) distingue dos formas en que los atractivos turísticos pueden ser mercantilizados. Una de ellas es a partir de la propiedad o el derecho al uso de un inmueble, donde la presencia de determinadas particularidades del lugar puede influir en el valor de ese inmueble en el mercado inmobiliario. La otra manera es a través de la inclusión de los atributos del lugar en bienes o servicios comercializables en el mercado turístico. Las imágenes turísticas, especialmente aquellas ampliamente reconocidas, serán aprovechadas para promocionar directamente productos turísticos, por ejemplo, a partir de la reproducción de dichas imágenes en materiales de promoción (como se verá en el capítulo 8 para el caso de atractivos de la Quebrada).

En la transformación del espacio soporte de la práctica turística y de las actividades económicas vinculadas a ella -el espacio funcionalizado (Sánchez, 1985)-, se crearán las condiciones que posibilitarán el consumo de aquellas características de los lugares que interesan a la demanda turística. En este proceso se conforma un espacio productivo -muchas veces constituido como un ámbito separado de aquellas características específicas valorizadas turísticamente de los lugares para no modificarlas, denominado por Sánchez (1985) espacio complementario- donde se localizan todos los servicios necesarios para hacer un uso turístico del lugar<sup>65</sup>. El ejemplo clásico del espacio

---

<sup>63</sup>El autor argumenta que el consumo turístico es principalmente visual y que el consumo de bienes y servicios asociados a esta experiencia tiene un carácter secundario.

<sup>64</sup> Ritzer y Liska (2000 [1997]) hacen hincapié específicamente en las posibilidades que el turismo brinda para la comercialización de productos que, si bien pueden ser comercializados en el destino turístico, también pueden ser adquiridos en otros lugares y momentos no turísticos (puntualmente analizan el caso del merchandising producido en los parques temáticos de Disney).

<sup>65</sup> Para el análisis de estas formas de apropiación de ganancias o renta en espacios complementarios, véase el trabajo de Bertonecello (2000) donde son analizadas las formas de valorización económica de un área protegida (y las contradicciones entre la lógica de la preservación y la lógica económica) a través de la creación de espacios complementarios donde

complementario sería aquellas áreas concesionadas de las zonas costeras donde se ubican los servicios que posibilitan el disfrute de las playas.

En una línea similar, Harvey (2002) afirma que el control exclusivo de ciertos elementos culturales únicos e irrepetibles comercializables de forma directa o indirecta, permite la obtención de una renta monopólica. Ésta se obtiene mientras el elemento en cuestión mantenga su carácter de único e irreproducible. Estos elementos (por ejemplo, monumentos, edificaciones históricas, accidentes naturales) también pueden ser los atractivos turísticos.

Sintéticamente se podría señalar que las cualidades de los lugares cobran importancia en los procesos de mercantilización; en torno a ellas se diseñarán las formas de organización de estos lugares orientadas a la producción y consumo turísticos. Y estas cualidades serán un elemento clave para colocar a los lugares dentro del conjunto de destinos turísticos que compiten por atraer turistas e inversiones (Harvey, 1998 [1989]; Urry, (1995c); Britton, 1991; Silveira, 1997; Meethan, 2001).

La política turística muchas veces será la encargada de organizar los lugares para la producción y consumo turístico de sus cualidades, o creará las condiciones para que esto se pueda llevar a cabo (promoción, creación de infraestructura, etc.). También será desde el ámbito del poder político que surgirán las propuestas de llevar adelante un crecimiento del turismo bajo los postulados del desarrollo sustentable y/ local, convocando a la población de los destinos y a otros actores involucrados (como, por ejemplo, los empresarios turísticos o los representantes de diversos sectores gubernamentales) a participar en instancias de gestión del turismo que implicarán formas de ofrecer estas cualidades como productos. Esto servirá, por un lado, para legitimar la política turística que en tanto presentada como participativa es incuestionable (supuestamente le da voz a quienes hasta el momento no la tenían en materia de gestión del turismo), pero también sentará las bases para la puesta en marcha de negocios turísticos.

---

se encuentran los equipamientos y servicios que permiten el consumo de los atractivos turísticos del área protegida.

### **Capítulo 3. La valorización turística de los lugares y el proceso de construcción de atraktividad turística**

En este capítulo se construye la postura interpretativa desde la cual se comprende el proceso de construcción de atractivos. Para ello, en una primera instancia, se diferencia la perspectiva adoptada de otras formas de entender los atractivos en la literatura turística. Se hace referencia a la idea de atractivo turístico y atraktividad mayoritariamente presente en la literatura tradicional sobre el turismo, especialmente aquella desarrollada en los textos normativos sobre la actividad turística (orientados a la planificación y los producidos por los organismos oficiales). La introducción de estas perspectivas (que básicamente consideran la atraktividad turística como una condición inherente a objetos y lugares) servirá de base para contrastar las visiones que orientan la investigación, aquellas que consideran la atraktividad como producto de un proceso histórico y sociocultural. Se recogen los aportes realizados por los principales referentes de estas perspectivas (marcando las convergencias y divergencias entre los mismos), se hace especial referencia a las contribuciones que analizan la dimensión simbólica y las prácticas turísticas y no turísticas que participan en la construcción de la atraktividad de objetos y lugares. Se hace hincapié en la dimensión territorial del proceso de construcción de atraktividad; específicamente se trabaja en la definición de las particularidades de los lugares que intervendrán en las formas específicas de valorización turística en general y económica en particular. El desarrollo de estas cuestiones brinda elementos para comprender cuáles fueron los atractivos valorizados por la práctica turística en la Quebrada y quiénes, por qué y cómo promueven estas formas de mirar y utilizar turísticamente al lugar.

#### **3. 1. Las miradas tradicionales en el estudio de los atractivos turísticos**

¿Cuáles han sido las formas de entender los atractivos turísticos que prevalecen en la literatura turística? En este trabajo se identifica un conjunto de visiones, llamadas tradicionales<sup>66</sup>, que se caracterizan por considerar a la atraktividad turística de ciertos elementos y lugares como una condición inherente a los mismos. En ellas la capacidad para atraer la atención del turismo es detentada por estos objetos, los cuales cumplen (o eventualmente cumplirán) el rol de ser admirados, visitados, consumidos.

---

<sup>66</sup>Bajo el rótulo de tradicionales se incluye una variedad de autores que no necesariamente coinciden entre sí en todos los aspectos; algunos de estos autores combinan perspectivas más tradicionales con otras más críticas. El motivo de esta generalización responde al interés por delinear grandes rasgos, más que a señalar diferencias puntuales.

Este tipo de perspectivas está orientado por el interés de intervenir en la actividad turística, por definir las formas de construir productos turísticos o desarrollar destinos. Estas formas de entender a los atractivos turísticos son las que predominan en gran parte de la literatura que se orienta a la intervención, a pensar el turismo como actividad económica y a guiar las formas de acción de los profesionales del turismo. Si la condición de atractivo es inherente a los objetos, de alguna manera también es unívoca, no es cuestionada y asegura que ese objeto se transformará en atractivo turístico en tanto se cumplan ciertos pasos que permitan su valorización. Así, los atractivos se insertan en la esfera del turismo cuando son descubiertos y con posterioridad incorporados a los productos turísticos. El descubrimiento de la atractividad está a cargo de quienes detentan un saber hacer en la materia. Los expertos en la gestión de turismo son los encargados de su detección y quienes procederán a conformar productos turísticos que las incluyan para posibilitar su consumo.

Este tipo de concepciones otorga un rol pasivo a quienes producen y consumen los atractivos, quienes actuarán supeditados a ciertas condiciones preexistentes: los atractivos ya definidos en cuanto tal. Aquí no queda lugar para la decisión, la elección y la selección de estos actores en la definición de qué es un atractivo y qué no lo es. Decisión, elección y selección son obvias en función de lo ya dado. Por otro lado, este tipo de visiones que considera la atractividad como inherente a ciertos objetos no suele considerar que dicha condición puede variar teniendo en cuenta distintas sociedades y momentos históricos, sencillamente porque esto implicaría manejar otra concepción sobre quién tiene un rol activo en la definición de los atractivos turísticos. En efecto, si pensamos que la atractividad puede variar histórica y socialmente, estaríamos otorgándole a la sociedad un rol más activo del que tiene en estas perspectivas.

Dentro de este tipo de literatura se encuentran los documentos elaborados por expertos en turismo que además de su experiencia profesional ocuparon cargos en la gestión a nivel nacional y en organismos internacionales, quienes han tenido una importancia fundamental en estas formas de concebir al turismo como actividad económica y de pensar su desarrollo y planificación<sup>67</sup>. Las perspectivas desarrolladas, por ejemplo, por Roberto Boullón, han influenciado tanto en las formas de pensar el turismo como en las formas de actuar en relación con él, especialmente en el ámbito de América latina<sup>68</sup>. La visión económica sobre los atractivos de este autor se traduce en la forma de definirlos ya que los considera como la *materia prima* dentro del sistema turístico. La comparación del turismo con otras actividades productivas lo lleva a asimilar los atractivos a aquellos recursos transformados y utilizados en la industria. Sin embargo, realiza algunas diferenciaciones con el proceso industrial afirmando que el turismo tiene que intentar no transformar la materia prima (atractivos) para ser consumida y que eventualmente esta transformación sólo podría incluir una restitución de los atractivos. Claramente, la transformación que se permite en esta concepción es la “positiva”, la que mejora el

---

<sup>67</sup> Para un tratamiento en detalle sobre el rol de estos intelectuales en el proceso de institucionalización del turismo, véase Capanegra (2005).

<sup>68</sup> Las obras de este autor son consultadas con vistas a la planificación del turismo, dada su experiencia profesional en el desarrollo de destinos turísticos en América latina. También es una referencia obligada en los ámbitos de formación de profesionales en turismo.



atractivo y no la “negativa”, la que lo destruye<sup>69</sup>. Otra de las diferencias importantes que hace el autor entre atractivos y otro tipo de materia prima se refiere al carácter fijo de los atractivos; a diferencia de otras materias primas, los atractivos no son trasladables, porque son consumidos *in situ*<sup>70</sup> (Boullón, 1985).

Muchas de las ideas que caracterizan a esta visión tradicional del turismo nacen de la producción de literatura de organismos dedicados al turismo. Entre ellos ocupa un lugar destacado la Organización Mundial del Turismo (OMT) la cual además de generar estadísticas mundiales y realizar proyecciones, elabora documentos en los que se brinda información sobre cómo llevar adelante la planificación del turismo y sistematizar información sobre esta práctica. En este tipo de documentos suelen aparecer definiciones e ideas sobre los atractivos turísticos y el rol que estos juegan en el sistema turístico. Así queda expresado el rol central e impulsor otorgado a los atractivos en un texto de la OMT:

“Normalmente la demanda de muchos de los componentes de la experiencia turística, como la hotelería y el transporte, se deriva del deseo por parte de los viajeros de ver o hacer cosas determinadas una vez en el destino. Por lo tanto, en estos casos, los servicios de alojamiento, restauración y transporte parecen quedar limitados a facilitar el contacto entre los turistas y las atracciones deseadas que ofrece el destino turístico. Por supuesto, todos estos elementos se interrelacionan y la falta de uno de ellos dificultaría o imposibilitaría el desarrollo de la experiencia turística como tal, pero el elemento que *activa* todo el proceso lo constituyen las atracciones” (OMT- Sancho, 1998: 129; el destacado es mío).

En estas formas de pensar los atractivos, también cobra relevancia su clasificación, que responde a distintos criterios según los autores que las propongan y los fines para los cuales se realizan. En general, las clasificaciones de atractivos establecen una primera diferenciación que separa los atractivos naturales de los histórico-culturales y a partir de ahí suelen complejizarse.

Esta visión no desconoce el papel que juega la demanda turística para definir qué será consumido como atractivo y qué no. Los cambios en la demanda en las últimas décadas y el tratamiento de este tema en la literatura académica han generalizado ciertas ideas acerca de la diversificación de esta demanda reflejada en una multiplicación de atractivos y productos ofrecidos. Por esto, en este tipo de literatura suele aparecer la referencia a estos cambios en el consumo como importantes a la hora de considerar la puesta en valor de determinados atractivos (ver OMT-Sancho, 1998). Así, puede decirse que estas

---

<sup>69</sup> Considerar el carácter de atractivo como inherente a objetos y lugares supone un consenso sobre las formas de gestionar el turismo para no destruir el atractivo. Así, la positividad y negatividad de ciertas acciones que transforman los atractivos toman un carácter absoluto: no se considera la positividad o negatividad en referencia a alguien, sino que se supone que existe un consenso acerca de qué es positivo y qué es negativo.

<sup>70</sup> En la literatura sobre el turismo existe un consenso en considerar el carácter fijo de los atractivos turísticos en el destino y el desplazamiento como un medio de encuentro entre turista y atractivo. Sin embargo, podría pensarse que existen excepciones, de las cuales la más obvia sería el turismo de crucero, donde el atractivo no está fijo a un lugar y donde el viaje no implica exclusivamente un medio para llegar al atractivo sino el atractivo mismo.

visiones no dejan de reconocer que existen otros elementos (de carácter social, cultural, histórico) que influyen en el éxito de la puesta en valor de determinados elementos como atractivo, pero no los consideran como elementos explicativos que intervienen en la definición de qué constituye un atractivo.

### **3. 2. Las miradas críticas. El proceso de construcción de la atraktividad turística**

Otros autores han desarrollado conceptualizaciones diferentes para comprender por qué y cómo ciertos elementos devienen atractivos turísticos. Para estas visiones, las perspectivas tradicionales naturalizan la atraktividad, en tanto la misma queda definida como un rasgo del propio elemento (Bertoncello, Castro y Zusman, 2003).

La idea fundamental que se encuentra en la base de estas conceptualizaciones es que la atraktividad turística no puede comprenderse sin relacionarla con la sociedad de origen de los turistas. En estas visiones el acento cambia de lugar: ya no serán las características inherentes de determinado elemento las que lo definan como atractivo, sino que esta definición estará en manos de una sociedad que valoriza turísticamente determinados elementos como atractivos turísticos. Estas sociedades de origen de los turistas (las sociedades occidentales y urbanas que han desarrollado el turismo como práctica social) definirán qué es un atractivo (y qué no). Poner el acento en estas sociedades requiere conocer cuáles son las necesidades, intereses, preocupaciones existentes en las mismas, las cuales darán forma a las demandas turísticas.

Además, la intervención de actores concretos que promueven e instalan ciertos rasgos de los lugares como atractivos turísticos y procesan su comercialización a través de determinados bienes y servicios también explica la consagración como atractivos de ciertos elementos o rasgos de los lugares. Esto implica considerar a los atractivos turísticos como resultado de un proceso que varía social e históricamente y que toma determinadas características en distintos lugares conforme la intencionalidad y la capacidad de actuación de determinados actores interesados en promoverlos.

Estas perspectivas se alejan de pensar a los atractivos como características intrínsecamente destacables de objetos y lugares, para poner el acento en la trama y la dinámica social que explican la valorización de estas características. En lo que sigue se abordarán con más detalle las dimensiones centrales de estas miradas críticas.

#### **3.2.1. La mirada turística de Urry**

Uno de los desarrollos más destacados dentro de las perspectivas críticas es el que realiza John Urry. El autor en su trabajo *The tourist gaze* (1990) desarrolla una conceptualización del turismo como práctica social que orientará gran parte de los análisis del turismo que se realizaron con posterioridad<sup>71</sup>. Urry utiliza el concepto de

---

<sup>71</sup> Las reflexiones en torno a los atractivos turísticos y al turismo en general desde esta perspectiva no tienen como único ni primer referente al trabajo de Urry. Los desarrollos conceptuales

**mirada turística** para explicar cómo se definen los atractivos turísticos. El autor afirma que la mirada turística está socialmente organizada y sistematizada y que no es única sino que varía de acuerdo con la sociedad, el grupo social y el período histórico<sup>72</sup>.

La mirada turística seleccionará aquellos elementos o características de los lugares que respondan a las demandas turísticas de una determinada sociedad o grupo. ¿Cómo se seleccionan estas características? Los gustos, las modas y las tendencias existentes en cada sociedad y en distintos momentos marcarán gran parte de las demandas pero, además, aquello valorizado por la mirada turística estará vinculado a la esfera de la vida cotidiana del turista. Para Urry lo cotidiano, lo ordinario en la vida del turista tiene un papel central para comprender qué es lo que esta mirada turística valoriza, es decir, para comprender qué elementos son atractivos. La cotidianeidad toma relevancia en su conceptualización, porque el autor argumenta que la mirada turística es construida en relación a ella, en una relación de oposición. Entre las cosas con las cuales contrasta la mirada turística se encuentran las prácticas basadas en el hogar y el trabajo remunerado; los objetos y lugares valorizados como atractivos poseen algún aspecto que los hace diferentes de lo encontrado en la vida cotidiana. Así, para Urry, el turismo resulta de una división binaria entre lo ordinario/cotidiano y lo extraordinario.

Esta mirada turística estará guiada por ciertas expectativas que los turistas poseen con respecto a los lugares de destino, expectativas que serán construidas y reforzadas por distintos actores involucrados en el turismo y por prácticas que sin tener una vinculación directa con el turismo, también contribuyen a retratar ciertos objetos o lugares dignos de ser contemplados, visitados y consumidos. Así, la mirada turística se apoya en ciertas ideas, representaciones e imágenes sobre objetos y lugares que circulan en las sociedades occidentales y que orientarán la demanda turística. La mirada turística puede ser de dos tipos: individual o romántica y colectiva. La individual se centra en la privacidad de una relación semiespiritual que se establece con el objeto contemplado y se caracteriza por una continua búsqueda de nuevos objetos atractivos; la mirada colectiva, por el contrario, es compartida, la presencia de otros es parte del sentido que distingue al lugar turístico y a la experiencia.

---

realizados con anterioridad por MacCannell en su trabajo *The tourist. A new theory of the leisure class* de 1976 también son reconocidos puntos de partida para la reflexión sobre la construcción de atractivos turísticos, como se verá más adelante.

<sup>72</sup> Existen trabajos específicos que analizan las formas de construcción de atraktividad turística de determinados momentos y lugares. Entre estos se pueden mencionar el trabajo de Duhamel y Knafou (2003), el cual abordando las relaciones entre turismo y litoral da cuenta de los cambios en la valoración de la costa marítima en Francia a lo largo de los últimos siglos, señalando que sólo en la segunda mitad del siglo XIX aparece la práctica turística en estos espacios. Por otro lado, Aitchison, MacLeod y Shaw (2002), analizan los procesos por los cuales los paisajes son construidos social y culturalmente para determinados usos, especialmente el turismo (pero también como forma de representación de la identidad de una nación) en el caso de Escocia, y como la literatura y la pintura de los siglos XVIII y XIX intervinieron en estos procesos. También es interesante el análisis que realiza Urry (1995d) sobre las formas en que la literatura romántica inglesa contribuyó a conformar e interpretar la imagen del Lake District, en términos de la encarnación de la naturaleza, lo cual dio paso a la transformación y adecuación del lugar con fines turísticos.

El desarrollo conceptual de Urry ha dado lugar a varias reflexiones y conceptualizaciones. Dean MacCannell cuestiona la propuesta de Urry reflexionando en torno al rol del sujeto en la conceptualización de este autor. Para MacCannell (2001) la mirada turística, si bien es un intento por enmarcar los estudios del turismo en perspectivas que permitan salirse de restricciones estructurales, no lo logra en la medida en que en tal desarrollo conceptual la mirada turística está fuertemente condicionada por diferentes instituciones (turísticas o no). Según MacCannell estas perspectivas no explican las formas de experiencia turística que buscan lo que está más allá de lo institucionalmente sugerido. Así, señala que la propuesta de la mirada turística de Urry debe ser acompañada de lo que él propone llamar la *segunda mirada turística*, es decir, aquella que realiza el turista más allá de una mirada institucionalmente propuesta (MacCannell, 2001). Esta segunda mirada turística permitiría tener en cuenta formas de apreciar y consumir atractivos turísticos que surgen de intereses individuales de los turistas, quienes reconocen la puesta en escena frecuentemente implicada en el turismo. En la perspectiva de MacCannell, el turista también tendría interés por conocer aquellas cosas que no forman parte de esta escenificación turística.

Ritzer y Liska (2002 [1997]) por su parte, critican la oposición cotidiano/ordinario-extraordinario planteada por Urry. Los autores afirman que los turistas no buscan experiencias diferentes cuando salen de vacaciones, antes bien procuran aquello que experimentan en su vida diaria: experiencias predecibles, eficientes, calculables y controladas. En este sentido los autores argumentan que si bien la experiencia turística, en algunos casos, puede estar marcada por la búsqueda de lo extraordinario, lo ordinario y lo conocido también organizan buena parte de la misma<sup>73</sup>.

Estas objeciones a los planteos de Urry permiten reflexionar sobre la construcción de atractivos turísticos. Por un lado, la posición de MacCannell permitiría pensar que la definición de qué elementos constituyen atractivos turísticos y cuáles no, no estaría definida sólo institucionalmente, sino que habría lugar para inquietudes, expectativas, necesidades del turista que lo llevarían a indagar sobre aspectos más allá de los sugeridos por la industria turística. Estas ideas se asociarán a los desarrollos conceptuales en torno al turismo que ponen el énfasis en las dimensiones subjetivas de los turistas (desarrolladas en el capítulo 2). Por otro lado, la perspectiva de Ritzer y Liska permite relativizar la oposición de Urry entre cotidiano/ordinario vs. extraordinario, para pensar que ciertos elementos de la cotidianeidad pueden estar presentes al momento de valorizar ciertas características de los lugares turísticos.

---

<sup>73</sup> MacCannell (2001) también critica la oposición cotidiano/ordinario- extraordinario de Urry, pero en términos muy diferentes a los realizados por Ritzer y Liska. Este autor objeta que la caracterización de la cotidianeidad de Urry, que en tanto opuesta al carácter extraordinario de la experiencia turística, queda reducida a la esfera de lo ordinario. MacCannell argumenta que la cotidianeidad también puede ser pensada como un espacio posible para lo extraordinario. Si bien Ritzer y Liska y MacCannell critican el desarrollo conceptual de Urry, estos autores se sitúan en perspectivas muy diferentes; mientras MacCannell considera que el turista busca lo auténtico más allá de lo institucionalmente sugerido por el turismo, Ritzer y Liska afirman que este tipo de búsqueda es cada vez más difícil, no sólo porque el turista está acostumbrado al simulacro en su vida cotidiana y lo buscará también en la experiencia turística, sino porque prácticamente no queda lugar en el turismo para lo auténtico, dada la generalización de la comercialización de experiencias turísticas.

### 3.2.2. Las discusiones en torno a la autenticidad

Otro de los temas que han concitado la atención de los abordajes críticos sobre el turismo es el de la **autenticidad**. En términos generales la idea de autenticidad hace referencia a una condición que da cuenta del carácter de genuino, legítimo u original de determinado elemento. En vinculación con el turismo, la autenticidad fue tradicionalmente concebida como el carácter inalterado, no modificado de ciertos objetos, culturas y lugares de interés para el turismo.

Una de las primeras reflexiones teóricas en torno a la autenticidad es la que realiza MacCannell<sup>74</sup> quien afirma que los turistas buscan la autenticidad en sus viajes turísticos pero raramente logran ser testigos de la misma, en la medida en que sólo acceden a una **autenticidad escenificada**, es decir, preparada para la mirada turística. Así en la propuesta del autor las culturas locales se exhiben en un escenario (*front stage area*) y reservan para otro lugar, fuera de la mirada turística (*backstage region*), las manifestaciones culturales auténticas<sup>75</sup>.

A esta propuesta de comprender la autenticidad de los objetos vinculada a la práctica turística han seguido varios trabajos orientados por diferentes perspectivas. Wang (1999) y Reisinger y Steiner (2006) han elaborado una clasificación que identifica tres perspectivas: la modernista/realista/objetivista, la constructivista y la posmodernista. En el primer caso (del cual Boorstin y MacCannell son exponentes) la autenticidad sólo puede ser juzgada por expertos, más allá del hecho que resulte auténtico o inauténtico para los turistas. En esta postura se asume que existe una realidad objetiva a partir de la cual se puede establecer el grado de autenticidad (o el carácter de verdadero, genuino, preciso) de los objetos. Sin embargo, las discusiones en torno a la autenticidad de los objetos pierde sentido cuando se concibe que la cultura y el patrimonio están cambiando constantemente, por lo cual no pueden establecerse referentes estáticos con los cuales contrastar la autenticidad de aquellos objetos consumidos por el turismo. En este sentido, la perspectiva constructivista, asume que la autenticidad es socialmente construida antes que algo inherente a ellos. Por último, para la perspectiva posmodernista la autenticidad no es un problema, en la medida en que en la actualidad a los turistas no les preocupa el grado de autenticidad u originalidad de los objetos (son conscientes, por ejemplo, que el proceso de comercialización acarrea transformaciones) y sí en cambio el poder disfrutarlos. Frente a estas observaciones que marcan las diferentes formas de pensar la autenticidad de los objetos consumidos turísticamente en el mundo académico, algunos autores como Reisinger y Steiner (2006) pregonan el abandono del concepto de autenticidad de los objetos en el campo de los estudios sobre el turismo. Estos autores,

---

<sup>74</sup> El trabajo de MacCannell reconoce como antecedente el trabajo de Daniel Boorstin *The Image: a guide to pseudo-events in America* (1961) quien afirmaba que la autenticidad en el turismo era poco probable dado que los procesos de mercantilización de la cultura involucrados en el turismo creaban productos estandarizados y homogéneos que se alejaban de cualquier aspecto auténtico de las culturas visitadas.

<sup>75</sup> MacCannell afirma que también existen *backstage regions* falsas para engañar a los turistas que pueden ser más inauténticas que lo escenificado (MacCannell, 1989 [1976]).

en cambio, proponen pensar la autenticidad de la experiencia turística y poner así el acento en cómo la experiencia es vivida por el turista (de forma auténtica o no)<sup>76</sup>.

Más allá de las distintas perspectivas y las conceptualizaciones propuestas, y de la posibilidad de descartarla como concepto, la autenticidad suele estar presente en las formas de presentar, promocionar y consumir atractivos turísticos. Esto quiere decir que la autenticidad participa de la construcción de atraktividad turística. Especialmente en lo referido a los rasgos culturales de un lugar y sus posibles interpretaciones, el grado de autenticidad puede ser un elemento a utilizar para crear diferenciaciones en los productos y servicios turísticos. La apelación a lo auténticamente perteneciente a cierta cultura o a cierto lugar funcionará como argumento para agregar valor en el proceso de mercantilización de determinados productos y servicios. Así, más allá de las distintas formas en que es conceptualizada, la autenticidad será un recurso al que se puede echar mano para generar, promocionar y comercializar determinados bienes y servicios asociados a los lugares. Asimismo, la autenticidad funcionará también como una nueva dimensión a partir de la cual se crean ciertas particularidades de los lugares que los harán diferentes y competitivos en el mercado turístico.

### 3. 2.3. La dimensión simbólica de la construcción de atraktividad

Tanto en la propuesta de la mirada turística de Urry, como en muchos de los abordajes sobre atractivos aparece con fuerza la dimensión simbólica de los procesos de valorización turística. Ella brinda elementos para comprender el proceso de construcción de atractivos turísticos. Muchos autores han trabajado sobre las imágenes que se crean en torno a ciertos lugares y atractivos y a las que se apela al comercializar bienes y servicios.

Algunos de estos autores han centrado la atención en los procesos de construcción de imágenes turísticas orientadas al marketing y a la promoción. Morgan y Pritchard (1998) preocupados por la creación, comercialización y consumo de imágenes turísticas, sostienen que las personas utilizan marcos de referencia para dar sentido y explicar el mundo en el que viven. Estos marcos de referencia median la interpretación de la realidad y también son los que influyen en el campo del marketing turístico; así, lo que es promocionado y la manera en que es promocionado es producto de los sistemas políticos, sociales y culturales dominantes en los que opera, compartidos por los creadores y comercializadores de estas imágenes turísticas y los turistas. De esta manera las imágenes y representaciones creadas no sólo construyen sino refuerzan ideas, valores y significados a expensas de formas diferentes de ver el mundo.

Algunos autores analizan el carácter simbólico de los atractivos turísticos a partir de interpretaciones semiológicas. Por ejemplo, Urry (1996 [1990]) considera que la mirada turística es construida a través de signos, afirmando que esta mirada implica un turista

---

<sup>76</sup> En este trabajo no se profundiza en esta perspectiva porque no se analizan procesos desde la experiencia turística. Para profundizar esta perspectiva ver Reisinger y Steiner (2006b).

practicante de semiótica que busca en el paisaje signos preestablecidos, los que derivan de discursos sobre viajes y turismo.

MacCannell, por otro lado, en su libro *The tourist. A new theory of the leisure class* (1976) dedica un capítulo a realizar un análisis semiológico de los atractivos concebidos como signos. Siguiendo a Pierce, que define al signo como aquello que *representa algo para alguien*, MacCannell reformula este esquema definiendo al atractivo (*attraction*) como aquello que involucra un *indicador [marker]* (que representa), un *objeto de interés turístico [sight]*<sup>77</sup> (algo) y un *turista* (para alguien). El autor va a argumentar que el primer contacto que el turista tiene con un objeto de interés turístico es a partir del indicador, siendo que éste constituye algún tipo de información sobre un objeto de interés turístico específico. La información sobre los objetos de interés puede estar contenida en un cartel, en guías de turismo, guías de museos, relatos de otros turistas, textos, etc. En muchos casos los atractivos sólo pueden ser reconocidos a partir de la existencia de estos indicadores que brindan información sobre ellos<sup>78</sup>. Así, el indicador le confiere al objeto de interés una importancia que lo hace objeto de la mirada turística (Pretes, 1995), o como afirma Crang “los indicadores, lejos de ser secundarios, crean realmente un sitio [site]” (2004: 6).

MacCannell analiza a los atractivos turísticos en una perspectiva que tiene en cuenta las formas en que estos atractivos cobran significado para determinados grupos sociales. El autor considera que existen mecanismos institucionales que combinan una sacralización de los objetos de interés turístico y una actitud ritual para con ellos. Para el autor los turistas modernos tienen su propia estructura moral y un sentido colectivo que indica que determinados objetos de interés turísticos deben ser vistos y realizan un peregrinaje para contemplarlos. La sacralización de estos objetos de interés turístico requiere frecuentemente de un soporte institucional masivo que sigue varios pasos que culminan en la consagración de estos objetos en tanto atractivos<sup>79</sup>.

La dimensión simbólica también ha sido abordada por otros autores. Así lo hace Meethan en relación con el lugar que ocupan los discursos como marcos a partir de los cuales

---

<sup>77</sup> Aquí se traduce *sight* como objeto de interés turístico. En el inglés *sight* hace referencia a algo digno de ser visto y visitado, especialmente por turistas y, en general, hace referencia a un lugar. En el texto objeto de interés turístico hace referencia tanto a objetos, elementos en sí, como también a lugares (en términos de ámbitos geográficos). En el inglés *sight* se diferencia de *site* que remite al uso que en el castellano se hace de sitio.

<sup>78</sup> En algunos casos se torna más importante la información que sobre el objeto de interés se genera que la que el objeto en sí podría generar por sí mismo. La relevancia de esta información es de importancia cuando los objetos de interés turístico son intangibles. Véase el análisis que realiza Pretes (1995) sobre el consumo de elementos tan intangibles como el espíritu de la navidad a través de la creación de indicadores que permiten su comercialización.

<sup>79</sup> El primero de estos pasos refiere al nombramiento (*naming phase*) de estos objetos, es decir, al establecimiento de una diferencia de estos objetos con respecto a otros similares; luego se sucede la etapa de la exhibición y delimitación (*framing and elevation*) de los objetos estableciendo un límite alrededor del mismo que lo protege y mejora su apariencia; posteriormente, tiene lugar la creación de un santuario o lugar de veneración (*enshrinement*), para luego pasar a la reproducción mecánica (*mechanical reproduction*) de los objetos a través de la creación de fotos y otro tipo de reproducciones. Por último, la reproducción social (*social reproduction*) del objeto de interés que sucede cuando ciudades, grupos, regiones, etc. comienzan a nombrarse como el objeto en cuestión (MacCannell, 1989 [1976]).

explicar la mirada turística en el trabajo de Urry. Meethan (2001) afirma que si bien ciertos discursos dan forma a las expectativas turísticas, no toda la realidad social es construida socialmente sólo a través de discursos o significados simbólicos. Éstos deben ser considerados junto con procesos y prácticas materiales propias del sistema turístico que se realizan en formaciones sociales específicas en lugares particulares. Este autor también afirma que más allá de los significados intencionales creados y difundidos con respecto a ciertos lugares turísticos, la interpretación de los mismos no es unívoca; si bien reconoce que hay formas de interpretación que pueden generalizarse, afirma que ellas necesitan ser contextualizadas. Meethan también señala que sin duda en ciertos casos existen intentos de comunicar deliberadamente ciertos significados, pero que en otros, el significado resulta de circunstancias históricas contingentes (a un mismo objeto o lugar pueden atribuírsele distintos significados en distintos momentos históricos). Para el autor los valores y significados adscriptos al espacio pueden mantenerse sólo si son constantemente reformulados, en tanto cada reproducción de un sistema cultural es un diálogo que se establece entre categorías heredadas del pasado y circunstancias contingentes.

Las afirmaciones de Meethan permiten considerar cómo las formas de presentar un lugar son procesadas a nivel subjetivo. Si bien existen ciertas ideas que se crean, difunden y son compartidas por un colectivo, el consumo de los atractivos turísticos también varía de una persona a otra. Meethan (2001) afirma que los consumidores no son simples receptores pasivos y que así como existen varias formas de leer un libro, también existen varias formas de leer un lugar; presenta un turista en una posición activa al afirmar que éste combina conocimiento y experiencias propias de los lugares visitados, con aquella información que ha sido creada previamente desde el sistema turístico. En este aspecto coincide Rojek (2002), quien también le otorga un rol activo al turista en los procesos de selección de las imágenes asociadas a ciertos objetos de interés turístico, permitiendo la posibilidad de crear una nueva imagen de un destino, en un proceso de reinterpretación más subjetivo. Dentro de estas discusiones en torno a los aspectos más subjetivos en la definición de los atractivos turísticos, vuelve a tomar relevancia la crítica que MacCannell (2001) realiza al trabajo de Urry mencionada más arriba y su propuesta de creación de la segunda mirada.

#### 3.2.4. Prácticas turísticas y no turísticas en la construcción de la atraktividad: los actores involucrados

La interpretación que realizan estos autores preocupados por la dimensión simbólica de los atractivos turísticos puede ser enriquecida con las perspectivas desarrolladas en relación a las maneras en que prácticas turísticas y no turísticas construyen los atractivos.

Según Britton (1991) el turismo crea atractivos turísticos a través de tres vías: 1. puede aprovechar atractivos culturales o curiosidades ya existentes cooptándolas con fines de la acumulación a través de productos turísticos; 2. puede crear sus propios atractivos; 3. puede ser cooptado por otro tipo de emprendimientos. En estos procesos participarán las empresas (tour operadores, empresas vinculadas al alojamiento y el transporte, las



agencias de viajes), los gobiernos (a través de los organismos encargados del turismo) y distintos grupos sociales vinculados directamente con el turismo, compitiendo por las ganancias que se obtienen de la construcción y venta de experiencias y lugares a los potenciales turistas.

En relación con el papel de las prácticas no turísticas en la construcción de atractivos, Urry (1996 [1990]) afirma que los lugares escogidos como destinos turísticos lo son en la medida en que existe una expectativa con respecto a ellos que es conformada y mantenida por prácticas no turísticas, entre ellas el cine, la televisión, la literatura, las revistas, etc. todos los cuales refuerzan la mirada turística. Para el autor, el sistema de producción turística necesita de estos devaneos y expectativas creados desde la propaganda y otros conjuntos de signos que son generados por los medios de comunicación. Así, periodistas o comunicadores participan en la creación, recreación o transformación de la imagen de un lugar turístico o de atractivos turísticos desde la participación en las publicaciones periódicas especializadas en el turismo, en los suplementos de viajes y turismo de periódicos y en los programas televisivos sobre viajes y turismo. Estos mediadores culturales también contribuyen a los procesos que marcan tendencias y sugieren formas de realizar turismo. Por supuesto, aquí también se agregan los profesionales involucrados en la elaboración de materiales de promoción turística en general (folletos, guías turísticas) quienes, junto con aquellos vinculados a medios masivos de comunicación, se constituyen en muchas ocasiones en voces autorizadas al momento de retratar un destino, una experiencia, un atractivo, etc. Este carácter de autoridad en algunos casos se ve reforzado por el prestigio que detentan estas personas<sup>80</sup> o el que les otorga una pertenencia institucional<sup>81</sup>. A esta lista podrían agregarse los propios turistas<sup>82</sup> que cuentan y difunden sus experiencias.

También las imágenes de los destinos son construidas por prácticas culturales no turísticas. Morgan y Pritchard (1998) cuestionan ciertas perspectivas que distinguen claramente el origen de determinadas imágenes turísticas. Así, se oponen a la propuesta que hiciera Gunn<sup>83</sup> la cual distingue dos tipos de imágenes según sus fuentes: las orgánicas (producto de la socialización incluyendo la cultura popular, la educación, la literatura y los medios de comunicación, en definitiva producto del ámbito de la cultura) y las proyectadas (resultado de intentos de influir en el comportamiento de los consumidores y creadas por los organismos oficiales y otros agentes responsables del

---

<sup>80</sup> Pueden citarse como ejemplo a Horacio de Dios y Federico Kirbus, quienes se han convertido en profesionales de referencia en relación con el turismo. Horacio de Dios es periodista y ha escrito guías de viajes de destinos turísticos de la Argentina y del exterior; Federico Kirbus, ha escrito guías turísticas de varios destinos de la Argentina, artículos periodísticos, libros y ha participado en la elaboración de publicaciones turísticas editadas por el diario *Clarín*.

<sup>81</sup> El prestigio del que gozan algunas guías turísticas, especialmente las internacionales (como *Lonely Planet*, *Michelin*, *Guides Bleus*, *Fodor*, etc) las ha convertido en una fuente de autoridad y de consulta obligatoria (véase el análisis de la guía *Lonely Planet* de la India realizado por Bhattacharyya, 1997). Para el caso argentino puede mencionarse el Automóvil Club Argentino en materia de elaboración de guías y mapas turísticos nacionales.

<sup>82</sup> Con respecto a la promoción turística realizada por turistas, véase el trabajo de Knafou (1991).

<sup>83</sup> El trabajo de C. Gunn es *Vacationscapes: Designing Tourist Regions*, de 1988 citado en Morgan y Pritchard (1998).

turismo). Aquellos autores afirman que en la práctica es muy difícil hacer esta distinción porque la cultura popular influye en aquellas imágenes generadas por los organismos oficiales y otros actores identificados con la creación de imágenes turísticas. En otras palabras, la imagen de un destino promovida por actores interesados en la promoción turística puede tener trazos de la forma en que ese lugar fue pensado, imaginado, retratado por los medios de comunicación, la literatura, el cine, etc. (y viceversa). Rojek (2002) también propone una manera de interpretar el proceso de construcción de objetos de interés turístico, en el que siempre jugarán un rol esencial el mito y la fantasía, en la medida en que estos lugares no familiares invitan a la especulación sobre lo que uno encontrará en ellos, que se nutre del conocimiento previo de los mismos alimentado por historias, símbolos y fantasías. El autor afirma que se puede hablar de un índice de representaciones que comprende signos, imágenes, símbolos organizados en “archivos” (como por ejemplo, relatos de viajeros, textos impresos de todo tipo, obras literarias, programas de televisión, películas, etc.) que hacen a un objeto de interés turístico de alguna manera familiar y que se compone de información tanto fáctica como ficticia. La extracción y combinación de elementos de estos distintos “archivos” (que puede ser consciente o inconsciente) otorga nuevo valor a los objetos de interés turístico.

### 3. 2.5. La promoción turística y la construcción de atraktividad

La construcción de la atraktividad turística se viabiliza también a través de la promoción que se hace de objetos y lugares turísticos. Ésta permite dar a conocer objetos y lugares de interés para el turista, a la vez que crea e intenta incentivar su consumo. Además, la promoción junto con otras prácticas va a permitir la transformación de los destinos turísticos en la medida en que los procesos de valorización turística requerirán una serie de adecuaciones de las condiciones existentes en los lugares para el consumo de ciertos bienes y servicios vinculados al turismo.

Gold y Ward (1995) han definido a la promoción de los lugares como el uso consciente de la publicidad y el marketing para comunicar imágenes selectivas de localidades o áreas geográficas específicas orientadas a una audiencia también específica. En el turismo, estas imágenes son usadas para transmitir ideas y mensajes sobre los lugares turísticos de diferentes maneras, a través de diferentes soportes, produciendo tanto textos escritos como fotografías, películas, etc.<sup>84</sup>.

Morgan y Pritchard (1998) afirman que la promoción puede verse desde el punto de vista estratégico como una inversión a mediano o largo plazo, en tanto se orienta a construir una identidad consistente y creíble de un destino, y que si bien el principal propósito de la

---

<sup>84</sup> La promoción turística se realiza a través de una gran variedad de materiales, entre ellos folletería, carteles publicitarios, guías turísticas, portales y páginas de Internet, blogs sobre turismo y viajes, libros, artículos en publicaciones especializadas en turismo, artículos publicados en periódicos o revistas de temáticas generales, programas televisivos, publicidades en medios de comunicación masiva y en la vía pública, etc. Las diferencias se manifiestan también en su extensión, los soportes utilizados, las formas de interacción que permiten, etc. Las guías turísticas suelen ser los materiales más extensos, y por consiguiente presentan descripciones más detalladas sobre algunos atractivos y lugares turísticos que, por ejemplo, la folletería.

creación de imágenes es influenciar el comportamiento del consumidor y manipular la demanda, las imágenes creadas tienen un alcance social y cultural más amplio. Haciendo referencia específicamente a las relaciones entre la publicidad y la sociedad, los autores afirman que tradicionalmente aquellos encargados de la publicidad han sido considerados en una posición de poder con respecto al consumidor, caracterizado como ocupando una posición de vulnerabilidad. Los autores se separan de estas formas de ver esta relación afirmando que ambas partes deben entenderse como comprometidas en un intercambio mutuo de significados. En este intercambio el consumidor decodifica selectivamente aquellos mensajes, teniendo un rol protagónico en este proceso. Así, el consumidor no es relegado a un rol de interpretación, sino que contribuye activamente al proceso de generación de imágenes.

La creación y producción de imágenes turísticas que formarán parte de la atractividad de los lugares varían de acuerdo a quiénes las producen, sus intenciones y los destinatarios de dichas imágenes. Frecuentemente, la promoción turística realizada desde el estado está acompañada de una política turística más amplia, mientras que en el caso de la promoción que realizan los turistas, por ejemplo, suele ser más “espontánea”. Las empresas privadas pueden y de hecho encaran procesos de promoción de destinos o productos turísticos, sin embargo, Britton (1991) afirma que éstas, muchas veces, la dejan en manos del estado, ya que este accionar permite evitar los gastos que las tareas de promoción implican y de las cuales también se benefician sus competidores (pero sin dejar de participar en la apropiación de los beneficios de la promoción estatal).

Los destinatarios de la promoción turística son múltiples. Los estudios más tradicionales sobre promoción, publicidad o marketing turístico hacen hincapié en el turista como destinatario principal y tal vez podría considerarse como el consumidor más inmediato de los productos promocionados. Sin embargo, Morgan y Pritchard (1998), al analizar la promoción de imágenes turísticas realizada por organismos públicos, distinguen cuatro grupos de destinatarios: los turistas potenciales, las empresas dedicadas al turismo en los destinos, los políticos y la población residente de los destinos. La participación en la creación de imágenes turísticas no se limita a las encuestas realizadas con el objeto de conocer las demandas de los turistas y así adaptar la imagen del destino a ella: los políticos, los empresarios y la población local también apoyan, vetan o sugieren modificaciones de aquellas imágenes que se generan para promocionar cierto destino. Otros consumidores (que además fueron o son turistas) tales como los mediadores culturales también se convierten en destinatarios de estos materiales, que moldean las formas en que ellos mismos crean, o recrean, las imágenes de los destinos.

Estos aspectos conducen a la cuestión sobre la influencia que ejerce la promoción sobre el consumo de los turistas, tema que ha sido abordado por distintos autores y desde distintas perspectivas. Meethan (2001) afirma que hay casos en donde existe un intento deliberado de comunicar un significado mediante la promoción, pero que en otros, esos significados son históricamente contingentes. En general se señala una intencionalidad de los actores vinculados a la promoción por influir de alguna manera en las elecciones de los turistas al momento de elegir un destino, de consumir ciertos atractivos o una forma particular de hacer turismo -la promoción no existiría si no se le diera el crédito de hacer posible esto-. Las imágenes de los destinos producidas por los materiales de

promoción turística en gran medida responden a (o están en consonancia con) la manera en que estos destinos son percibidos por los destinatarios de aquellos materiales de promoción, reforzando ideas, valores y significados que conforman una manera de ver el mundo dominante y ya instalados en la sociedad (Morgan y Pritchard, 1998). Sin embargo, retomando lo planteado por Meethan (2001) también se afirma que no necesariamente existe una correspondencia entre las formas en que se representa un destino y las formas en que éste es percibido por los turistas.

Así, la promoción turística participa en la construcción de atraktividad en tanto define ciertas especificidades de los lugares que serán retomadas en la comercialización de productos y servicios asociados a los mismos (estos procesos serán analizados para el caso de la Quebrada en el capítulo 8)

### **3.3. La atraktividad turística y la calificación de los lugares**

La definición de la atraktividad turística de un lugar va de la mano de ciertos arreglos y formas de disponer construcciones y objetos en general, de manera de adaptar los lugares conforme a la mirada turística. Así, la construcción de atraktividad turística, además de comprender los procesos por los cuales discursivamente se construye una idea de los lugares o se apela a otras ya construidas, involucra las acciones (y las voluntades, intenciones, intereses que las alientan) tendientes a adecuar o acondicionar el lugar para adaptarlo a la visita turística. Atendiendo a estas demandas se podrán de relieve ciertos aspectos de los lugares haciéndolos más visibles, a la vez que aquellos otros que no coincidan con la mirada turística gozarán de una visibilidad menor, e incluso aquellos que se consideran inconvenientes, serán invisibilizados.

Parte de la dimensión más visible del lugar se arreglará conforme estas demandas en un proceso orientado a su **estetización**. Éste se entiende aquí no como la conformación o afirmación de una disposición placentera naturalizada hacia la materialidad de los objetos, sino como producto de un proceso de aprendizaje en el que se internaliza el gusto de tal manera que aparece como una disposición obvia, y en tanto obvia se supone compartida por otros (Duncan y Duncan, 2001). La disposición estética es producto de un refinamiento del gusto que puede ser entendido como capital cultural. Además, esta apreciación estética funciona como una base sobre la cual se apoyan distinciones sociales (en el sentido que le otorga Bourdieu). Duncan y Duncan abordan específicamente el proceso de estetización del paisaje y afirman que éste puede actuar como un mecanismo de exclusión en tanto objeto de apropiación, de acción y de uso de determinados grupos y no de otros (Duncan y Duncan, 2001). Las reflexiones en torno a la estetización y esta forma de concebir al paisaje como producto estético pueden hacerse extensivas a un conjunto más amplio de elementos también objeto de una mirada estética (que eventualmente también será una mirada turística).

Las particularidades que crean o recrean estos acondicionamientos de los lugares permitirán o facilitarán distintas formas de consumo turístico. Tal como se planteaba anteriormente, Britton (1991) presenta dos maneras en que esto puede llevarse adelante:

a través de la propiedad o el uso de la tierra o de inmuebles, y cuando esto no es posible, a través de la inclusión de los atributos del lugar a bienes y servicios comercializables. En efecto, es frecuente la ilustración de los materiales de promoción de los distintos productos turísticos con los atractivos de los destinos. Así, la comercialización de productos turísticos resultará más lucrativa en la medida en que se encuentre asociada a lugares y atractivos reconocidos y cotizados en el mercado turístico.

Además, y más allá de la simple inclusión o reproducción de una imagen en un material de promoción, estos atractivos son pasibles de ser consumidos y mercantilizados en su asociación con los servicios turísticos, jerarquizando a estos últimos. En efecto, los atractivos turísticos son agregados a los productos que brinda la oferta turística. Esto puede ser ejemplificado para el caso de los servicios de alojamiento, los cuales ofrecen tarifas con precios más elevados para aquellas habitaciones con vistas hacia ciertos puntos de interés o atractivos del lugar turístico. Y también puede ser ejemplificado para el caso de bienes comercializables, como es el caso de aquellos productos que sólo son adquiridos en sus lugares de origen o que aún pudiendo ser adquiridos en otros lugares, tienen como sello distintivo su procedencia geográfica<sup>85</sup>. De esta manera, desde el sector económico se realiza una apropiación (a veces exclusiva) de los atractivos turísticos reflejada en el precio de los servicios. De estas dos maneras los lugares permiten la generación de renta y ganancias para aquellos actores involucrados en la comercialización de bienes y servicios turísticos.

Como ya se había señalado, al analizar los procesos por los cuales se comercializan ciertos productos y eventos culturales que aparentemente parecen ser demasiado especiales para ser considerados mercancías, Harvey (2002) utiliza la categoría renta monopólica para comprender cómo ciertos procesos económicos valorizan localidades y elementos culturales. Dado que muchas veces se trata de objetos excepcionales, el carácter único e irreproducible de estos objetos constituirá la base de la renta monopólica. Harvey distingue dos formas de acceder a una renta monopólica: directa o indirectamente. En los casos de renta monopólica directa se comercializan los elementos a partir de sus cualidades especiales. Los actores sociales que controlan un recurso, una mercancía o una localización con cualidades especiales pueden obtener una renta monopólica de manera indirecta cuando ponen a disposición de otros estos elementos. En estos casos los recursos, mercancías y localizaciones no son comercializados en sí, sino los bienes y servicios desarrollados a partir de estos elementos. La obtención de una renta monopólica de manera directa es poco probable (ya que en ocasiones se trata de elementos que no se comercializan, situación en la que se encontraría la mayoría de los atractivos turísticos), mientras que las formas indirectas de obtención de una renta monopólica son más frecuentes.

Harvey señala dos contradicciones inherentes a la categoría de renta monopólica: si bien la renta monopólica existe, frente a la posibilidad de que el elemento en cuestión sea objeto de cálculos monetarios que estimen su valor en el mercado, esta condición puede

---

<sup>85</sup> No sólo los productos hacen uso de ciertos atractivos de los lugares; como señala Urry (1995c) las imágenes de los lugares también se construyen a partir de ciertos productos que tienen su origen en ellos.

ser puesta en riesgo precisamente por la mercantilización. Esta última atenta en cierta medida contra el carácter de único e irreproducible. Y además incentiva la competencia por el acceso a la renta monopólica<sup>86</sup>. La otra contradicción que señala Harvey tiene que ver con la tendencia del capitalismo hacia el monopolio cuando uno de sus pilares más importantes es la competencia. Frente a estas contradicciones la cuestión está en establecer relaciones lo suficientemente competitivas mientras se mantengan los privilegios asociados al monopolio y a la propiedad privada.

Esto se complementa con lo desarrollado por Sánchez (1985) en relación con la imposibilidad de comercializar ciertos atractivos turísticos de forma directa, y la conformación de un espacio complementario que se define como un espacio productivo. Sánchez (1985) ha desarrollado una explicación para dar cuenta de los procesos de apropiación de ganancias en relación con atractivos turísticos. El autor plantea que si bien algunos atractivos (como por ejemplo, las playas) no pueden comercializarse, en los destinos turísticos se define un área, denominado espacio complementario, próxima a los atractivos, donde se lleva a cabo la comercialización de bienes y servicios asociados a los mismos<sup>87</sup>.

Por otro lado, Meethan (2001) afirma que la expansión del turismo y el surgimiento de nuevos espacios turísticos han generado una competencia intensa entre los destinos y como resultado, los países y los lugares necesitan conformar una “personalidad” específica, una marca atractiva para el mercado; en definitiva precisan crear atractivos turísticos. Así, el surgimiento, crecimiento, consolidación, reemplazo o declinación de destinos turísticos se comprenden en parte, teniendo como marco más amplio la competencia de los lugares por formar parte de los circuitos del turismo mundial (Silveira, 1997), donde los lugares serán “elegidos” (valorizados) o no por diferentes actores vinculados al turismo. En este proceso, los actores con poder de decisión sobre ciertas áreas con características específicas trabajarán para lograr atraer inversiones de capital (Harvey, 1998) y en el caso del turismo, también turistas consumidores. El complemento de esto es la capacidad del capital para encontrar formas de apropiarse y extraer ganancias extraordinarias a partir de las diferenciaciones que pueden existir entre lugares, culturas y significados de tipo estéticos (Harvey, 2002), o aquellas que puedan ser construidas.

En el proceso de construcción de atractividad se recurre a ciertas características de objetos y lugares (aquellas que responden a la demanda turística) y se definen aquellas particularidades que pueden ser presentadas y consumidas turísticamente. Algunos atractivos turísticos en tanto elementos únicos e irrepetibles serán incorporadas como parte del valor de mercado de ciertos bienes y servicios turísticos. Así, los procesos de construcción de atractividad califican a los lugares, les proveen de herramientas que

---

<sup>86</sup> La excepción a esto serían las formas de concesión de ciertos espacios otorgadas a largo plazo por el poder público. Aquí ya no estaría actuando la lógica del mercado sino una articulación entre poder público y privado, donde el estado asegura a una empresa la obtención de esa renta monopólica.

<sup>87</sup> Un ejemplo de análisis a partir de estas ideas lo constituye el trabajo ya citado de Bertonecello (2000).

permitirán su colocación en los circuitos del turismo nacional o internacional. De esta manera, la presencia de estos atractivos turísticos habilita procesos de valorización económica de los lugares que permitirán la obtención de ganancias. También la búsqueda por mantener o crear el carácter único de ciertos elementos (por ejemplo, al ser considerados patrimonio, tal como se verá en el capítulo siguiente) será un objetivo para aquellos que detentan o intentan detentar esta renta monopólica. Por otra parte, la construcción de atraktividad dará paso a la transformación de los lugares, tanto en sus aspectos materiales (al dar pie a la organización, la adecuación del lugar para el consumo de bienes y servicios turísticos que apelarán a sus atractivos) como simbólicos (al crear ciertas imágenes específicas del lugar).

Las formas específicas que tome el proceso de construcción de atraktividad turística en cada lugar van a variar en relación con la capacidad de acción de distintos actores con injerencia en el lugar, principalmente aquellos vinculados al poder político y económico que lograrán, mediante la promoción de determinadas características de los lugares, crear las condiciones para incorporar estos atractivos a ciertos bienes y servicios turísticos a ser consumidos. El poder político será el encargado principal de la difusión de los atractivos turísticos y de la creación de formas de organización del mismo que, en la actualidad, convoca (en mayor o menor medida) a la población local a participar en la gestión compartida del turismo en ese destino. Esto creará las bases para la organización de una oferta de productos que tenderá a diferenciarse de otros ya existentes buscando atraer a segmentos especiales de la demanda y, para ello, dicha oferta mantendrá su vínculo con la atraktividad asociada a los lugares turísticos.

#### **Capítulo 4. Las particularidades del patrimonio como atractivo turístico. Valorización y revalorización de los lugares de destino turísticos**

Este capítulo analiza las formas de comprender la relación entre turismo y patrimonio en la literatura académica y las características que, históricamente y en la actualidad, reviste la valorización (en general y turística, en particular) del patrimonio. Para ello el capítulo se centra en el análisis del patrimonio en tanto atractivo turístico, haciendo referencia al proceso de patrimonialización, a la institucionalización e internacionalización del patrimonio (en especial aquella que involucra a la UNESCO) y la valorización turística del patrimonio en tanto atractivo y en su dimensión territorial. El reconocimiento social de la condición de patrimonio de determinados objetos o lugares puede estar acompañado o no de un reconocimiento institucional de dicha condición; en este capítulo, y atendiendo a las particularidades del caso que se analiza, la atención se centra en aquellos procesos de patrimonialización que comprenden un reconocimiento institucional. En especial se hace referencia a los procesos que involucran las distinciones internacionales otorgadas por la UNESCO.

En el capítulo se retoman los trabajos desarrollados por algunos autores que analizaron la valorización del patrimonio y del pasado en las sociedades occidentales en una dimensión histórica, los que aportan elementos para comprender la valorización actual del patrimonio así como para situarla histórica, social y culturalmente. Además, se presentan las perspectivas tradicionales en la comprensión y definición del patrimonio, es decir, aquellas que en términos generales lo conciben como una característica inherente a objetos y lugares. Estas perspectivas son introducidas no sólo para establecer un contraste con aquellas que serán utilizadas en el trabajo, sino también para conocer las formas de concebir el patrimonio presentes en los ámbitos de la gestión patrimonial y turística.

Aquí también se desarrollan conceptualizaciones críticas orientadas a comprender el patrimonio como resultado de un proceso en el cual intervienen diferentes actores con intencionalidades e intereses diversos y en el cual el poder y la dimensión simbólica del mismo (en tanto representación de una identidad) cobran un rol central. También se dejan planteadas la conceptualización y perspectiva sobre el patrimonio y el proceso de patrimonialización utilizada en la investigación. Además se combinan las conceptualizaciones de patrimonio y proceso de patrimonialización desarrolladas en este capítulo con las conceptualizaciones de atractivos y proceso de construcción de atraktividad turística para analizar las formas en que la relación entre patrimonio y turismo ha sido concebida (fundamentalmente se analiza cómo el turismo participa de los procesos de patrimonialización en la actualidad). Finalmente, se analiza la creación de especificidades de los lugares a partir de la valorización turística del patrimonio para su



inclusión en los circuitos turísticos que permitirán el desarrollo de actividades económicas vinculadas a la práctica turística.

#### **4.1. La valorización del patrimonio: breve reseña histórica**

Las formas de entender el patrimonio que se exponen en los puntos siguientes se insertan en un contexto actual en el que el interés por el patrimonio y la acumulación de bienes patrimoniales muestra gran importancia. De hecho, en varios de los trabajos mencionados se resalta que la valorización del patrimonio (entre otras cosas por el turismo) está adquiriendo cada vez más importancia. En gran parte de la literatura se señala que, especialmente desde las últimas décadas del siglo XX, los objetos y lugares valorizados como patrimonio son atractivos en el contexto de un *despertar* de la conciencia ecológica y cultural (Ballart Hernández y Juan i Tresserras, 2001; Borg y otros, 1996; Timothy y Wall, 1997; Drost, 1996; Graham, Ashworth y Tunbridge, 2000; Martín de la Rosa, 2003; Nuryanti, 1996; Prados Pérez, 2003; Salemme y otros, 1999; Santana Talavera, 2002, 2003; Waitt, 2000). Este turismo interesado por el patrimonio es interpretado en asociación con un nuevo turista, preocupado por acercarse y conocer la naturaleza y las culturas, que busca además consumir nuevos productos (más sofisticados y elitistas) diferentes a aquellos que caracterizan al turismo masivo<sup>88</sup>. Así, se destacan efectos positivos que tiene el conocimiento del patrimonio sobre los turistas como, por ejemplo, el desarrollo de una conciencia sobre la importancia y necesidad de su protección.

Indagando sobre las causas que explican el interés actual en el patrimonio Françoise Choay (2001 [1992]) analiza los orígenes de las formas de valorización del patrimonio histórico<sup>89</sup>. La autora hace hincapié en las diferentes formas en que fueron considerados o valorizados objetos del pasado, en especial las construcciones o, lo que con el tiempo, sería considerado el monumento histórico. Así, destaca que hasta las primeras décadas del siglo XIX, el conjunto de objetos considerados monumentos históricos incluía remanentes de la antigüedad, edificios religiosos de la Edad Media y algunos castillos. Con posterioridad a la Segunda Guerra Mundial, los bienes patrimonializados aumentan en cantidad pero su naturaleza es la misma (proviene de la arqueología y de la historia de la arquitectura erudita). Con posterioridad en la década de 1960 comienzan a ser incluidas todas las formas del arte de construir, incluyendo no sólo edificios sino también conjuntos de edificios y tramas urbanas. En este contexto, si bien existen voces discordantes, hay un “amplio consenso a favor de su conservación y su protección que son oficialmente defendidas en nombre de los valores científicos, estéticos, memoriales, sociales y urbanos, representados por ese patrimonio en las sociedades industriales

---

<sup>88</sup> Suele afirmarse, como lo hacen Ballart Hernández y Juan i Tresserras, que “cada vez hay turistas más exigentes, sensibilizados por el medio ambiente y la diversidad cultural, que buscan nuevos productos huyendo de los modelos turísticos convencionales caracterizados por la masificación y la escasa calidad de la oferta” (2001: 204).

<sup>89</sup> Si bien la autora toma en consideración especialmente las formas de constitución y valorización del monumento histórico, el análisis que realiza permite interpretar los procesos que involucran el patrimonio en términos más amplios.

avanzadas” (2001 [1992]: 7). Así, en relación con lo que acontece en la actualidad Choay (1992) señala que se asiste a un crecimiento del corpus patrimonial al que denomina “inflación patrimonial”. Esta inflación patrimonial se expresa, según la autora, en una triple expansión: geográfica, cronológica y tipológica.

La expansión geográfica se refiere a la inclusión de nuevas áreas geográficas, en las cuales los bienes patrimoniales se inscriben. Esto se produce en un contexto de mundialización de valores y referencias occidentales que alentaron la difusión de las prácticas relacionadas con el patrimonio y en el cual se inscribe la celebración de la Convención relativa a la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural de la UNESCO en 1972. A partir de este evento y el documento que se elabora se fija el carácter universal de los bienes incluidos o a incluir en la lista de bienes patrimoniales reconocidos por la UNESCO; a propósito de esto la autora afirma que “estaba así proclamada la universalidad del sistema occidental de pensamiento y de valores en cuanto a ese tema” (Choay, 2001 [1992]: 207-208). A partir de esta Convención también se creaba una idea de pertenencia común entre los países que adhieren a ella, que aseguraba una protección compartida para con el patrimonio. Este proceso no fue unánimemente aceptado, siendo que generó ciertas oposiciones fuera de Europa en relación con los distintos significados otorgados a ciertos bienes.

La expansión cronológica hace referencia a la inclusión de bienes de un pasado cada vez más próximo al presente. En relación con esto y para el caso de la arquitectura, la autora afirma que aquellos productos técnicos de la era industrial fueron adquiriendo los mismos privilegios y el derecho a conservación que las obras de arte arquitectónicas y aquellas resultado de una producción artesanal. En el mismo sentido, David Lowenthal, por su parte afirma que “el recuerdo de los tiempos pasados es un negocio floreciente en casi todos los países, y cualquier época le vendrá bien” y que “la nostalgia, antiguamente limitada en el espacio y en el tiempo, se traga hoy el pasado entero” (1998 [1985]: 31).

Al referirse a la expansión tipológica, Choay hace referencia a la inclusión de nuevos tipos de bienes especialmente a la incorporación de las construcciones de la segunda mitad del siglo XIX y del siglo XX que se apoyan en nuevas técnicas. Así, la preocupación por conservar el patrimonio del siglo XX generó un *complejo de Noé*, por el cual se tiende a albergar en el arca patrimonial el conjunto completo de nuevos tipos de construcción. Por otra parte, Urry (1996 [1990]) señala que la ampliación de los objetos considerados dignos de ser preservados se relaciona con un concepto de historia que en la actualidad no se limita a la historia nacional, sino que abarca historias alternativas y locales y que provoca un interés por representaciones de lo cotidiano.

Esta triple expansión va a ir acompañada de lo que Choay denomina una expansión del público que accede al patrimonio, producto de la democratización del saber; el desarrollo de la sociedad del ocio y el turismo cultural explicarán también este proceso. Con posterioridad a la década de 1960 la cultura, antes ámbito de realización personal, se transforma en industria. Los monumentos y patrimonios históricos pasarán a cumplir nuevas funciones: por un lado, actuarán como objetos que colocan el saber y el placer a disposición de un público amplio y por otro, serán objetos culturales producidos y puestos a disposición para su consumo. Así, estos objetos adquieren un valor económico,

impulsado por el accionar de una serie de actores (públicos y privados) que propician los medios para explotarlos.

Los cambios en las formas de relacionarse con el patrimonio han llevado a Choay (2001 [1992]) a interpretar las implicancias de la relación actual con el patrimonio. La autora afirma que hasta la década de 1960, estudiar el pasado permitió descubrir una alteridad que contribuyó a construir una identidad de la cultura occidental. Sin embargo, la inflación del patrimonio histórico arquitectónico sigue otra lógica: ella parece abarcarlo todo, sin selección previa. Para la autora los bienes patrimoniales no contribuyen a la conformación de una identidad sino que sólo dan lugar a una autocontemplación pasiva y un culto por una identidad genérica. En este sentido, afirma, el patrimonio no tiene una función constructiva sino defensiva<sup>90</sup>. En definitiva, se trataría de una reconstrucción del pasado para no afrontar los dilemas del presente (Lowenthal (1998 [1985]).

Por otro lado, Lowenthal (1998 [1985]) hace referencia a ciertos procesos que tienen comienzo a fines del siglo XIX: las dudas en torno a la continuidad del progreso, la inquietud respecto a la inestabilidad social y política, la conciencia de un presente distinto a cualquier pasado provocaron una ansiedad con respecto a la dirección y ritmo del cambio. Todo ello generaría la aparición de la nostalgia con nuevas características a las de otros momentos históricos y dieron lugar a la protección y conservación de objetos del pasado. El autor atribuye la nostalgia creciente por el pasado en las sociedades actuales a los cambios ocurridos en momentos históricos relativamente recientes (propone como ejemplo la Revolución Francesa y la Revolución Industrial) que han marcado una separación entre pasado y presente y generaron nuevas formas de esta nostalgia en la cual se retoma un apego por el pasado. La nostalgia actual afectará a la mayoría de los estratos sociales, se presentará como una rebelión contra el presente y una desconfianza hacia el futuro. También, haciendo referencia a la conservación del pasado, afirma que el interés por conservar los restos del pasado (en lugar de darles forma, imitarlos o incorporarlos de alguna manera creativa) proviene de los siglos XVIII y XIX cuando nace una conciencia de la historia que no está estructurada por un destino, donde los nacionalismos participan en la definición de una identidad popular y donde las reliquias funcionarán como garantes de la identidad nacional. A estos elementos se les sumará el sentimiento de pérdida producto de los grandes acontecimientos ya mencionado, la conciencia de una identidad individual y el redescubrimiento de yacimientos y monumentos que despertó el interés por su conservación<sup>91</sup>.

#### 4.1.1. La internacionalización del patrimonio: la UNESCO y las declaraciones de Patrimonio Mundial de la Humanidad

---

<sup>90</sup> La autora propone dejar de lado la actitud pasiva para reemplazarla por una actitud creativa para con el patrimonio que construya una nueva relación del hombre con el mundo.

<sup>91</sup> Lowenthal en su análisis también propone una visión alternativa sobre cómo comprender el pasado. Si bien sostiene que revisar el pasado implica una alteración de nuestra identidad y que eso puede resultar en una inestabilidad con respecto al presente, al futuro y a nuestras percepciones, también puede ser útil para librarnos de ciertos mitos en la construcción de ese pasado.

En la actualidad y como parte del proceso de inflación patrimonial descrito por Choay (2001 [1992]) se asiste a una internacionalización del patrimonio que se reafirmará en el transcurso del siglo XX. En efecto, a nivel internacional han surgido iniciativas para la protección y el reconocimiento de lugares y objetos patrimoniales, entre las cuales se destacan las realizadas por la UNESCO. Graham, Ashworth y Tunbridge (2000) al referirse al surgimiento de la idea de un patrimonio común a toda la humanidad, señalan que su potencial reside en su capacidad para reforzar conceptos como la igualdad humana, el destino común, la gestión compartida del mundo, el uso adecuado de recursos naturales y culturales y un imperativo de coexistencia pacífica. Por otro lado, los autores señalan que existe una convicción sobre la responsabilidad que tiene la comunidad humana sobre la productividad artística (y su protección y apoyo) a la que se le exige, también, su disponibilidad para el disfrute actual y futuro. En relación con esto surge también la idea de un patrimonio considerado común para toda la humanidad y universal que se relaciona con el desarrollo de algunas instituciones supranacionales surgidas luego de la Segunda Guerra Mundial, entre ellas la UNESCO (Graham, Ashworth y Tunbridge, 2000)<sup>92</sup>. En este punto se hará referencia brevemente a las formas en que la UNESCO fue creando e institucionalizando distinciones patrimoniales como parte culminante de un proceso histórico de reconocimiento de la condición de patrimonio de ciertos objetos y lugares.

A partir de su creación en 1945 como un organismo perteneciente a la Organización de las Naciones Unidas la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) se ocupó de la protección de algunas obras consideradas de relevancia mundial<sup>93</sup>. Como se mencionara anteriormente, en el contexto de mundialización de valores y referencias occidentales a partir de la década de 1960 la Convención relativa a la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural de la UNESCO celebrada en 1972 fija el carácter universal de ciertos bienes pasibles de ser incluidos en la Lista de Patrimonio Mundial que elabora este organismo<sup>94</sup>. Esta Convención exige que para, que un sitio pueda ser incluido en la Lista de Patrimonio

---

<sup>92</sup> Si bien en las últimas décadas del siglo XX se multiplicarían estos elementos reconocidos como patrimonio mundial, este tipo de iniciativas tiene algunos antecedentes. Uno de ellos es la Carta de Atenas, documento elaborado como resultado de la Primera Conferencia Internacional de Arquitectos y Técnicos de Monumentos Históricos convocada por la Liga de las Naciones que tuvo lugar en 1931 que se expresa, entre otras cosas, sobre la necesidad de crear instituciones internacionales para las tareas de restauración de monumentos históricos. La presión por un reconocimiento de los sitios de valor patrimonial mundial de carácter natural, por otro lado, se iniciaría con la creación de la Unión Internacional para la Protección de la Naturaleza en 1948, antecedente de la Unión Mundial para la Conservación de la Naturaleza y los Recursos Naturales (UICN) (Aa, 2005).

<sup>93</sup> Durante la década de 1960 actuó en este sentido en los casos del sitio arqueológico de Abu Simbel (Egipto) destinado a ser afectado por las inundaciones previstas con la construcción de la presa de Asuán, la ciudad de Venecia (Italia) afectada por la inundación de 1966, la ciudad de la era de bronce de Moenjodaro (Pakistán) y el templo budista de Borobodur (Indonesia), entre otros.

<sup>94</sup> El Centro de Patrimonio Mundial es el encargado de la administración de lo dispuesto en la convención. La UNESCO cuenta, además, con dos organismos que realizan la evaluación de los bienes propuestos e inscritos en la lista, estos organismos son el ICOMOS (Internacional Council on Monuments and Sites- Consejo internacional de Monumentos y Sitios) encargado de la evaluación de los bienes culturales y la UICN (World Conservation Union- Unión Mundial para la Conservación de la Naturaleza y los Recursos Naturales) encargada de los bienes naturales.

Mundial, debe constituir un sitio de “valor universal excepcional” (*outstanding universal value*). El significado de la idea de valor universal excepcional no fue explicitado ni en el texto de la Convención ni en las guías operativas hasta 2005. Esto creaba una situación de ambigüedad que fue sumamente cuestionada, especialmente porque era presentada como una condición insoslayable. Por otro lado, su ambigüedad permitía la creación de todo tipo de argumentos para justificar el carácter de único (Aa, 2005). En 2005 se introduce una definición que no supera tal ambigüedad:

“Valor universal excepcional hace referencia a la importancia cultural y/o natural que es tan excepcional como para trascender las fronteras nacionales y por ser de relevancia común para las generaciones presentes y futuras de toda la humanidad. En carácter de tal, la protección permanente de este patrimonio es de la más alta importancia para la comunidad internacional en su conjunto” (Convención de Patrimonio Mundial, 2005: 14, traducción propia).

Además de cumplir con la condición de ser un elemento de valor universal excepcional, los bienes propuestos deberían cumplir con otros requisitos. Hasta las modificaciones introducidas en 2005 los bienes deberían cumplir con al menos uno de los seis criterios mencionados para el patrimonio cultural y con al menos uno de los cuatro criterios señalados para el patrimonio natural<sup>95</sup> (los criterios utilizados para definir la inclusión de los bienes en cada caso pueden verse en los cuadros 4.1 y 4.2 del anexo 1)<sup>96</sup>. Para cada una de las categorías, además de los criterios principales señalados, los bienes propuestos deben reunir las condiciones de integridad y/o autenticidad. La definición que establece la UNESCO para la declaración de patrimonio cultural y natural queda expresada en el artículo 1 de la Convención. Así, se considera que el patrimonio cultural comprende:

- los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia,
- los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia,
- los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico

Y el patrimonio natural abarca:

---

<sup>95</sup> Sintéticamente, los bienes patrimoniales de tipo cultural incluyen manifestaciones artísticas, tradiciones, formas de asentamiento humano, etc. Los naturales abarcan manifestaciones procesos y fenómenos geológicos, biológicos o ecológicos.

<sup>96</sup> Entre las modificaciones introducidas en 2005 se encuentra la desaparición de la distinción entre patrimonio cultural y natural. Los bienes propuestos a partir de ese momento deben cumplir al menos uno de los diez criterios, producto de la suma de los requisitos establecidos.

- los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico,
- las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el hábitat de especies, animal y vegetal, amenazadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico,
- los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural

Con el tiempo, la UNESCO iría incorporando otras categorías patrimoniales respondiendo a la expansión tipológica del proceso de inflación patrimonial (Choay, 2001 [1992]). Entre estas categorías se encuentran las Patrimonio Mundial en Peligro<sup>97</sup>, Patrimonio Intangible<sup>98</sup> Itinerario Cultural<sup>99</sup> y Paisaje Cultural<sup>100</sup>. Algunas de las transformaciones en las categorías de Patrimonio de la Humanidad se explican por las críticas que recibiera la política patrimonial de la UNESCO. Sobre esta política se había observado la desigual representación en el conjunto de Patrimonio de la Humanidad de ciertos elementos que socialmente también eran reconocidos como patrimonio, entre ellos tradiciones orales, rituales, prácticas sociales, eventos festivos, conocimientos relacionados con la naturaleza, etc. (Aa, 2005). También surgió otro tipo de críticas referidas a los bienes incluidos en la Lista: la gran mayoría de ellos representaba a la cultura occidental. Un informe de 1994 presentado al Comité de Patrimonio Mundial, afirmaba que las designaciones de Patrimonio Mundial se inclinaban a favor de aquellos bienes europeos, pueblos históricos, construcciones religiosas y el mundo cristiano en detrimento de bienes prehistóricos, bienes del siglo XX, objetos vernáculos y culturas tradicionales vivas (Graham, Ashworth y Tunbridge, 2000). Considerando estos desbalances el Comité de Patrimonio Mundial solicitó a los países más desarrollados que disminuyeran el número

---

<sup>97</sup> Incluye aquellos bienes y sitios amenazados por conflictos armados, desastres naturales, contaminación y desarrollo no controlado del turismo o la urbanización.

<sup>98</sup> Hace referencia a prácticas, expresiones, conocimientos y habilidades que comunidades, grupos o individuos reconocen como propias, entre las que se encuentran tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales y festivos, conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo y técnicas artesanales tradicionales.

<sup>99</sup> Según la definición del ICOMOS (elaborada a partir de numerosas reuniones convocadas por el organismo) Itinerario Cultural hace referencia a un ámbito de circulación y de intercambio. Asimismo se considera que el itinerario cultural es un tipo específico y dinámico de paisaje cultural y que su identificación parte de un conjunto de elementos tangibles que dan testimonio del itinerario y también que la autenticidad del mismo será determinada a partir de su importancia. La inclusión de esta noción se fundamenta en la dinámica del movimiento y en la idea de intercambio. Se refiere a un conjunto de valor superior a la suma de los elementos, que le confiere sentido a este conjunto.

<sup>100</sup> Esta categoría se incorporó en 1992 y con posterioridad se definieron sus particularidades, en el marco de las reuniones convocadas por el Comité Científico Internacional sobre Paisajes Culturales dependiente del ICOMOS. Sus características se encuentran señaladas en las directrices elaboradas por la Convención (ver cuadro 4.3 en el anexo 1). En términos generales el Paisaje Cultural hace referencia en primer lugar a una interacción entre el hombre y el medio que puede tomar diferentes modalidades. Entre los distintos tipos de paisajes culturales que distingue la UNESCO se encuentran aquellos diseñados y creados por el hombre, los paisajes evolutivos (relectuales o activos) y los paisajes culturales asociativos.

de nominaciones enviadas (Graham, Ashworth y Tunbridge, 2000). Estas críticas y los cambios introducidos por el Comité explican, por ejemplo, la creación de nuevas categorías como la de Patrimonio Intangible. Así, la UNESCO, a la vez que atendía a las demandas por el reconocimiento de tal o cual objeto, lugar o manifestación cultural, también establecía los argumentos (a través de la creación de sus diferentes categorías patrimoniales) para la multiplicación de elementos destacables desde el punto de vista patrimonial.

la UNESCO adoptó el proceso de nominación a las formas participativas vigentes en la actualidad en los diferentes ámbitos de la gestión, ya mencionadas en el capítulo 2. Hasta 1998 la UNESCO desalentaba todo de tipo de participación de la población, apoyando, en cambio, el manejo centralizado de todo el trámite de nominación. A partir de aquel año, las recomendaciones se orientarían a sugerir la inclusión de la población local en el proceso de nominación, argumentando acerca de la conveniencia de que la población local se sintiera parte del proceso compartiendo con los organismos de gobierno la responsabilidad de proteger el sitio (Aa, 2005). Esto aparece claramente explicitado en la normativa asociada a la nominación de paisajes culturales (artículo 41). En este sentido se orientó el proceso de patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca que será abordado en el capítulo 9.

#### **4.2. Las formas tradicionales de concebir el patrimonio. El patrimonio como esencia de la identidad y la cultura**

Algunos autores han considerado el carácter polisémico del patrimonio en la actualidad (Prats, 1998) señalando la multiplicidad de significados que se encuentran asociados al mismo, en comparación a lo que constituía hasta hace pocas décadas sólo un término legal que daba cuenta de un legado recibido a partir de la muerte de un ancestro (Graham, Ashworth y Tunbridge, 2000: 17). En la actualidad, la palabra patrimonio se utiliza para hacer referencia a cualquier tipo de intercambio o relación intergeneracional, sea bienvenida o no, que involucre tanto sociedades como individuos (Graham, Ashworth y Tunbridge, 2000: 17).

Los estudios que abordan la relación entre turismo y patrimonio, en términos generales, acuerdan en definir al patrimonio como el conjunto de todos aquellos elementos o manifestaciones materiales o inmateriales que constituyen el acervo de las sociedades, señalando que este patrimonio incluye aquellos elementos que han sido reconocidos por organismos oficiales mediante una designación, y también aquellos que no (aunque cuenten con el reconocimiento de la sociedad en cuanto tal).

El interés por caracterizar este tipo de visiones en este trabajo remite a: 1. conocer cuáles son las ideas vigentes en torno a la relación entre turismo y patrimonio y las formas de entender la relación<sup>101</sup>, dado que las mismas orientarán el accionar y 2. elaborar una

---

<sup>101</sup> En estas miradas tradicionales, lo que existe en rigor son formas predominantes de entender el patrimonio y su relación con el turismo. Los trabajos que son adscriptos a estas visiones

conceptualización que permita abordar esta relación en otros términos, que dé lugar a un análisis en profundidad del mismo.

La diferencia fundamental en el tratamiento del vínculo entre patrimonio y turismo reposa en las formas como se entiende y conceptualiza esta relación. En este sentido dentro de este trabajo<sup>102</sup> se han definido dos grandes enfoques: la visión tradicional, que ve el patrimonio como esencia de la identidad y la cultura, y la visión crítica, que considera el patrimonio como resultado de un proceso social.

En este punto se realizará una caracterización de lo que se denomina visión tradicional sobre el patrimonio, donde éste es visto como la esencia de la identidad y la cultura, es transparente en tanto representación de estos elementos y supone un consenso: existe un acuerdo en torno a cuáles son los elementos que conforman el patrimonio de un grupo determinado. Estas visiones se encuentran ampliamente presentes en los estudios sobre turismo y patrimonio.

Para estas visiones tradicionales, la elección de los elementos que detentan un carácter patrimonial resulta obvia, en tanto no existirían dudas al momento de reconocer ciertos elementos como referentes identitarios y culturales de un grupo social determinado. Este tipo de visiones forma parte de una gran cantidad de estudios realizados desde el turismo y suele ofrecer una definición de patrimonio clasificándolo en natural, cultural, material e inmaterial. Pero si bien se coincide en dividir al patrimonio según la “naturaleza” (cultural/natural) de sus elementos, no siempre se enumeran los mismos elementos constituyentes ni se proponen la misma división del patrimonio<sup>103</sup>.

Este tipo de clasificaciones suele caracterizar los trabajos orientados a pensar formas efectivas de valorización turística del patrimonio; en estas propuestas operativas o normativas, las definiciones y clasificaciones sobre el patrimonio son heredadas de aquellas que presentan algunos organismos internacionales que se relacionan con el

---

tradicionales no tienen por meta la realización de una conceptualización con respecto a este tema y rara vez remiten a una conceptualización. En algunos casos sólo existe la referencia a una simple definición. Aquí se retoman las definiciones explícitas o implícitas que aparecen en los mismos, para tratar de reconstruir las formas de entender la relación entre patrimonio y turismo.

<sup>102</sup> Esta división reconoce antecedentes en: Troncoso y Almiron (2004a y 2004b) y Troncoso y Almirón (2005).

<sup>103</sup> Por ejemplo, para Timothy y Wall el patrimonio natural incluye “remanentes del entorno físico del pasado y procesos geológicos entre los que se encuentran, por ejemplo, los glaciares, las montañas, los ríos, cañadones y bosques”; por su parte, el patrimonio cultural incluye “tesoros artísticos, tradiciones musicales, costumbres, folklore, celebraciones, actividades religiosas, idiomas y formas de vida. Esto incluye celebraciones culturales, prácticas religiosas, costumbres sociales, patrones agrícolas, e incluso a la propia población local” (1997: 194). Para Fernández y Guzmán Ramos el patrimonio cultural “incluye no sólo los monumentos y manifestaciones del pasado (sitios y objetos arqueológicos, arquitectura colonial e histórica, documentos y obras de arte), sino también lo que se llama patrimonio vivo; las diversas manifestaciones de la cultura popular (aborigen, regional, popular, urbana), las poblaciones o comunidades tradicionales, las lenguas indígenas, las artesanías y artes populares, la indumentaria, los conocimientos, valores, costumbres y tradiciones, características de un grupo o cultura” (2002: 2).



patrimonio (fundamentalmente la UNESCO<sup>104</sup>), las que aparecen como fuentes de autoridad a las cuales se recurre para adoptar definiciones en torno al patrimonio y también al turismo.

En estas formas de entender el patrimonio es frecuente establecer relaciones entre patrimonio e identidad o patrimonio y cultura, o entre los tres. La vinculación entre estos elementos estaría dada por la capacidad que el patrimonio tiene para vehicular ciertos componentes identitarios de determinados grupos<sup>105</sup>.

Desde estas miradas, el patrimonio también es definido como un elemento vinculado a la herencia, un legado que se transmite de una generación a otra (Ballart Hernández y Juan i Tresserras, 2001; Nuryanti, 1996; Teo y Huang, 1995; Timothy y Wall, 1997). Así, el patrimonio permite establecer un vínculo entre el presente y el pasado<sup>106</sup>. Esta forma de entender la relación supone que el pasado tiene un rol central y activo, en tanto él decide qué cosas pasarán en forma de legado hacia el presente, La sociedad, por otro lado, en un rol pasivo recibe ese legado incuestionado. En estas visiones, también en el presente se estaría creando el patrimonio que eventualmente será legado a las generaciones futuras (Coca Pérez, 2002; Cornero, del Río y Curetti, 2002). Cabe destacar que lejos de la visión estática de patrimonio que ofrece la caracterización hasta aquí realizada, algunos autores afirman que el patrimonio no es sólo lo que se hereda sino también lo que se modifica en el transcurso del tiempo (Martín de la Rosa, 2003; Salemme, Canale, Daverio y Vereda, 1999; Venturini, 2002), señalando que las generaciones no transmiten un absoluto recibido del pasado, sino un legado en constante reformulación.

Desde estas posturas, son las características del propio elemento patrimonial las que explican su relevancia o trascendencia. En efecto, varios autores otorgan importancia a las características de los objetos o al contexto de producción de los mismos como rasgos que le otorgan valor y sentido al patrimonio<sup>107</sup>. El contexto de uso y producción del

---

<sup>104</sup> La clasificación de la UNESCO entre bienes materiales e inmateriales y naturales y culturales es una de las más adoptadas, así como la definición que da contenido a cada una de las categorías.

<sup>105</sup> Gran parte de los autores entienden el patrimonio como evidencia, síntesis, sustituto de la identidad y la cultura. Así, lo consideran como “la síntesis de los valores identitarios de una sociedad que los reconoce como propios” (Fernández y Guzmán Ramos, 2002: 1) o la “expresión de la identidad” (Venturini, 2002: 2). Para Salemme, Canale, Daverio y Vereda el patrimonio “es la evidencia de la cultura, aquella parte de la cultura que se ha podido conservar” (Salemme, Canale, Daverio y Vereda, 1999: 62), mientras que para Martín de la Rosa es “un sustituto de la cultura” (Martín de la Rosa, 2003: 157) y para Nuryanti es “parte de la tradición cultural de una sociedad” (Nuryanti, 1996: 249).

<sup>106</sup> Para Nuryanti el patrimonio es “un medio de transporte de valores del pasado” (Nuryanti, 1996: 249). Por su lado, Ballart Hernández y Juan i Tresserras consideran que éste “actúa de nexo entre generaciones, vincula al pasado con el presente” (Ballart Hernández y Juan i Tresserras, 2001: 13). Para Barreto es un nexo “de los pueblos con su pasado” (Barreto, 2003: 52). De esta manera, el patrimonio es visto como un elemento que se desplaza a través del tiempo (del pasado al futuro) relacionando a las distintas generaciones.

<sup>107</sup> Ballart Hernández y Juan i Tresserras entienden el valor del patrimonio de esta manera cuando afirman que “el patrimonio vale por lo que atesora –sus cualidades o virtudes, quizá virtualidades– así como por las utilidades que pueda tener, es decir, su valor como recurso” (2001: 24). Sin

patrimonio es una dimensión que toma relevancia para valorizarlo especialmente en la exhibición e interpretación del mismo. La información que se ofrece sobre un objeto patrimonial en términos de cuándo, cómo y para qué fue elaborado y utilizado colabora en la interpretación que se brinda sobre ese elemento, y en ese sentido, se señala que el contexto de estos objetos es esencial en la definición del valor de los mismos<sup>108</sup>.

El reconocimiento consensuado de cuáles son los elementos patrimoniales, deja el camino libre a los autores para pensar las formas en que se actuará frente a ese patrimonio (cómo se protegerá, cómo se dará a conocer, cómo se valorizará turísticamente). En otras palabras, la desproblematización de la definición de qué es patrimonio, cuáles son los criterios por los cuales se selecciona, quiénes seleccionan, a quiénes representa ese patrimonio constituye una base sólida a partir de la cual avanzar hacia la definición de líneas de acción normativas con respecto al mismo. Esta solidez la otorgan los organismos competentes en la materia, los cuales a partir de una necesidad concreta de actuar, aconsejar o evaluar, también desproblematizan los aspectos señalados más arriba.

#### **4.3. Las miradas críticas. El patrimonio como resultado de un proceso social**

A diferencia de las propuestas tradicionales, las miradas que conciben al patrimonio como resultado de un proceso social no se preocupan por ceñirse a las clasificaciones del patrimonio y, en más de un caso, han aportado elementos para cuestionarlas. Así, Prats abandona la división entre patrimonio natural y cultural, acentuando el carácter social y cultural de todo patrimonio, afirmando que el concepto de patrimonio cultural abarca “lo que comúnmente se conoce como patrimonio natural, en la medida en que se trata de elementos y conjuntos naturales culturalmente seleccionados” (1998: 63).

En estas miradas predomina una búsqueda por comprender las formas en que se define el patrimonio (no sólo conceptualmente, sino socialmente, en el sentido de cómo ciertos elementos pasan a ser considerados patrimonio por un grupo). En este sentido, algunos autores plantean que no existe otro tiempo que el presente a la hora de definir qué elementos constituyen patrimonio: desde el presente se mira hacia el pasado para seleccionar elementos en función de propósitos y necesidades actuales de una sociedad. En el mismo sentido, también será desde el presente que se vislumbra un futuro (imaginado), que asume para las generaciones futuras ciertas necesidades patrimoniales. En síntesis, los diferentes elementos patrimoniales cobrarían sentido en cuanto tal en (y desde) el presente (Graham, Ashworth y Tunbridge, 2000)<sup>109</sup>.

---

embargo, a pesar del énfasis puesto en las características intrínsecas de los objetos, los autores muestran una preocupación por dar cuenta del contexto actual de valorización del patrimonio.

<sup>108</sup>Ballart Hernández y Juan i Tresserras plantean que para mantener el valor patrimonial de los objetos, éstos no deben perder una cierta relación con el contexto de producción y de uso (2001). De aquí los intentos por evitar la descontextualización del patrimonio que puede darse mediante su mercantilización, por ejemplo, a través del turismo.

<sup>109</sup> Lowenthal afirma que “cada generación determina su propio legado, eligiendo lo que quiere descartar, ignorar, tolerar o atesorar y la manera de tratar lo que está guardado” (1985: 505) y que

Esto lleva a pensar en el tema del valor de los elementos patrimoniales. En estas posturas y según lo señalado por Graham, Ashworth y Tunbridge (2000) el valor atribuido a los objetos patrimoniales “reposa menos en su mérito intrínseco que en un conjunto complejo de valores, demandas e incluso moralidades contemporáneas” (Graham, Ashworth y Tunbridge, 2000: 17). Esto es claramente diferente a pensar que el valor de los elementos patrimoniales proviene de las cualidades intrínsecas del objeto o del contexto de producción y de uso. En efecto, si bien la información o interpretación que se brinda sobre un objeto patrimonial permite su reconocimiento como tal por un público no conocedor en la materia, esto no explica el valor del objeto en un presente ni porqué la sociedad actual valoriza ese elemento que viene de un pasado o de otra cultura<sup>110</sup>.

Por esto Graham, Ashworth y Tunbridge (2000) eligen conceptualizar al patrimonio como representación, como uno de los mecanismos a través de los cuales se produce y reproduce significado. También consideran que el patrimonio es capaz de ser interpretado de diferentes maneras dentro de una misma cultura en un momento determinado, así como entre culturas y a lo largo del tiempo. Esta forma de concebirlo tiene en cuenta los diferentes usos y significados que se le pueden atribuir simultáneamente. De esta manera, se alejan de una definición del patrimonio basada en una dimensión que pone la atención en los objetos<sup>111</sup>.

Sin embargo, la dimensión material no es intrascendente a la hora de comprender los procesos de patrimonialización y valorización turística. Otorgándole un rol importante pero sin caer en un fetichismo de estos objetos, Lowenthal afirma que “la memoria y la historia derivan de las permanencias físicas y, a la vez, ganan énfasis con ellas. Las supervivencias tangibles proporcionan una vívida inmediatez que nos ayuda a estar seguros de que hubo un pasado en realidad. Claro que las permanencias físicas tienen sus limitaciones a la hora de proporcionar información: en sí son mudas y requieren interpretación...” (Lowenthal (1998 [1985]):16).

Desde estas miradas el patrimonio es concebido como un proceso de construcción social e implica una selección de ciertos elementos que lo conformarán. A continuación se verán con detalle cuáles son los mecanismos por los cuales se lleva adelante la selección de aquellos elementos que serán considerados y consagrados como patrimonio.

---

las reliquias y residuos del pasado “están marcados de forma creciente por los matices del hoy” (1985: 8).

<sup>110</sup> Al respecto García Canclini afirma que “las representaciones culturales, desde los relatos populares a los museos, nunca presentan *los hechos*, ni cotidianos ni trascendentales; son siempre re-presentaciones, teatro, simulacro. Sólo la fe ciega fetichiza los objetos y las imágenes creyendo que en ellos se deposita la verdad” (1999: 32).

<sup>111</sup> En el mismo sentido se expresa Harrison cuando afirma que “las narrativas sobre el patrimonio y el dominio que el patrimonio abarca son cuestionados porque no hay nada intrínsecamente sacrosanto en las construcciones, la naturaleza o las prácticas culturales” (Harrison, 2004: 287).

#### 4.3.1. El proceso de patrimonialización: la activación patrimonial y la creación de referentes simbólicos de la identidad

Para Prats (1998) el patrimonio es una invención y una construcción social. Su carácter de invención reposa en la capacidad que tiene de generar discursos sobre la realidad que pueden ser naturalizados y utilizados por el poder político. Por otro lado, este autor entiende el patrimonio como construcción social en la medida en que se relaciona con procesos de legitimación o de asimilación social de los discursos que genera, los que pueden ser asimilados socialmente con mayor o menor grado de alteración. Para el autor, el origen del patrimonio remite a un proceso de legitimación de referentes simbólicos a partir de fuentes de autoridad extraculturales o más allá del orden social, esenciales e inmutables. Estas fuentes, también denominadas criterios constituyentes<sup>112</sup> son la naturaleza, la historia y la genialidad<sup>113</sup>. El autor propone pensar estos criterios como los lados de un triángulo dentro del cual se integran los elementos potencialmente patrimonializables que podrán integrar repertorios patrimoniales una vez activados. La definición de qué elementos podrían ser patrimonializables se relaciona con “los valores hegemónicos cambiantes, con las autoridades disciplinarias y corporativas socialmente sancionadas, y en definitiva con la ratificación social de los criterios de selección y activación” (1998: 66). Este conjunto de elementos potencialmente patrimonializables conformará un pool, una colección hipotética de los posibles referentes patrimoniales.

Estos repertorios patrimoniales serán activados por versiones ideológicas de la identidad (considerada también como una construcción social y un hecho dinámico). Es por ello que afirmará que toda formulación de la identidad es una versión posible que necesitará de referentes patrimoniales y que junto a esta versión pueden existir otras (en una relación de complementariedad, oposición o desconocimiento mutuo). Estas versiones serán activadas a partir de la elección de referentes del pool y la articulación de los mismos en un discurso que queda avalado por la sacralidad de los referentes. En este sentido, ninguna activación patrimonial es neutra o ingenua. La correlación entre intereses, valores y un determinado contexto histórico permitirán entender estas activaciones patrimoniales como estrategias políticas. Así, la activación patrimonial quedará en manos de individuos con ciertos valores, ideas, intereses que pretenderán naturalizar estos procesos presentándolos como resultado de una acción colectiva.

Santana Talavera (2002) también enfatiza en la idea de patrimonio como resultado de un proceso social de selección, lo que permite pensarlo como interpretable y recreable, y es por ello que sostiene que es importante que ese patrimonio se muestre como algo

---

<sup>112</sup> Existen otros criterios que con frecuencia son señalados como intervinientes en la definición de estos repertorios patrimoniales como la obsolescencia, la escasez y la nobleza; con respecto a ellos Prats les otorga el carácter de criterios concomitantes en tanto no son esenciales en la definición de este repertorio.

<sup>113</sup> La naturaleza es considerada una fuente de autoridad extracultural en la medida en que escapa al control humano, desplegando poderes que no responden al orden social; la historia, el pasado, es fuente de autoridad también al estar fuera del alcance del tiempo presente (el que puede ser dominado) aunque estableciendo lazos de filiación con ese presente; por último, la genialidad hace referencia a la excepcionalidad cultural de ciertos individuos que trascienden las reglas y también desafían el orden social.

coherente y responda a una visión sobre el pasado. Lowenthal (1999 [1995]) afirma que el patrimonio, si bien toma elementos de la historia, se diferencia de ésta en que no constituye una versión del pasado que pueda ser contrastada, ni siquiera que sea creíble porque el patrimonio descansa más en una “fe revelada” que en una prueba racional; además señala que, tanto a nivel colectivo como individual, existe una necesidad de recordar (aun cuando ese recuerdo sea erróneo al ser contrastado con otras formas de conocer el pasado –la historia, por ejemplo-) para preservar la identidad. También el autor enumera las formas en las cuales el pasado se altera con fines patrimoniales. Así, el patrimonio *mejora* el pasado; lo *actualiza*, a través de una lectura anacrónica del mismo desde el presente; lo *transforma* en una mezcla sin orden, reuniendo sincrónicamente elementos del pasado; *olvida selectivamente*, desechando algunos elementos; *inventa genealogías* para satisfacer linajes místicos y *alega precedencias* con la intención de justificar posesiones, superioridad o virtudes.

Los procesos de selección que involucra el patrimonio serán llevados adelante por individuos concretos guiados por ciertos intereses, ideas, intenciones (concientes o no) en la búsqueda de definir una identidad. En esta selección se verán involucrados elementos del pasado como también del presente, en la medida en que en la actualidad el patrimonio no se limita exclusivamente a reconocer como representativos elementos de otros momentos históricos con los cuales las sociedades presentes tienen conexión. Esta selección patrimonial también estará guiada cada vez más por intereses comerciales, en la medida en que el patrimonio comienza a ser con creciente frecuencia un elemento consumido en las sociedades actuales (a través de varias prácticas, entre ellas el turismo). En relación con esto, interesa conocer quiénes y cómo participan en estos procesos de selección patrimonial.

#### 4.3.2. Los actores involucrados en los procesos de patrimonialización. Poder político, poder económico y saber científico

Para Prats (1998) los poderes constituidos activarán los repertorios patrimoniales, principalmente el poder político (el Estado o poder político informal). El autor afirma que el poder económico no está interesado en crear versiones de la identidad y la sociedad civil puede activar repertorios patrimoniales pero siempre estando avalados por el poder político. Por este motivo Prats afirmará que sin poder político no existe el patrimonio. Una vez que los repertorios patrimoniales son activados pasan a constituir una versión de la identidad. Cada una de las diferentes versiones de la identidad representadas en los repertorios patrimoniales activados constituyen la expresión de diferentes *nosotros del nosotros* (versiones acerca de la identidad propia) y su eficacia se mide por la cantidad y calidad de adhesiones que suscita. Esta sería la *dimensión política* que involucra la patrimonialización, relevante a la hora de comprender la patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca (capítulo 9).

La *dimensión económica* involucrada en la patrimonialización se refiere a los cambios ocurridos luego de la Segunda Guerra Mundial con el advenimiento de nuevas formas de ocio (el turismo) y la revolución en las telecomunicaciones (especialmente la televisión). Estos cambios han permitido que todo pueda transformarse en un artículo de consumo,

incluyendo el patrimonio. Con la espectacularización de la realidad y la masificación del turismo se produce un cambio cualitativo y cuantitativo en la asociación entre turismo y patrimonio: los destinos clásicos se adaptan a la nueva demanda y se produce una activación de nuevos repertorios patrimoniales (proceso que en gran medida caracteriza lo que acontece en la Quebrada). En este proceso, las activaciones de repertorios patrimoniales (nuevas y viejas) se miden no por la cantidad y calidad de sus adhesiones sino por el consumo. Éste sería un nuevo tipo de activación patrimonial cuya motivación no es identitaria sino turística y comercial y que tendrá un rol destacado en los procesos analizados para el caso de la Quebrada. Los referentes que se activan no responden a un *nosotros del nosotros* sino a un (*sin los*) *nosotros de los otros*, es decir, a una imagen externa estereotipada que se tiene de la identidad desde los centros emisores de turismo, o sea, versiones “ajenas” acerca de la propia identidad. Esto se vincula con el concepto de **etnicidad reconstruida** de MacCannell, el cual hace referencia a la creación de una etnicidad para el turismo como producto de un esfuerzo de las sociedades receptoras por satisfacer la demanda turística, en tanto en la actualidad las culturas exóticas se convierten en atractivos turísticos clave en un contexto cultural occidental (MacCannell, 1992 [1981]). Esto puede provocar confrontaciones de la lógica turística-comercial y la identitaria y hasta podría dar lugar a la reformulación de la identidad en tanto se adopten como propias las imágenes externas generadas a partir del turismo (esto también remite a la discusión sobre autenticidad ya desarrollada en el capítulo anterior).

La tercera dimensión incluida en la patrimonialización (también de relevancia en el caso de la patrimonialización de la Quebrada), *la dimensión científica*, refiere al rol de los científicos en los procesos de selección, en tanto estos cuentan con la capacidad de proponer interpretaciones y significados para establecer nuevos repertorios patrimoniales, también en función de intereses propios vinculados al prestigio o la subsistencia (Prats, 2005). Esta selección, por otro lado, y más allá de intereses profesionales, estará también orientada por aquellos intereses, valores, preocupaciones que son comunes en las sociedades de origen de estos profesionales, agregando nuevas variables a las definiciones y el carácter cambiante del patrimonio<sup>114</sup>.

Más allá de la diversidad de actores involucrados, varios autores señalan las posibilidades de surgimiento de conflictos en torno al patrimonio. Por un lado, si se entiende al patrimonio formando parte de una versión hegemónica de la identidad o la cultura, esto permite pensar en versiones no hegemónicas o alternativas. En este sentido, el patrimonio podría pensarse como un espacio de conflicto, lucha, tensión y negociación entre diferentes sectores por hacer prevalecer *su* versión del patrimonio. Necesariamente esta forma de comprender el patrimonio debería atender a las relaciones de poder entre los grupos involucrados. Esto también permite pensar en la existencia de aquellas otras interpretaciones o significados otorgados al patrimonio por los distintos sectores o grupos que no fueron “oficializadas”. Así, lo que se define como patrimonio -muchas veces

---

<sup>114</sup> Como afirma Harrison: “It would be comforting if museum curators and archaeologists could define once and for all what is of world importance, of universal value. Unfortunately, despite occasional claims to the contrary, this is not possible. Like ‘lay’ members of society, they too are social products of their time, of their cultures, and they too are in the business of articulating stories, from their own perspective” (Harrison, 2004: 288).

presentado como algo de valor universal y homogéneo para una sociedad-, puede no ser compartido por diferentes sectores o grupos (Cheung, 1999; García Canclini, 1999; Graham, Ashworth y Tunbridge, 2000; Miranda Noriega, 2003; Prats, 1998; Rotman, 2002; Waitt, 2000)<sup>115</sup>.

En relación con esto Graham, Ashworth y Tunbridge (2000) afirman que el patrimonio es una arena de conflictos en dos sentidos. Por un lado, por los usos distintos e incompatibles a los cuales está expuesto: unos organizados bajo una lógica cultural (en tanto elementos que se reconocen vinculados a la identidad) y otros bajo una lógica económica (como productos consumidos, entre otras prácticas, a través del turismo), dejando al patrimonio como un ámbito en el que confluyen dos dominios: el cultural y el económico. Por otro lado, el patrimonio es una arena de conflicto debido a los diversos significados que pueden atribuírseles. Los autores afirman que el control de medios de representación ejercido por ciertos grupos es crucial para establecer los límites de significado para el resto de los grupos de una sociedad, universalizando sus propias verdades culturales. Sin embargo, afirman que este proceso de imposición de valores por parte de una elite sobre un grupo subordinado a través del patrimonio no es tan simple ni directo. En general, existen varias ideas que “son comunicadas con distinto grado de éxito a otros que pueden o no recibir el mensaje tal como fue querido que sea recibido” (2000: 24). Estas ideas introducen el desarrollo conceptual que utilizan los autores en torno a la *heritage dissonance*. Ésta remite a la falta de acuerdo y consistencia del significado del patrimonio. Y afirman que esto es intrínseco a la naturaleza del patrimonio porque éste está sometido a procesos de consumo por ciertos actores (turistas, fundamentalmente) mientras que para otros ese patrimonio puede revestir el carácter de sagrado; y por otro lado, por la suma cero implicada en el patrimonio: lo que pertenece a uno lógicamente no pertenece a otro; así la creación de determinado patrimonio de forma activa o potencial excluye a aquellos que no suscriben al (o adoptan el) significado otorgado a ese patrimonio<sup>116</sup>.

---

<sup>115</sup> García Canclini le atribuye al patrimonio la capacidad de reproducir diferencias sociales y hegemonía. Para él además, el patrimonio es un espacio de lucha material y simbólica (entre etnias, clases o grupos): “el patrimonio está atravesado por la acción de tres tipos de agentes: el sector privado, el Estado, y los movimientos sociales. Las contradicciones en el uso del patrimonio tienen la forma que asume la interacción entre estos sectores en cada período” (1999: 19). Para Rotman (2002), los distintos sectores de la sociedad participan de forma diferencial en la construcción y selección patrimonial y la apropiación social de ese patrimonio. También, Waitt (2000) afirma que el pasado está abierto a un proceso de negociación en donde la interpretación otorgada por los distintos sectores compite por ser designada como patrimonio.

<sup>116</sup> Algunos análisis de los procesos de valorización turística del patrimonio han advertido sobre los conflictos suscitados entre diferentes actores y la multiplicidad de significados involucrados en la definición del patrimonio. Cheung (1999) por ejemplo, analiza la disputa por el significado y los intereses involucrados en la valorización turística del Ping Shan Heritage Trail en Hong Kong concluyendo que el patrimonio no constituye una representación monolítica y que es necesario estudiar las relaciones que se establecen en el turismo más allá de la vinculación entre turistas y población local, considerando los distintos actores que actúan en el destino como las agencias y organismos vinculados al turismo. Teo y Huan (1995) por otro lado, han analizado la pérdida de identificación de algunos sectores de la población local de Singapur con aquellos elementos legitimados como patrimonio del centro de la ciudad una vez que son valorizados por (y transformados para) el consumo turístico y el consecuente alejamiento de esta población del área.

Lo presentado en este punto complementa las miradas críticas, desde las cuales el patrimonio es considerado una representación simbólica de una versión de la cultura y la identidad, producto de un proceso social de selección definido por valores, demandas e intereses contemporáneos, que es llevado a cabo por actores concretos, con intereses concretos y con poder suficiente para hacerlo prevalecer. En estas concepciones se contempla la existencia de otras versiones de la cultura y de la identidad que no formarán parte de ese patrimonio presentado como universal, ya que el patrimonio incluye tanto como excluye (Lowenthal, 1999 [1995]; Graham, Ashworth y Tunbridge, 2000). De esta manera se supera el inmovilismo otorgado al patrimonio en las visiones más tradicionales, que lo conciben como un referente unívoco de la identidad y la cultura de un grupo homogéneo y armónico.

#### **4.4. Atractividad y valorización turística del patrimonio**

El patrimonio puede constituir un atractivo turístico y de hecho crecientemente en las sociedades actuales se lo valoriza como tal; en este sentido, el patrimonio reúne todas las características que han sido mencionadas en relación con los atractivos turísticos en general, aunque posee atributos específicos: el presunto valor universal, el carácter compartido y consensuado, el ser producto de una decisión unánime en su patrimonialización, el ser la vía de acceso a un conjunto de significados sociales y culturales que van más allá del lugar u objeto de que se trate. Esto convierte al patrimonio en un recurso turístico de primer nivel.

La valorización turística del patrimonio ha sido considerada como un segundo proceso de selección de ciertos elementos patrimoniales para su consumo turístico (Almirón, Bertonecello y Troncoso, 2006): a la selección generada en los procesos de patrimonialización señalados en este capítulo le seguiría una selección de aquellos elementos patrimoniales que serán valorizados por el turismo en tanto atractivos. Es posible, entonces, pensar el turismo como una práctica que resignifica el patrimonio a partir de procesos sociales de construcción de atractividad turística. También, es posible reconocer que a través de la práctica turística, el patrimonio entra al mercado para ser consumido como mercancía.

La articulación entre patrimonialización y valorización turística permite pensar nuevas cuestiones en relación con lo ya señalado en torno al proceso de patrimonialización: si la patrimonialización en sí constituye un proceso social conflictivo, su articulación para el turismo puede representar una segunda instancia de conflicto en tanto los sentidos que el patrimonio pueda tener para distintos sectores de la sociedad pueden ser redefinidos, o incluso desconocidos o descartados, por la valorización turística del mismo (Almirón, Bertonecello y Troncoso, 2006).

Esta articulación entre turismo y patrimonio es mayor en la actualidad, donde la mercantilización de la cultura en general es un proceso consolidado (Featherstone, 2000 [1991]). En vinculación con lo anterior Graham, Ashworth y Tunbridge (2000) han señalado la dualidad del patrimonio, en tanto constituye a la vez un recurso económico y



cultural. Esta dualidad implica una tensión continua, en la medida en que ambas esferas (la económica y la cultural) estarán permanentemente en conflicto. Por otro lado, ambos dominios del patrimonio están vinculados, porque dependen de la conservación de objetos del pasado y de los significados culturales que se le atribuyen a estos objetos.

#### 4.4.1. Las visiones en torno a la positividad y negatividad de la valorización turística del patrimonio

La relación que se establece entre turismo y patrimonio, a partir de la valorización del patrimonio como atractivo turístico, en algunas ocasiones ha estado marcada por interpretaciones que se mueven dentro de una dicotomía que oscila entre una visión positiva y una visión negativa sobre esta relación. La positividad o negatividad que adquiere este vínculo gira en torno a tres cuestiones: la posibilidad que brinda el turismo de dar a conocer el patrimonio a la sociedad; el vínculo entre turismo y patrimonio a partir de las posibilidades de conservación del patrimonio y la capacidad de generar recursos que brinda la valorización turística del patrimonio.

Una idea instalada con fuerza en la literatura es la falta de valorización de objetos o sitios patrimoniales y la posibilidad que presentaría el turismo de constituirse en una vía para valorizar el patrimonio (o activar, revalorizar, optimizar, restaurar, rescatar, rehabilitar, según las varias expresiones que se utilizan en la literatura)<sup>117</sup>. En estas propuestas el turismo es considerado como el asociado necesario para la valorización de los elementos patrimoniales de un lugar. El turismo actuaría como un vínculo entre la sociedad y el patrimonio en la medida en que constituiría el medio por el cual la sociedad se pone en contacto, conoce, comprende, aprecia el patrimonio.

Asimismo, la conservación plantea otros debates en torno a las relaciones entre turismo y patrimonio. Las referencias a una tensión entre conservación y uso turístico del patrimonio también son habituales en la literatura<sup>118</sup> y en general se afirma que la creciente mercantilización turística del patrimonio es una posible amenaza que puede deteriorarlo o incluso destruirlo<sup>119</sup>.

En este sentido, se propone que el patrimonio no tiene que convertirse únicamente en una mercancía, ya que su mercantilización turística llevada al extremo, provocaría la

---

<sup>117</sup> Ejemplos de este planteo pueden encontrarse en los siguientes trabajos: Cicchini y Escobar, 2002; Cornero, del Río, y Curetti, 2002; Edwards y Llundud i Coit, 1996; Fernández y Guzmán Ramos, 2002; Huber y Giacobone, 2001; Lolich, 2002; Prados Pérez, 2003; Rivero, 2002; Salemme, Canale, Daverio y Vereda, 1999; Venturini, 2002.

<sup>118</sup> Esto ha sido señalado en numerosos trabajos, por ejemplo, en Ballart Hernández y Juan i Tresserras, 2001; Cicchini y Escobar, 2002; Cornero, del Río, y Curetti, 2002; Timothy y Wall, 1997; Daniel Villa, 2001; Drost, 1996; Fernández y Guzmán Ramos, 2002; Graham, Ashworth y Tunbridge, 2000; López- Guzmán Guzmán y Lara de Vicente, 2003; Torres Moré, 2003; Pérez Diestre, 2002; Prados Pérez, 2003; Salemme, Canale, Daverio y Vereda, 1999; Venturini, 2002.

<sup>119</sup> Esto es lo que advierten algunos estudios, como, por ejemplo, los de Borg, Costa y Gotti (1996) y Russo (2002), que afirman que el incremento del turismo en algunas ciudades europeas ejerce una presión que pone en peligro la integridad ambiental y cultural de las mismas.

destrucción del recurso en el cual esta mercantilización se basa. Si el uso económico del patrimonio va acompañado de un uso de tipo “cultural”, se afirma, se podrá evitar la pérdida de relación con el contexto y el significado original (Ballart Hernández y Juan i Tresserras, 2001; Daniel Villa, 2001) logrando “mantener intacto su valor patrimonial en el presente” (Ballart Hernández y Juan i Tresserras, 2001: 22). Además, numerosos han sido los reclamos sobre las consecuencias de la mercantilización del patrimonio para las comunidades de las cuales ese patrimonio constituye una representación identitaria. En este sentido, desde el ámbito académico y de la gestión se han planteado los peligros que el turismo ejerce sobre la identidad de ciertos grupos, así como también las consecuencias a partir de su exposición, la invasión a su intimidad, etc.

Estas cuestiones negativas de la valorización turística del patrimonio llevan a proponer que es necesario reunir esfuerzos para alcanzar un equilibrio entre conservación y mercantilización turística, en una relación que permitiría asegurar el mantenimiento del bien, y aprovecharlo como recurso turístico<sup>120</sup>. Según estas propuestas, posibilitando y sosteniendo esta situación de equilibrio, parte de los beneficios generados por el consumo turístico del patrimonio deberían destinarse para la gestión y protección del mismo.

En relación con esto, existe un acuerdo general que acepta que la tensión entre protección y consumo turístico del patrimonio se resuelve en el marco de la sustentabilidad, es decir, a partir del desarrollo de un turismo de tipo sustentable. Esto evitaría los daños que el turismo puede causar al patrimonio, a la vez que posibilitaría el desarrollo de ciertas formas de protección de este último.

Asimismo, la valorización turística del patrimonio puede generar recursos económicos, que más allá de que puedan ser destinados a la conservación del patrimonio, también pueden utilizarse como una forma de obtener ingresos para la población local. Estas son las propuestas de pensar el turismo patrimonial como forma de desarrollo (en general pensado como desarrollo local). Es por ello que, la idea de la capacidad de generar y multiplicar beneficios que tiene el turismo está presente con fuerza en los trabajos que realizan propuestas de desarrollo del turismo a partir de elementos patrimoniales<sup>121</sup>, donde el turismo aparece evaluado como la mejor o única opción en tanto práctica que estimulará la expansión de actividades económicas que crearán beneficios apropiables por la población local. En estas propuestas el desarrollo sustentable aparece como la garantía para una articulación positiva entre turismo y patrimonio, en donde el turismo

---

<sup>120</sup> Ejemplo de esta propuesta es lo que sostiene Prados Pérez (2001): “se trata, en definitiva, de lograr un equilibrio entre patrimonio y turismo, evitando la sobrecarga turística y estableciendo limitaciones de uso, al objeto de no hipotecar el patrimonio cultural heredado”.

<sup>121</sup> En gran parte de la literatura se realizan propuestas de desarrollo de determinadas áreas o localidades a partir de la activación turística del patrimonio (véase los trabajos de: Cicchini y Escobar, 2002; Cornero del Río y Curetti, 2002; Fernández y Guzmán Ramos, 2002; Huber y Giacobone, 2001; Lolich, 2002; Prados Pérez, 2003; Rivero, 2002; Torres Moré, 2003; Venturini, 2002). Estos trabajos parten de realidades muy diversas: algunos plantean la incorporación de nuevos productos turísticos patrimoniales dentro de destinos o circuitos turísticos ya consolidados, mientras que otros proponen la “inauguración” del turismo a partir de algún objeto o conjunto de objetos patrimoniales. Por el contrario, es escasa la literatura que analiza los resultados de un proceso de este tipo ya en marcha (véase los trabajos de López-Guzmán Guzmán y Lara de Vicente, 2003 y Edwards y Llurdes i Coit, 1996).

puede tener una función importante como fuente de recursos económicos para la gestión, protección y conservación del patrimonio y para el desarrollo en general<sup>122</sup>.

La positividad otorgada a la relación entre turismo y patrimonio quedaría resumida en la capacidad del primero de poner en contacto a un público masivo con el segundo difundiendo su valorización, por la capacidad de protección del patrimonio que detentaría el turismo (entre las formas de protección se menciona la capacidad para crear recursos destinados al mantenimiento de ese patrimonio) y por la posibilidad del turismo patrimonial de generar beneficios económicos para las sociedades que poseen ese patrimonio.

La negatividad, por otro lado, quedaría definida por la amenaza que constituye el turismo y las formas masivas de esta práctica para con el patrimonio, amenaza que podría llegar a traducirse en la destrucción del mismo. Por otro lado, se señala que formas incorrectas de consumir ese patrimonio pueden desvirtuarlo, amenazando la identidad de las sociedades que se ven representadas por el mismo.

En estos planteos es posible advertir que existe una concepción de patrimonio como algo estático, como la esencia de una cultura que se ve en peligro frente a una práctica como el turismo, que incluye formas de consumo banales que no logran apreciar, en su totalidad o con el debido respeto, el patrimonio de ciertos grupos. Nuevamente, aparece también el carácter incuestionable de este patrimonio, toda vez que se asume que lo que se encuentra en peligro vía el consumo turístico es la expresión unívoca de una determinada identidad.

#### 4.4.2. Las visiones sobre el turismo y sobre su participación en el proceso de patrimonialización

Otros autores han pensado la relación entre turismo y patrimonio por fuera del planteo dicotómico presentado en el punto anterior, abordando el papel del turismo en los procesos de patrimonialización. Así, se plantea que si bien la valorización turística del patrimonio puede entenderse como un proceso de puesta en valor turística de un patrimonio ya existente y reconocido como tal, también puede pensarse en la posibilidad de que ese patrimonio sea definido en función del turismo. En este sentido, el turismo estaría formando parte del proceso de patrimonialización. Como ya ha sido señalado, Prats (1998) afirma que crecientemente a partir de la segunda mitad del siglo XX, la activación patrimonial tiene en cuenta la demanda turística produciéndose nuevos repertorios patrimoniales definidos por el consumo que puedan generar. El autor afirma

---

<sup>122</sup> La siguiente afirmación ejemplifica la positividad otorgada a la vinculación entre turismo, patrimonio y sostenibilidad: "Convencidos de que contribuye a la restauración del patrimonio y a la supervivencia de las tradiciones este proyecto se plantea sobre la base de un turismo sostenible, cuya estrategia de desarrollo combina las tres exigencias primordiales: la satisfacción de las poblaciones locales, el logro de la experiencia turística y, las condiciones óptimas de cuidado patrimonial. Sin duda alguna, todos los aspectos confluirán armoniosamente para valorar el patrimonio al cual nos referimos, y el resultado es el diseño de un itinerario a ser recorrido por quienes se interesen por este tipo de manifestaciones" (Cicchini y Escobar, 2002: 7).

que no está claro que estas activaciones sean turísticas, sino más bien se producen cuando a partir del crecimiento del turismo (o de fenómenos migratorios) la población ve su identidad amenazada. Más allá de estas consideraciones, agrega, estas activaciones patrimoniales constituyen representaciones de la identidad, las cuales pueden ser moldeadas por imágenes externas sobre cómo deberían verse y mostrarse estos grupos para no fracasar en el intento de atraer turistas. En relación con esto, señala que es frecuente que sean incorporadas como propias (como visiones de sí mismos) esas versiones de la identidad que han sido propuestas por los otros, por ejemplo, a través de los medios de comunicación o el sistema educativo<sup>123</sup>.

En relación con esto han sido también interpretados los intentos por lograr una designación de Patrimonio Mundial por la UNESCO. Tanto Bosque Morel (1996) como Scifoni (2003) señalan que el estatus otorgado por una designación de este tipo constituye más un intento por desarrollar el turismo que por lograr sólo un reconocimiento mundial de ciertos atributos de los lugares. Bosque Morel afirma que la declaración de la UNESCO es una “declaración turística”, mientras que Scifoni afirma que estar en la lista de sitios Patrimonio de la Humanidad implica contar con un “status internacional, prestigio, reconocimiento que es fundamental para el marketing del turismo”<sup>124</sup>.

Los organismos estatales y los actores vinculados con el desarrollo de servicios turísticos tendrán un papel destacado en la activación patrimonial con fines turísticos aprovechando aquellos elementos del lugar que, presentados como patrimonio, funcionarán también como atractivos turísticos. A su vez, estos actores facilitarán los medios para la permanencia, disfrute y consumo en los destinos turísticos a través de la provisión de infraestructura, equipamiento y servicios turísticos.

Estas observaciones dan cuenta de una situación más compleja de la definición del patrimonio cuando, como sucede en la actualidad, el turismo es una de las principales formas de consumo de ese patrimonio y cuando además el turismo se encuentra cargado de connotaciones positivas en cuanto a su capacidad para resolver problemáticas de tipo económico para ciertas áreas. Estas observaciones muestran que en definitiva, en ocasiones es en función del turismo que se procede a llevar adelante los procesos de activación patrimonial (Almirón, Bertonecello y Troncoso, 2006). Por otro lado, estas

---

<sup>123</sup> En el mismo sentido, se expresa Santana Talavera cuando afirma que “una consecuencia directa y no intencionada de esta forma de producción turístico-patrimonial y su consumo ha sido su intervención en la reconstrucción de las identidades locales [...] generando un proceso constante de creación y recreación del sentido de pertenencia, pasado, lugar, cultura y posesión. Una vez más el turismo se desenvuelve como un motor de cambios, no necesariamente negativos, que obliga a releer el pasado y el presente, a adaptar los significados no tanto a los hechos supuestamente objetivos como a la consideración que de los mismos tienen sus usuarios permanentes” (2002: 14).

<sup>124</sup> Por otro lado, el consumo turístico de este patrimonio está contemplado por la UNESCO que exige, entre la documentación a presentar para nominar un bien, el diseño de un plan de manejo en relación a varios aspectos entre los que se encuentra la visita turística. Por otro lado, uno de los argumentos que justifica la creación de una Lista de Patrimonio en Peligro es la presencia de un turismo sin control en los sitios patrimoniales.

observaciones parecen dejar ingenuos los planteos de defensa entusiasta del patrimonio como reflejo de la identidad y el ataque al turismo como actividad perversa<sup>125</sup>.

#### **4.5. Valorización y revalorización de los lugares turísticos a partir de los procesos de patrimonialización**

Como se ha señalado, las virtudes atribuidas al turismo lo han colocado entre las primeras opciones a la hora de pensar formas de generar recursos económicos, ajustadas a las nuevas fórmulas del desarrollo. En la mayoría de las propuestas de desarrollo del turismo a partir de la valorización del patrimonio, éste se considera como un atractivo *per se*. Aquí, como en el caso de otros atractivos, su aprovechamiento turístico comenzaría con la tarea de búsqueda, detección e inventariado de elementos patrimoniales en reconocimiento de su vocación turística<sup>126</sup>. Así, la existencia de un patrimonio atractivo para el turismo brinda la posibilidad de pensar en el turismo como una alternativa de desarrollo para estos lugares patrimoniales. Como fuera señalado en el capítulo anterior, otras posturas, por el contrario, cuestionarán esta idea de una atraktividad turística inherente a objetos y lugares, concibiendo a los atractivos como resultado de un proceso social que involucra a distintos actores vinculados fundamentalmente a la práctica turística.

Sin embargo, lo que abunda en la literatura turística son propuestas que señalan cómo llevar adelante la valorización turística del patrimonio. En relación con esto las propuestas presentan algunas diferencias. Una parte importante de las mismas realizan enumeraciones y descripciones de lo que constituirá la oferta turística haciendo referencia a los elementos patrimoniales y sus cualidades<sup>127</sup>, mientras que las menos hacen referencia a cómo abordar otras cuestiones, por ejemplo, las referidas al equipamiento, la infraestructura y los servicios<sup>128</sup>. Frente a la profusión de propuestas para la puesta en valor turístico del patrimonio, surgen otras voces que invitan a la prudencia; la elección del turismo como alternativa para el desarrollo de determinadas áreas, localidades, etc. sin tener en cuenta qué características tiene la oferta y si ésta se encuentra adecuadamente dimensionada con la demanda ha sido objeto de reflexiones como la que realiza Prats: “si trabajamos en una de esas zonas periféricas e intersticiales, es decir, en la nada turística, las dificultades son enormes porque de hecho lo que debemos plantearnos [...] es ni más ni menos que la creación de un destino turístico y de uno o más productos a consumir en él. Por simplificar se podría decir que más que en museos, en ese caso, deberíamos empezar pensando en hoteles” (2003:

---

<sup>125</sup> Esto no implica referirse al patrimonio en tanto referente identitario de cierto grupo con liviandad; la objeción está hecha a la manera acrítica cómo es entendido el patrimonio y la relación que éste establece con el turismo desde una parte del ámbito académico o de la gestión.

<sup>126</sup> Ejemplo de esto es lo expresado por Cornero, del Río y Curetti: “Para el abordaje propuesto fue necesario re-descubrir los encantos litorales, su gente, sus costumbres y sus paisajes urbanos y naturales; y proponerlos, para compartirlos, como productos turísticos” (2002: 2).

<sup>127</sup> Un ejemplo de este tipo lo constituye el trabajo de Lolich (2002).

<sup>128</sup> Como se plantea, por ejemplo, en el trabajo de Venturini (2002).

132). En el mismo sentido se expresa Santana Talavera, quien también rescata la complejidad del proceso de puesta en valor y aprovechamiento turístico del patrimonio y afirma que: “no todos los recursos patrimoniales poseen la capacidad de poder ser presentados, contemplados y entendidos. Deben ser adaptados para un uso repetitivo, rápido, ameno y sencillo, preparado para la mirada, no para la lectura” (2003: 1). Estos autores señalan la distancia que media entre la intención de convertir al patrimonio en recurso turístico y su efectiva realización; distancia que parecería ser obviada en muchas propuestas de desarrollar el turismo patrimonial.

En relación con lo señalado con respecto al desarrollo local, la necesidad de participación de la población en el desarrollo del turismo patrimonial es una de las cuestiones que con más fuerza aparece en la literatura turística, en algunos casos asociando, sin demasiadas mediaciones, esta participación con el éxito de la empresa<sup>129</sup>. Sin embargo, algunos trabajos ponen ciertos reparos en relación con esta asociación tan directa entre valorización turística del patrimonio y concreción de intereses comunitarios. En efecto, algunos autores muestran que la valorización turística del patrimonio puede no contemplar los intereses de la población local y, como consecuencia, se podría producir una desvinculación de esta población con el patrimonio<sup>130</sup>.

La apelación al poder político local para que asuma un rol de dirección en la puesta en valor turística del patrimonio es una constante en varias de las propuestas<sup>131</sup>; si bien algunas de ellas identifican a los diferentes actores que participarían en aquellos procesos, no profundizan en un análisis de los intereses y expectativas de estos actores y de las relaciones que establecen entre ellos. Frente a este tipo de posturas, Prats señalará que las fuerzas e intereses de los diferentes actores sociales son los que definirán las formas en que se implementen o no los proyectos de desarrollo turístico basado en el patrimonio: “los proyectos se mueven entre lo deseable, lo razonable y lo posible, o, dicho de otra forma: las buenas intenciones, la razón formal (legitimada por los parámetros técnicos, objetivos y materiales, como recursos, ubicación, infraestructuras, etc.) y la razón contextual (determinada por las fuerzas e intereses en juego). [...] por muy poderosas que sean las buenas intenciones y las razones formales, las fuerzas e intereses que integran esto que llamamos razón contextual acabarán imponiéndose” (2003: 134). Ampliando el espectro de actores involucrados en la puesta en valor turística del patrimonio, Chang, Milne, Fallon y Pohlmann sostienen que existen dos perspectivas

---

<sup>129</sup> Sirve de ejemplo la siguiente afirmación: “Sin la participación de la comunidad no habrá un desarrollo ni eficaz ni eficiente del turismo patrimonial pues ella es la portadora viva de las tradiciones, las leyendas, la creación de artefactos y objetos, ella es la dueña de la voz de los pueblos y por lo tanto es la verdadera administradora del patrimonio cultural” (Torres Moré, 2003: 2).

<sup>130</sup> En este sentido, son interesantes los trabajos de Araújo Poletto (2003), Barreto (2003) y Teo y Huang (1995) quienes advierten sobre estas cuestiones a partir del análisis de casos.

<sup>131</sup> Como, por ejemplo, lo señalan Fernández y Guzmán Ramos “con el nuevo rol del estado y las políticas de descentralización donde emerge el poder local, el municipio asume un importante papel en el diseño y aplicación de políticas de desarrollo sustentable, basadas en mecanismos de gestión participativa pública y privada. De esta forma, podrían desarrollarse proyectos entre distintos municipios en forma conjunta, para contribuir a romper el estancamiento y convertir al patrimonio en una fuente de recursos que posibilite su rehabilitación integral” (2002: 9).

que habitualmente se utilizan en la comprensión de los procesos y resultados de la implementación del turismo patrimonial: “una perspectiva ‘desde arriba hacia abajo’ poniendo énfasis en el rol de los factores globales y los actores externos (...) y una perspectiva ‘desde abajo hacia arriba’ centrándose en las influencias locales” (1996: 285). Analizando el desarrollo del turismo en Montreal y Singapur afirman que a pesar de que en ambas ciudades se ha desarrollado el turismo a partir de ciertas tendencias macroeconómicas, las formas que tomó el desarrollo en cada caso involucraron diversos objetivos, diferentes actores y diversos resultados. De esta forma, ciertas circunstancias locales mediaron procesos “de arriba hacia abajo”. Los autores proponen un enfoque integrador de ambas perspectivas, entendiendo que la conexión global-local permite comprender esos procesos y resultados abriendo la posibilidad de pensar que no sólo los actores “locales” intervienen en los procesos de valorización turística del patrimonio.

A través de estas propuestas de desarrollo del turismo patrimonial pueden observarse los intentos por participar e insertar a determinados lugares en el circuito del turismo mundial, nacional, regional incentivados por la creciente importancia del turismo en tanto práctica social y las posibilidades de desarrollo de actividades económicas que conlleva. Asimismo, el patrimonio, en tanto valorizado por el turismo también incentiva intentos por transformarlo en recurso turístico e incorporarlo en ciertos productos turísticos. Sin embargo, más allá de las propuestas sobre cómo llevar adelante estos procesos, interesa conocer cómo y por qué los lugares son mercantilizados turísticamente a partir de sus cualidades patrimoniales.

#### 4.5.1. Patrimonio, turismo y mercantilización de los lugares

Al igual que otro tipo de atractivos, la presencia del patrimonio plantea la posibilidad de que los lugares puedan incorporarse a los circuitos turísticos. En este sentido, lugares no turísticos pasarán a ser turísticos a partir de la puesta en valor de su patrimonio y aquellos lugares ya turísticos que no exhibían elementos patrimoniales entre sus atractivos pasarán a ser redefinidos al incorporar el patrimonio.

Además, el interés por desarrollar el turismo en un determinado lugar activa el proceso de “descubrimiento” de potenciales elementos a ser transformados en patrimonio para su transformación en atractivo y recurso turístico. Los procesos de patrimonialización quedan, en este caso, subvertidos desde su origen (Almirón, Bertonecello, Troncoso, 2006): la definición de referentes identitarios que orienta el proceso de patrimonialización cederá el lugar a una patrimonialización orientada por fines turísticos (y comerciales).

Aquí vuelve a cobrar relevancia el desarrollo que hiciera Harvey (2002) con respecto a la búsqueda del capital de una renta monopólica. En el desarrollo interpretativo del autor el capital tiende a ejercer un control exclusivo sobre ciertos elementos únicos, no reproducibles y pasibles de ser comercializados. El patrimonio cumple con estos requisitos (es único e irreproducible) y a través de su conversión en un producto turístico es que puede ser comercializado (Almirón, Bertonecello, Troncoso, 2006). El carácter fijo de los atractivos turísticos (y por ende del patrimonio valorizado por el turismo) da lugar a procesos de generación y apropiación de renta. Por otro lado, como señala Harvey

(2002) la intervención sobre elementos valorizados actualmente como únicos (entre ellos el patrimonio) será de importancia para el capitalismo:

“And if, as I claim, monopoly rent is always an object of capitalist desire, then the means of gaining it through interventions in the field of culture, history, heritage, aesthetics and meanings must necessarily be of great import for capitalists of any sort”.

En este proceso la declaración patrimonial por la UNESCO funcionará como una certificación del carácter distintivo del lugar; en este sentido no se diferencia de otros procesos de creación de productos únicos asociados a ciertos lugares (como aquellos que cuentan con certificados de denominación de origen) con los cuales se asemeja en su capacidad para habilitar procesos de apropiación de una renta monopólica. Por otro lado, el carácter patrimonial también servirá para certificar la autenticidad y originalidad de los productos que tengan como origen el lugar patrimonial (que también son consumidos turísticamente) prestigiando el atractivo y atrayendo más turistas.

Así, se buscarán las formas de acceder al uso del patrimonio ya sea a partir de la propiedad privada del suelo o del control de equipamiento e infraestructura turística para consumir dicho patrimonio. Esto permite ir más allá de las formas tradicionales de pensar la relación entre patrimonio y turismo. No se trata sólo de la valorización turística de un patrimonio ya existente que condicionaría el desarrollo del turismo sólo a lugares con patrimonio, sino que el turismo podrá incentivar procesos de patrimonialización para la creación de nuevos atractivos y productos turísticos. Y estos nuevos procesos podrán ser estudiados como resultado del accionar de actores orientados por intereses específicos en busca de la obtención de beneficios económicos, legitimidad política, etc. (Almirón, Bertonecello, Troncoso, 2006).

Nuevamente es relevante rescatar lo señalado con respecto a los intentos de los lugares por sumarse a los circuitos del turismo, en la medida en que se asiste hoy a una fuerte competencia entre lugares por ser “elegidos” como destinos turísticos, no sólo por los turistas sino también por el capital involucrado en las actividades económicas vinculadas al turismo (Silveira 1997). Es aquí donde la “presencia” de patrimonio es relevante: las particularidades del lugar, acrecentadas por la presencia del patrimonio institucionalizado como tal, le permiten colocarse en un “mercado de destinos turísticos” ofreciendo su carácter único para atraer turistas e inversiones. Estos destinos turísticos patrimoniales a su vez se encontrarán con turistas interesados en este tipo de atractivos (Urry, 1996 [1990]) que reflejan ciertas tendencias más amplias de valorización de la cultura, la tradición, etc. en las cuales el consumo de bienes culturales funciona como marca de distinción.

El lugar, como porción acotada de la superficie terrestre posee atributos específicos que pueden ser resignificados en tanto atractivos turísticos. Esta resignificación implica un trabajo, un accionar de actores concretos que actuarán en función de sus intereses y en articulación con otros actores. Así, “elegir” qué elementos pueden ser valorizados turísticamente es una tarea menos ingenua de lo que parece. Por otro lado, si se considera que en este proceso de elección o detección de atractivos también se crea



patrimonio para su consumo turístico, también es posible interpretar, como propone Prats (1998), al patrimonio como producto de un proceso que responde no exclusivamente a cuestiones identitarias. Así, la activación patrimonial deja de inscribirse en la lógica identitaria para inscribirse en la lógica económica (Almirón, Bertonecello y Troncoso, 2006). La patrimonialización será de alguna manera la excusa para la creación de atractivos turísticos, permitiendo la inserción en el mercado turístico de ciertos lugares.

Esta inserción en el mercado turístico se hará de la mano del accionar de los actores vinculados a la prestación de servicios turísticos. Las condiciones reinantes en ciertos lugares, en relación con sus rasgos más o menos reconocidos como atractivos turísticos, las normativas respecto de la actividad turística, la infraestructura, la existencia o no de servicios turísticos (y el tipo de servicios que se ofrece) y la competencia que representa esta oferta para nuevos inversores, crearán una situación particular en cada destino (la conformación de estos ámbitos de interacción social a los que hace referencia la idea de *locale*), que también explicará, en parte, el devenir del desarrollo del turismo en ese lugar.

## Capítulo 5. El trabajo con las fuentes de información

Los conceptos de lugar, turismo, atractivo turístico y patrimonio, asociados a otros como valorización turística del territorio, construcción de atraktividad y patrimonialización (y las vinculaciones establecidas entre ellos) organizaron y guiaron el relevamiento, la lectura y la sistematización de la bibliografía sobre estas temáticas, así como también la generación de información primaria y secundaria. En efecto, lo trabajado aquí junto con los desarrollos conceptuales que conforman la primera parte de esta tesis, definen una estrategia teórico metodológica que organiza el tratamiento de la evidencia empírica, guiado por los objetivos de la investigación. En lo que sigue se realizan aclaraciones sobre la generación y análisis de la evidencia empírica.

### 5.1. La generación de evidencia empírica. Algunas aclaraciones

En esta investigación se definieron ejes de indagación que dieron lugar a la elaboración de los capítulos de la segunda parte de la tesis que se aboca específicamente al trabajo con la información empírica. Esta información provino, por un lado, de las fuentes disponibles, y por otro, de la producción de información primaria. Sobre las particularidades de la generación de evidencia empírica para cada uno de los ejes de indagación se hará referencia más adelante.

En términos generales, se recurrió a un conjunto de **fuentes secundarias y primarias** que suplieron en gran medida la falta de antecedentes académicos sobre el turismo en la Quebrada. En efecto, los trabajos que hacen referencia al turismo en este lugar o en la provincia de Jujuy son escasos, lo que hizo imposible contar con descripciones, caracterizaciones o explicaciones que brindaran información que permitiera reconstruir un contexto para el problema abordado.

A diferencia de otras temáticas que incentivaron el trabajo de diferentes especialistas en la Quebrada, el turismo no constituyó un objeto de indagación. Sin embargo, esto no es una situación novedosa respecto de lo que acontece con las temáticas vinculadas al turismo en términos generales, las cuales recién en los últimos años pasaron a ser objeto de interés para las ciencias sociales y las humanidades. En este sentido, esta tesis presenta una primera sistematización de información que da cuenta del turismo en la Quebrada que permitió reconstruir la presencia de esta práctica en el lugar. Esto queda evidenciado en la segunda parte de la tesis, aquella que hace referencia específicamente al proceso de valorización turística de la Quebrada, la cual está realizada a partir de fuentes primarias y secundarias *no bibliográficas* (a excepción del capítulo 6).

La **combinación de fuentes primarias y secundarias** se constituye en el principal rasgo de la **estrategia metodológica** empleada para alcanzar los objetivos de la investigación. De hecho, todos los ejes de indagación sobre el proceso de valorización turística de la Quebrada que organizan los capítulos de la segunda parte de la tesis se abordan a partir de un análisis combinado de estos dos tipos de fuentes de información (como se verá más adelante en este capítulo). Esta combinación permitió, por un lado, la consulta de los diferentes textos producidos por distintos actores que daban cuenta de cómo se instalaban atractivos, se seleccionaban ciertos rasgos del lugar como referentes patrimoniales y se justificaba la patrimonialización y la intervención de la política pública en el área. En este caso se trataba de documentación ya existente o que se producía al mismo tiempo que se desarrollaba la investigación. Por otro lado, las instancias de generación de información primaria buscaron ampliar, comparar y contrastar la información obtenida a partir de la consulta a las fuentes secundarias. La construcción de este tipo de información primaria fue de relevancia para dar cuenta de la complejidad de los procesos analizados. Sin embargo, las entrevistas como única fuente de información (es decir, desatendiendo la sistematización de información secundaria) habrían sido insuficientes para abordar dicha complejidad.

Entre los documentos consultados, recopilados y sistematizados se cuentan aquellos generados por los **medios de comunicación** (artículos en periódicos, revistas, páginas de Internet) algunos de ellos de carácter histórico, que dan cuenta de las características de la práctica turística en la Quebrada. Sin embargo, dentro del conjunto de documentos consultados los que se analizaron especialmente fueron aquellos producidos por organismos oficiales, especialmente los que reunían las presentaciones, justificaciones y tareas de gestión programadas de aquellos planes de la política turística y patrimonial para la Quebrada.

A diferencia de otras fuentes estos **documentos oficiales** más que informar sobre el turismo o aspectos relacionados con el turismo, fueron objetos de análisis al interior de la investigación. En efecto, como se mencionara más arriba este tipo de documentos daba cuenta de la voz oficial respecto de la política turística y patrimonial que organizó gran parte de las transformaciones que se operaron en el lugar en los últimos años. Documentos de este tipo fueron trabajados al analizar el proceso de patrimonialización de la Quebrada (donde el texto que propone la designación como Patrimonio de la Humanidad del lugar es una pieza clave a estudiar) y al indagar acerca de la política turística diseñada por el gobierno provincial y nacional.

También se recopiló **información estadística**, especialmente aquella producida por la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy, organismo que registra el movimiento de ingreso y permanencia de turistas en la provincia y la infraestructura turística en el territorio provincial. Esta información es incluida para caracterizar algunos de los rasgos del turismo en la Quebrada y dar cuenta de su evolución reciente. Estos datos estadísticos se presentan en tanto constituyen parte de la información oficial que brinda y maneja la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia. Sin embargo, es importante aclarar que, por un lado, la información acerca del arribo de turistas puede estar escondiendo el cómputo múltiple de un turista que pernocta en más de un lugar de la provincia, en tanto son registrados cuando ingresan a los establecimientos hoteleros.

En relación con eso, también es necesario tener presente que el organismo estatal depende de la predisposición en el registro y remisión de la información realizada por los establecimientos hoteleros para obtener la información<sup>132</sup>. Como no existen otros registros de tipo estadísticos para comparar la información ofrecida por la Secretaría de Turismo y Cultura, en el trabajo se consignan aquellos datos en tanto dan cuenta de procesos que pudieron ser corroborados a partir de otras fuentes, fundamentalmente las entrevistas.

También se utilizó información procedente del Censo de Población, Hogares y Viviendas realizado en todo el país en 2001. Esta información permitió caracterizar ciertas condiciones generales de la Quebrada. Sin embargo, la misma no puede ser actualizada ni comparada con otra generada para un momento posterior, ya que no hubo otro relevamiento de este tipo (y tampoco similar) que lo permitiera. Además, las condiciones de la Quebrada que son presentadas en el censo de 2001, pueden haberse modificado, en gran medida precisamente a partir de los procesos estudiados en este trabajo. Por ese motivo, tampoco sería prudente asumir que la información del censo 2001 retrata una situación que no ha registrado cambios hasta la actualidad, ya que al menos los procesos de crecimiento del turismo le imprimieron un dinamismo al lugar que lo coloca lejos de una situación de estabilidad. La Encuesta Permanente de Hogares (que no se realiza en las localidades de la Quebrada) brindó información estadística sólo para completar una caracterización de ciertas condiciones socioeconómicas del contexto provincial (por ejemplo, la información sobre desocupación para San Salvador de Jujuy- Palpalá, principal aglomerado urbano de la provincia).

Por último, también se ha recurrido a **otro tipo de documentos**, fundamentalmente materiales de promoción turística como las guías turísticas, los folletos, los posters y los CDs. Este tipo de materiales de promoción fueron objeto de dos tipos de lectura; por un lado, permitieron analizar la práctica turística en un momento en la Quebrada; por el otro, permitieron conocer la manera en que producían y reproducían, una imagen de la Quebrada y cómo esto se relacionaba con los intentos por redefinirla como un lugar turístico y patrimonial.

La información primaria se generó a través de la realización de entrevistas, las que fueron acompañadas de la observación en el lugar y el registro fotográfico. Las **entrevistas** fueron efectuadas a informantes calificados vinculados con instituciones relacionadas de distintas maneras con el desarrollo del turismo y con el proceso de patrimonialización de la Quebrada. Esto incluyó la realización de entrevistas en dependencias del gobierno nacional, especialmente en la Secretaría de Turismo de la Nación (donde se entrevistaron a los responsables de programas relacionados con la política turística nacional), en organismos del Gobierno de la provincia de Jujuy, especialmente en la Secretaría de Turismo y Cultura y la Unidad de Gestión Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad (dependiente de dicha secretaría), en las municipalidades de las localidades de la Quebrada de Humahuaca (Municipalidad de Tilcara, Municipalidad de Humahuaca y Comisión Municipal de Purmamarca). También se entrevistó a

---

<sup>132</sup> La información estadística sobre turismo en Argentina es limitada y deficiente en general, e inexistente a ciertos niveles de desagregación (respecto a esto, puede verse Bertonecello (2004).

prestadores de servicios turísticos en la Quebrada de Humahuaca, a empleados del sector turístico, a agencias de turismo y a personas involucradas con diversas instituciones relacionadas con el turismo en la Quebrada (el listado completo de los entrevistados en esta investigación se presenta en el anexo 2 al final de la tesis).

La generación de información primaria se centralizó en la realización de un número reducido de entrevistas a informantes clave, algunos de los cuales fueron entrevistados en más de una oportunidad, tal como lo ameritaban las transformaciones veloces que se daban en el lugar. Estas transformaciones en el lugar obligaron a actualizar las entrevistas, especialmente a aquellos actores que se expresaban respecto de los cambios en la política turística y patrimonial. En efecto, entre las distintas visitas al lugar, iban surgiendo nuevos fenómenos, situaciones, actores, decisiones de las cuales interesaba dar cuenta. Así, por ejemplo, en 2004 se entrevistó al personal de la Unidad de Gestión en relación a la reciente patrimonialización del lugar y la organización de los talleres participativos previos a la postulación; luego, en 2006 debieron realizarse nuevas entrevistas en relación al trabajo conjunto que este organismo realizó con un programa de desarrollo del turismo implementado desde el gobierno nacional en 2004; por último, en 2007, las entrevistas se actualizaron abordando los aspectos del trabajo de este organismo en el marco del plan de desarrollo turístico provincial implementado en 2006.

En este sentido, entre las decisiones que se tomaron durante la planificación y realización del trabajo de campo, se privilegió la constante actualización de entrevistas ya realizadas para generar información acerca de este proceso de cambio.

Los informantes calificados fueron seleccionados a partir de distintos **criterios** según los grupos de entrevistados. Aquellos entrevistados vinculados al poder político fueron seleccionados de acuerdo a su participación y los papeles que asumen en la política turística y patrimonial diseñada para la Quebrada, buscando la inclusión de todos los niveles de gobierno (nacional, provincial, municipal).

Para el caso de los prestadores de servicios turísticos, se buscó que el conjunto de entrevistados diera cuenta de la diversidad de situaciones. Así se decidió entrevistar a empresarios llegados de otros lugares, a empresarios quebradeños, a algunos que llevaran años ofreciendo servicios turísticos en el lugar y a otros que llegaron con el boom turístico de los años recientes, a aquellos que brindan servicios dentro del sector formal y a aquellos que lo hacen desde el sector informal, a quienes fueran miembros de la asociación que agrupa a los prestadores de servicios en el área y a otros no asociados. Esta distinción entre los prestadores de servicios pudo establecerse en etapas avanzadas de la investigación, por ese motivo, estas entrevistas se realizaron en las etapas finales del trabajo de campo.

Los trabajadores en relación de dependencia del sector turístico fueron entrevistados también en etapas avanzadas de la investigación. Aquí se buscaba conformar un conjunto de entrevistados que reuniera a aquellas personas que se desempeñaban como trabajadores en el sector y aquellos ex-trabajadores del sector turístico. Además, también se buscó entrevistar tanto a trabajadores empleados en blanco, como aquellos que se encontraban trabajando en condiciones precarias e informales.

El listado se completa con prestadores de servicios turísticos por cuenta propia (fundamentalmente los que realizan tareas de guiado de excursiones), los referentes de organizaciones aborígenes, los referentes de instituciones locales y provinciales (museos, institutos de investigación, ONGs, organismos que otorgan créditos) y los prestadores de servicios turísticos que organizan excursiones desde las localidades de Salta y San Salvador de Jujuy.

Las entrevistas se realizaron a partir de encuentros cara a cara pautados de antemano y, en algunos casos, estas entrevistas fueron completadas a través de la solicitud de información adicional vía e-mail o por contacto telefónico. En los casos en que los entrevistados lo permitían, las entrevistas fueron grabadas, en los otros casos se procedió a tomar notas durante la realización de las mismas. Las entrevistas fueron semiestructuradas y estuvieron organizadas a partir de una **guía** que reunía determinadas cuestiones de interés para ser abordadas durante la misma. Varias de estas cuestiones se repiten para diferentes conjuntos de entrevistados, justamente porque se buscaba la opinión o posturas de distintos actores frente a un mismo fenómeno o situación. En términos generales, las principales cuestiones de interés presentes en las entrevistas realizadas (según los principales grupos de entrevistados) se encuentran sistematizadas en el cuadro 5.1.

Las entrevistas fueron analizadas teniendo en cuenta qué organismos o grupos se encontraban representados en las voces de los entrevistados, qué información fáctica ofrecían y cuáles eran sus visiones y opiniones sobre el proceso de valorización turística del patrimonio quebradeño. Asimismo, al momento de dar respuesta a las preguntas de investigación que dan forma a los distintos ejes de indagación definidos, se realizaron análisis transversales de las distintas entrevistas (trianguladas con otras fuentes de información). Estos ejes se detallan más adelante en este capítulo al hacer aclaraciones sobre la utilización de fuentes en los distintos capítulos de la tesis.

Como se mencionara, la información generada a partir de las entrevistas permitió su contraste, cotejamiento y complementación con aquella contenida en los documentos analizados. La realización de las entrevistas enriqueció el conjunto de voces que se expresan en torno a las transformaciones recientes operadas en la Quebrada, recogiendo la palabra de aquellos actores que no se expresan en la documentación oficial o en los medios de comunicación.

En el listado de entrevistados que se adjunta (anexo 2) quienes aparecen mencionados con nombre y apellido son aquellas personas que ocupan cargos jerárquicos en las diferentes instituciones. En estos casos estas personas son mencionadas con sus nombres reales.

Algunos entrevistados son identificados sólo con un nombre de pila (no se mencionan apellidos) y en estos casos se trata de nombres ficticios. Se recurrió a utilizar un nombre ficticio para preservar la identidad de estas personas pero, a la vez, poder identificarlas en el contexto del trabajo.

Las otras personas a las cuales no se hace mención por su nombre y apellido (ni se creó un nombre ficticio) son entrevistados que formaron parte de entrevistas grupales o informales. Las entrevistas grupales e informales se realizaron en visitas sucesivas a las oficinas de las dependencias provinciales o municipales vinculadas con el turismo (en su mayoría oficina de informes) y a los museos y también al personal de las agencias de viaje. El conjunto de entrevistas se complementó con información brindada en contextos de interacción informal durante el trabajo de campo con personas de la Quebrada.

En el listado que se adjunta se hace mención a entrevistados a los que no se nombra explícitamente en el texto, sin embargo, se listan para presentar un panorama completo del conjunto de entrevistados. A ellos también se les ha otorgado un nombre ficticio para diferenciarlos de otros entrevistados que sí aparecen explícitamente mencionados en el trabajo.

Para cada uno de los entrevistados, en el listado se consigna la fecha en que se realizaron las entrevistas, sus roles y su lugar de origen. En los casos en que las personas fueron entrevistadas varias veces durante un mismo viaje aparece sólo mencionado el mes en que tuvieron lugar las entrevistas.

La **observación** en el lugar, por otro lado, permitió complementar y corroborar la información generada por otros medios en lo referente a las transformaciones del destino, muchas de ellas producto de la política turística provincial y nacional, de las disposiciones emanadas por la UNESCO, de la normativa provincial creada dentro del marco de la gestión del área patrimonial. También se observaron y registraron transformaciones que son propias de la dinámica de valorización turística del área (nuevas áreas dedicadas a emprendimientos turísticos, nuevos servicios turísticos ofrecidos, nuevos circuitos turísticos creados). La observación se llevó adelante durante el trabajo de campo en la Quebrada.

Para completar la generación de información primaria se recurrió a la toma de **fotografías** registrando aquellas transformaciones y manifestaciones visibles en torno al proceso de valorización turística de la Quebrada. Estas fotografías son incluidas ilustrando algunas de las temáticas que se trabajan en el texto (la mayor parte de las fotografías que se incluyen en la tesis son de mi autoría, a excepción de aquellas en que se identifica una fuente específica).

Cuadro 5.1.Principales cuestiones de interés abordadas en las entrevistas para los principales grupos de entrevistados

<b>Principales cuestiones de interés abordadas en las entrevistas</b>	<b>Gestión pública turística y patrimonial</b>	<b>Prestadores de servicios turísticos</b>	<b>Empleados en el sector turístico</b>	<b>Instituciones/ organizaciones</b>
Características generales de los proyectos de la política turística nacional y provincial para la Quebrada (líneas de acción y prioridades)	x			
Articulación de los diversos programas de desarrollo turístico y gestión patrimonial (gubernamentales y otros)	x			
Articulación entre actores de diversos niveles de la política en la definición de la política turística y patrimonial para la Quebrada	x			
Organización y resultados de las instancias participativas (discusiones planteadas en los talleres participativos, características de la participación en la gestión pasada y actual, actores que participan)	x	x	x	
Evaluación de los resultados de la implementación de los distintos programas	x	x	x	x
Implementación de soluciones para las problemáticas del empleo y el acceso al crédito para la población local	x		x	x
Actividades y campañas de promoción turística (conceptos que las guían, medios utilizados)	x			
Lugar del turismo en la política patrimonial iniciada con la postulación de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad	x			
Formas de inserción de la población local en el proyecto de patrimonialización (conformación de las comisiones de sitio, funciones)	x	x	x	x
Articulación de la gestión patrimonial entre distintos niveles de gobierno	x			
Lineamientos generales del plan de manejo de la Quebrada como lugar patrimonial (instancias de protección patrimonial y control del turismo)	x			
Vinculación del plan de manejo de la Quebrada con los planes de desarrollo del turismo	x			
Reformulación de los circuitos turísticos en la Quebrada o que incluyen a la Quebrada a partir del aumento en la llegada de turistas y de ampliación de la oferta turística	x	x		x
Proceso de revalorización de las tierras en la Quebrada (qué áreas se valorizaron más, quiénes accedieron a la tierra, a qué usos se destinaron los terrenos y edificaciones, qué conflictos generaron, cuáles son las opiniones respecto de este proceso de los diferentes actores)	x			x



Cuadro 5.1.Principales cuestiones de interés abordadas en las entrevistas para los principales grupos de entrevistados (continuación)

<b>Principales cuestiones de interés abordadas en las entrevistas</b>	<b>Gestión pública turística y patrimonial</b>	<b>Prestadores de servicios turísticos</b>	<b>Empleados en el sector turístico</b>	<b>Instituciones/ organizaciones</b>
Acceso de la población local a créditos, mercado laboral, posibilidad de realizar emprendimientos turísticos	x		x	x
Caracterización y explicaciones acerca de las transformaciones a partir de la designación patrimonial y del crecimiento del turismo (evolución de la infraestructura y equipamiento, llegada de turistas)	x	x	x	x
Carácter de las vinculaciones entre los actores relacionados con el turismo (poder político a distintos niveles, prestadores de servicios, agrupaciones indígenas, ONGs)	x	x	x	x
Movilizaciones y manifestaciones contra la presencia del turismo y la patrimonialización del lugar (grupos se movilizaron, reclamos realizados)	x	x	x	x
Relaciones entre emprendedores turísticos y población quebradeña: formas de marcar diferencias, actitudes agresivas, manifestaciones públicas	x	x	x	x
Mercado laboral turístico en la Quebrada: evolución en los últimos años en relación a la cantidad de empleados, origen de los empleados, condiciones de trabajo, inserción de la población quebradeña	x	x	x	x
Motivos para la radicación de inversiones turísticas en la Quebrada, origen de los empresarios.		x		
Conformación de la Asociación de Turismo de la Quebrada de Humahuaca: prestadores que la integran, servicios que brindan, relaciones con otros actores vinculados al turismo (poder político, organizaciones de empresarios turísticos, población quebradeña)	x	x		
Recepción de los planes de desarrollo turístico y gestión patrimonial por la población de la Quebrada		x	x	x

El trabajo de generación de información empírica reconoce distintos momentos y lugares. En términos generales, esta investigación se realizó en el período comprendido entre los años 2002 y 2007. La consulta de bibliotecas en la ciudad de Buenos Aires (Biblioteca Nacional, Biblioteca del Instituto de Geografía de la Universidad de Buenos Aires, Biblioteca del Museo Etnográfico de la Universidad de Buenos Aires, Biblioteca del Consejo Federal de Inversiones, Biblioteca del Congreso de la Nación) así como las visitas a la Casa de la provincia de Jujuy se realizaron en distintos momentos del período. Aquellas tareas que implicaron un viaje a la provincia de Jujuy se realizaron durante las visitas a esa provincia que se efectuaron en agosto de 2002 (dos semanas), marzo de 2004 (tres semanas), marzo de 2006 (tres semanas) y enero y febrero de 2007 (5 semanas). Durante las visitas de 2002 y de septiembre de 2006 también se visitó la ciudad de Salta. En los distintos viajes se consultaron las siguientes bibliotecas y archivos: Biblioteca del Instituto Interdisciplinario Tilcara “Rebeca M. Wells de Marquéz Miranda” (Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires), Biblioteca Popular de Tilcara “Bartolomé Mitre”, Biblioteca Popular de Humahuaca, Biblioteca Popular de Jujuy (secciones Autores Jujeños y Hemeroteca), el Archivo Municipal de Tilcara y el Archivo Histórico de la provincia de Jujuy. Durante esos viajes también se realizó la mayor cantidad de entrevistas a informantes calificados en distintas localidades (Salta, San Salvador de Jujuy, Tilcara, Purmamarca, Humahuaca, Hornaditas, Maimará, Volcán, Huacalera).

Como se mencionara anteriormente, la generación de evidencia empírica fue analizada e interpretada a la luz de las perspectivas de investigación diseñadas al interior de esta tesis. Este análisis e interpretación implicó el trabajo con combinaciones de diferentes fuentes dependiendo de los distintos ejes de indagación. Esto implica que cada una de las fuentes no fue analizada en forma aislada sino junto con otras en relación a esos ejes.

## **5.2. La utilización de fuentes de información en los capítulos de la tesis**

En lo que sigue se realizan aclaraciones metodológicas sobre el trabajo con distintas fuentes para cada uno de esos capítulos, organizados a partir de ejes de indagación (al final de la tesis se incluye un listado de las fuentes utilizadas en cada capítulo). El análisis realizado fue un análisis de contenido teniendo en cuenta el contexto de producción de las distintas fuentes de información.

En el **capítulo 6** se realiza una descripción general a modo de presentación de la Quebrada de Humahuaca recogiendo los aportes realizados desde diferentes disciplinas. Aquí interesa conocer las formas en que la Quebrada ha sido caracterizada desde distintas disciplinas y en general desde distintos ámbitos del conocimiento, atendiendo a sus aspectos físico-naturales, históricos y socioculturales. Para ello se indagó qué información es la generada y difundida acerca de este lugar, especialmente aquella que luego también aparece caracterizando el carácter turístico y patrimonial de la Quebrada y justificando la intervención del poder político a partir de una política orientada al desarrollo vía el turismo. Para la elaboración de este capítulo se recurrió a la consulta y selección de fuentes secundarias bibliográficas, principalmente textos académicos que analizan esas diferentes dimensiones de la Quebrada. También en el capítulo se

presenta información estadística generada a nivel nacional brindada por el Censo de Población, Hogares y Viviendas de 2001.

Conocer cómo la Quebrada es presentada por el saber experto resultó de relevancia para dar cuenta de las selecciones implicadas en las caracterizaciones que, desde el turismo, se realizan acerca de este lugar.

El **capítulo 7** busca dar cuenta del desarrollo del turismo en la Quebrada de Humahuaca a lo largo del siglo XX y en la actualidad. Como se mencionara anteriormente, la producción académica acerca del turismo en la Quebrada es escasa y no se cuenta con una extensa literatura que haya abordado estos aspectos del lugar. En este capítulo se volcaron las indagaciones acerca de las características de la presencia de turistas (y las visitas y recorridos que realizan), la existencia y crecimiento de la infraestructura y la presencia de nuevos actores a partir del crecimiento del turismo. Se consultaron fuentes documentales, algunas de ellas históricas que permitieron reconstruir la historia del turismo en el lugar. Entre estas fuentes históricas se encuentran guías turísticas, artículos en publicaciones académicas, artículos periodísticos, textos biográficos, documentos oficiales y actas y resoluciones municipales.

También se utilizó documentación y estadísticas recientes producidas por las secretarías de turismo nacional y provincial. Esta documentación abarca los planes turísticos elaborados por el gobierno de la provincia de Jujuy y el gobierno nacional, partes de prensa del gobierno provincial, folletería turística e información suministrada en las páginas de Internet de las dependencias oficiales de turismo. La estadística turística utilizada comprende aquella elaborada por la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy.

Las entrevistas a prestadores de servicios turísticos y personal de las secretarías y direcciones de turismo de la provincia y de las localidades de la Quebrada, a su vez, complementaron la información brindada por las otras fuentes. En efecto, el trabajo con estos materiales implicó la comparación, contrastación y complementación de la información brindada por las fuentes estadísticas y los documentos elaborados desde los organismos públicos con las entrevistas realizadas a los informantes calificados para dar cuenta de las formas en que se organiza el turismo.

Lo desarrollado en el **capítulo 8** busca indagar acerca de los cambios y permanencias en la atraktividad turística de la Quebrada a través del tiempo, atendiendo a los atractivos valorizados por la práctica turística. Para ello este capítulo se elaboró a partir del análisis de materiales de promoción turística que fueron produciéndose en diferentes momentos y por diferentes actores. Muchos de estos materiales no son estrictamente turísticos en el sentido de haber sido confeccionados para proveer información a los turistas o para promover la visita a la Quebrada. Sin embargo, fueron analizados porque forman parte del conjunto más amplio de textos que instalan, refuerzan o sugieren ciertas imágenes del lugar y ciertas formas de hacer turismo. Estos materiales incluyen aquellos producidos en el contexto de campañas de promoción del turismo llevadas adelante por las secretarías nacional y provincial de turismo. Entre ellos se encuentran: folletería turística, guías turísticas, artículos en revistas y periódicos, información consignada en las

páginas de Internet de organismos oficiales y prestadores de servicios turísticos, documentos elaborados por las secretarías nacional y provincial de turismo y el documento a través del cual se postuló a la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad. Este conjunto de fuentes secundarias también incluye fuentes históricas. Para realizar este análisis se recurrió también a entrevistas realizadas en la Secretaría de Turismo y Cultura provincial tendientes a conocer en profundidad las tareas de promoción que realiza dicha institución.

Estos materiales fueron seleccionados y analizados teniendo en cuenta las descripciones que realizaban del lugar y aquellos rasgos del mismo que señalaban como elementos de interés para una visita turística. Interesaba conocer cómo se expresaban estos materiales en relación a la descripción de los aspectos naturales de la Quebrada, de sus aspectos culturales y de la vinculación entre naturaleza y cultura a la que frecuentemente se hace referencia al hablar de la Quebrada. El análisis implicó la comparación de descripciones en diferentes momentos históricos para dar cuenta del carácter histórico y sociocultural de las selecciones implicadas en la definición de atraktividad turística del lugar.

El desarrollo del **capítulo 9** se orienta a analizar el proceso de patrimonialización de la Quebrada. Para la elaboración del mismo se analizaron fuentes secundarias, entre ellas la documentación generada en el contexto de la patrimonialización de la Quebrada por la UNESCO (esto incluye informes, legislación y otro tipo de documentación generada por las secretarías de turismo provincial y nacional, por el Comité de Patrimonio Mundial, por la UNESCO, por el ICOMOS) y materiales de promoción turística elaborados por esas secretarías de turismo. Entre estos documentos el que fue principalmente sometido a análisis fue el texto que contiene la postulación de la Quebrada como Patrimonio Mundial ante la UNESCO (*Quebrada de Humahuaca. Un Itinerario Cultural de 10.000 Años. Propuesta para la Inscripción a la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO*). También se realizaron entrevistas en la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy (Unidad de Gestión Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad, PROFODE – Programa de Fortalecimiento y Estímulo de Destinos Turísticos Emergentes-), en las direcciones de turismo de las municipalidades de la Quebrada, complementadas con entrevistas a prestadores de servicios turísticos en la Quebrada y otros informantes calificados.

El texto que presenta la postulación de la Quebrada ante la UNESCO se analizó atendiendo a cómo caracteriza el patrimonio de la Quebrada y cómo se argumenta y justifica la selección de ciertos rasgos de este lugar como patrimonio. Esto se complementó con el análisis de materiales de promoción del turismo que retoman esta caracterización, instaurando nuevas formas de valorización turística del patrimonio y del lugar en tanto área patrimonial. Además, la documentación mencionada fue analizada en relación con las propuestas de gestión para el área patrimonial presentadas en la misma. El análisis de esta documentación fue completado con la revisión de artículos periodísticos donde eran plasmadas ciertas opiniones, consideraciones y evaluaciones parciales del proceso de patrimonialización. La información de esta documentación oficial, a su vez, fue contrastada con aquella provista por las entrevistas mencionadas. Estas entrevistas estuvieron orientadas a profundizar en el contexto de elaboración de la documentación analizada y en ciertos aspectos de la gestión de la Quebrada como área

patrimonial que no han sido plasmados en documentos oficiales, así como a conocer las posturas de otros actores sobre el proceso de patrimonialización y el accionar de la gestión estatal en relación a este proceso.

En el **capítulo 10** se buscó dar cuenta de las características de la política turística diseñada para la Quebrada de Humahuaca, de los planes que la orientaron, de la forma de implementación de dicha política y de las opiniones y reacciones que generó.

En este capítulo se trabaja a partir de un contraste entre documentación oficial (que expone los lineamientos y evaluaciones parciales de la política) y entrevistas. La documentación consta básicamente de los documentos generados fundamentalmente en el marco del PROFODE (elaborado por la Secretaría de Turismo de la Nación junto con la Secretaría de Turismo y Cultura de Jujuy) y del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la provincia de Jujuy. La información sobre los lineamientos y justificaciones que orientaron la política turística expresados en los documentos fueron complementados con la realización de entrevistas a actores vinculados con la implementación de esta política en las dependencias oficiales mencionadas. Estas entrevistas fueron de utilidad para completar la información que generan los organismos oficiales, porque permitieron indagar en aquellos aspectos sobre los cuales no se expresa la documentación y porque eran la única forma de generar información sobre ciertos aspectos más recientes y no documentados de la política turística. La información primaria fue completada a partir de la realización de entrevistas a distintos actores vinculados con la prestación de servicios turísticos o empleados en el sector. La realización de entrevistas también estuvo orientada a permitir el surgimiento de las voces de otros actores no vinculados con la política y a recoger sus distintas posiciones en relación con la implementación de los proyectos de desarrollo del turismo.

La información brindada por estas fuentes fue analizada poniendo en tensión las ideas que guían la implementación de la política turística para la Quebrada orientada hacia el desarrollo en beneficio de la población del lugar y las formas en que efectivamente esta política se lleva adelante.

El **capítulo 11** aborda las transformaciones de la Quebrada orientadas a permitir el consumo turístico. Para el trabajo en torno a estas cuestiones se articularon fuentes secundarias (documentos oficiales, legislación provincial y artículos periodísticos que dan cuenta de las intenciones que guiaron las principales transformaciones en la Quebrada) con otras fuentes de información primaria (registros fotográficos y la observación in situ, que permitieron complementar y constatar la información generada por las fuentes secundarias). También se utilizaron entrevistas orientadas a indagar las diferentes posturas respecto a las transformaciones aceptadas y no aceptadas por distintos actores en este proceso de creación de un lugar turístico y patrimonial. En relación con esto fueron entrevistados empleados y funcionarios de las dependencias provinciales orientadas a la gestión turística y patrimonial, arquitectos, empresarios turísticos y trabajadores del sector turístico.

Las fuentes utilizadas fueron analizadas atendiendo a los criterios presentes en el accionar en pos de la transformación de la Quebrada en un lugar turístico y patrimonial.

También se analizaron estas fuentes intentando conocer las selecciones implicadas en la definición de este nuevo perfil para el lugar.

El **capítulo 12** busca conocer y analizar algunos aspectos conflictivos de las transformaciones que tuvieron lugar en la Quebrada a partir del crecimiento del turismo y la patrimonialización del lugar. Para ello se recurrió a una serie de fuentes secundarias, entre ellas algunos documentos producidos por actores vinculados y no vinculados con el turismo que se expresan en relación con la patrimonialización y el crecimiento del turismo en la zona (cartas, declaración en la prensa, legislación provincial, proyectos de desarrollo del turismo, manifestaciones en la vía pública, etc.) y registros producidos por la Secretaria de Turismo y Cultura provincial y las direcciones municipales en relación con los cambios producidos a partir del crecimiento en la oferta de servicios turísticos. Este capítulo también recoge el trabajo de generación de información primaria a través de entrevistas. La realización de entrevistas ha sido una tarea central para dar cuenta de las posiciones que distintos actores manifestaban en relación con la presencia del turismo y con la dirección que esperaban que el turismo tomara en el lugar. Esta información fue complementada con la observación en el lugar y el registro fotográfico de algunas de las manifestaciones a las que se hace mención.

La información brindada por las distintas fuentes fue analizada poniendo en evidencia las disputas implicadas en los intentos por transformar a la Quebrada en un lugar turístico y patrimonial.

### **5.3. Las transformaciones en la Quebrada durante el proceso de investigación**

Una cuestión que atravesó todo el proceso de investigación y que obligó a tomar decisiones sobre la marcha respecto a cuestiones tanto conceptuales como metodológicas, se vincula con las transformaciones recientes que se operaron en la Quebrada respecto al turismo. El crecimiento del turismo en la zona, sumado al reconocimiento de la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad de este lugar dieron inicio a un proceso de cambio acelerado y profundo que se desarrolló en simultáneo con la realización de la investigación. Los mismos procesos objeto de indagación y las transformaciones a ellos vinculadas hicieron necesaria la introducción de cambios en la investigación. Así, más allá de lo estimulante que resultaba abordar estos procesos de cambio permanente, también se generaban desafíos constantes para la investigación. Si bien se hará referencia a estas transformaciones a lo largo de toda la tesis, interesa realizar aquí sintéticamente una caracterización de los cambios que atravesó el destino turístico a lo largo de la investigación:

- cuando esta investigación comenzó, la Quebrada era un destino que se visitaba predominantemente en el día con excursiones que partían desde Salta o San Salvador de Jujuy y que poseía una escasa oferta de servicios turísticos. Ahora constituye un centro de estadía con una creciente oferta de servicios de alojamiento y gastronomía;

- la investigación se inició analizando un destino turístico que, si bien con cierto destaque, era uno más entre otros destinos del noroeste argentino. En el transcurso de la

investigación recibió la distinción patrimonial de la UNESCO y ahora constituye el único destino con un reconocimiento patrimonial internacional en la región;

- la presencia del turismo en la Quebrada afectaba a algunos residentes puntualmente, a diferencia de lo que acontece en la actualidad cuando el turismo atraviesa múltiples aspectos de la vida cotidiana de la mayoría de la población;

-la Quebrada siempre constituyó un destino turístico eminentemente nacional, siendo que ahora, y siguiendo la tendencia de muchos destinos argentinos, también es visitado crecientemente por extranjeros;

- al comenzar la investigación no existía una política turística (ni patrimonial) para la Quebrada a nivel nacional y provincial. En el transcurso de la investigación surgieron y se implementaron varios planes en este sentido.

Estas transformaciones implicaron ajustar las líneas de investigación, los objetivos y las conceptualizaciones utilizadas, para poder dar cuenta de cómo las transformaciones generadas por el turismo se articulaban con el proceso de patrimonialización del lugar, proceso que no había sido considerado en las primeras instancias de la investigación. Este giro se vio seguido de cambios menores que también se ajustaron a las transformaciones que tenían lugar en la Quebrada (consolidación del sector empresarial turístico, implementación de políticas turísticas, manifestaciones de descontento a partir de la presencia de nuevos actores en el lugar vinculados al turismo, etc.).

Estos cambios volvieron insuficiente gran parte de la información empírica generada en los comienzos de la investigación, así como las caracterizaciones generales que se ensayaban sobre la presencia del turismo en la Quebrada. Debido a ello, el proceso de generación de evidencia empírica implicó contemplar instancias de actualización constante de cierta información. La celeridad de los cambios en la Quebrada turística, por otro lado, incrementaba la dificultad del acceso a la información a través de la documentación, pues los cambios recientes raramente se plasman rápidamente en documentos, por lo que la única forma de tener información sobre los mismos era a través de las entrevistas. Esto se vincula estrechamente con lo señalado en relación con la generación de información primaria, es decir, la necesidad de entrevistar a algunos de los informantes clave en más de una oportunidad.

También es necesario decir que esta tesis se centra en las transformaciones ocurridas especialmente a partir de la década de 2000, momento en el cual se desarrolla con más fuerza el proceso de valorización turística de la Quebrada, de la mano de la patrimonialización del lugar. Sin embargo, el crecimiento marcado de la llegada de turistas es un proceso que se inicia antes, hacia mediados de la década de 1990. Incluso todo el proceso de valorización turística y de distinciones patrimoniales para distintos rasgos de la Quebrada también se inician con anterioridad. Por este motivo, era necesario considerar algunos aspectos históricos del desarrollo de la práctica turística. Dado que la valorización turística de la Quebrada de Humahuaca se entiende como un proceso que presenta continuidades y permanencias con lo que acontecía en otros momentos históricos, también se consideró necesario recuperar la dimensión histórica del

mismo, aunque el objetivo del trabajo claramente se aleja de una reconstrucción de la historia de dicho proceso.

#### **5.4. Aclaraciones vinculadas a la conceptualización de lugar**

Resulta apropiado realizar aquí algunas aclaraciones metodológicas relacionadas con concepto de lugar y su vinculación con el turismo, que se discutieron en detalle en el primer capítulo. La consideración de la Quebrada de Humahuaca como lugar turístico no pretende abordar una realidad que ocurre *dentro* de un área, la Quebrada de Humahuaca, que puede ser delimitada y luego estudiada en sus múltiples dimensiones: política, económica, social, turística. Por el contrario, cada una de estas dimensiones abordadas con fines de indagación académica o de intervención y orientadas por intereses específicos, podría generar una versión de la Quebrada de diferentes extensiones areales. Así, en este trabajo se abandona explícitamente la preocupación por los límites del lugar, o mejor dicho, por su delimitación previa al análisis.

Por supuesto que existe una idea más o menos generalizada entre distintos actores (locales, o de otros lugares) sobre qué es la Quebrada, o hasta dónde se extiende, pero en este caso se trata de una aproximación desde el sentido común que resulta útil tener presente para saber a qué se están refiriendo aquellas personas entrevistadas durante la investigación. Por otro lado, este topónimo o esta designación geográfica también recoge no solamente los acercamientos desde el sentido común, sino también los generados desde la academia, cuyos aportes definieron muy fuertemente la identidad de la Quebrada y las formas de entenderla que existen desde el sentido común y que alimentarán la mirada turística sobre el mismo; desde ellos, la delimitación areal, cuando es establecida, además, es heterogénea.

La Quebrada se aborda fundamentalmente en su dimensión turística, es decir, como el ámbito en el que se desarrolla parte sustancial del viaje turístico. Ésta tiene como centros históricos de visita las localidades de Humahuaca y Tilcara, a la que se agrega recientemente Purmamarca. La práctica turística se extiende hacia otras localidades de la Quebrada y esta extensión se ha modificado a lo largo del tiempo. Por ejemplo, mientras a comienzos del siglo XX Maimará era una de las localidades más importantes de veraneo hoy es poco frecuentada; lo mismo ocurre con Huacalera. Por otro lado, Purmamarca visitada tradicionalmente en el día, se transformó en un centro de pernocte en los últimos tres años. Además, la Quebrada como lugar turístico no se comprende escindida de otros lugares: fundamentalmente Salta y San Salvador de Jujuy, pero también otros como la Puna, San Pedro de Atacama, San Miguel de Tucumán y Buenos Aires. Por otro lado, la práctica turística en su evolución define un área sumamente cambiante: la inclusión de Iruya en la visita a la Quebrada, las excursiones a Salinas Grandes a partir de las mejoras en la ruta nacional N°52, la popularización de Casabindo han redefinido la presencia del turismo en la zona. Estos sitios quedaron incorporados a la Quebrada en un recorrido que antes no los incluía (al comienzo de la segunda parte de la tesis se incluye un mapa general del área de la Quebrada en el que aparecen representadas las localidades de la zona a las que se hace mención en el texto).



Esta forma de pensar el lugar turístico no implica ignorar la existencia de límites que, de distintas formas, se relacionan con la Quebrada. Las jurisdicciones de los municipios, la división departamental de la provincia, los límites provinciales también forman parte de la Quebrada como lugar turístico y definen los ámbitos de injerencia de distintos actores (organismos municipales, provinciales, nacionales) y de aplicación de las normativas o disposiciones generales que ellos promulgan.

Por otro lado, la declaración de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad creó una entidad que tiene una dimensión areal. Esta delimitación definirá también el área de injerencia de determinados actores, que se sumaron a los existentes con anterioridad a la patrimonialización. Esta área es considerada en el trabajo como un elemento más del proceso de patrimonialización pero no como un ámbito delimitado y excluyente dentro del cual se mueve la investigación; esto quiere decir que en el trabajo no se asimila la Quebrada como lugar turístico al área declarada Patrimonio de la Humanidad.

El trabajo de generación de información empírica, como ya se mencionara, implicó la consulta de documentación varia sobre el tema del crecimiento del turismo y la patrimonialización de la Quebrada, la realización de entrevistas y la observación en el lugar. Sin embargo, más allá de las localidades donde las entrevistas fueron realizadas, lo que importaba era quiénes estaban siendo indagados, en tanto representaban instituciones, sectores, grupos o simplemente individuos vinculados con el turismo o la patrimonialización de la Quebrada. En definitiva, lo que interesaba era indagar acerca de los actores protagonistas del proceso de crecimiento del turismo y la valorización turística del patrimonio de la Quebrada, cuyos ámbitos de injerencia o de acción se vinculaban con ella, más allá del lugar al que pudieran adscribirse.

Sin embargo, en el destino turístico sí se eligieron ciertos ámbitos geográficos específicos (las localidades de Tilcara, Purmamarca y Humahuaca) para conocer determinados procesos particulares o aspectos del proceso de valorización turística del patrimonio. Las localidades fueron definidos por el interés en abordar estas cuestiones específicas:

- la mayoría de las entrevistas a prestadores de servicios, trabajadores del sector, funcionarios y residentes (y también la observación y registro fotográfico) se realizaron en la localidad de Tilcara. Esta localidad, por un lado, es el principal centro de cambios operados en la Quebrada a partir del crecimiento del turismo (crecimiento de los pernoctes, incremento de la oferta turística) y por otro lado, también es el foco de los conflictos y manifestaciones en relación con la presencia del turismo en la zona y con la puesta en valor turístico de ese patrimonio;

- a pesar de que Tilcara concentró gran parte de la atención también resultaba de interés conocer las transformaciones recientes que se operaron en Purmamarca, donde el crecimiento del turismo fue mucho más abrupto, transformando radicalmente al pueblo en un breve lapso de tiempo;

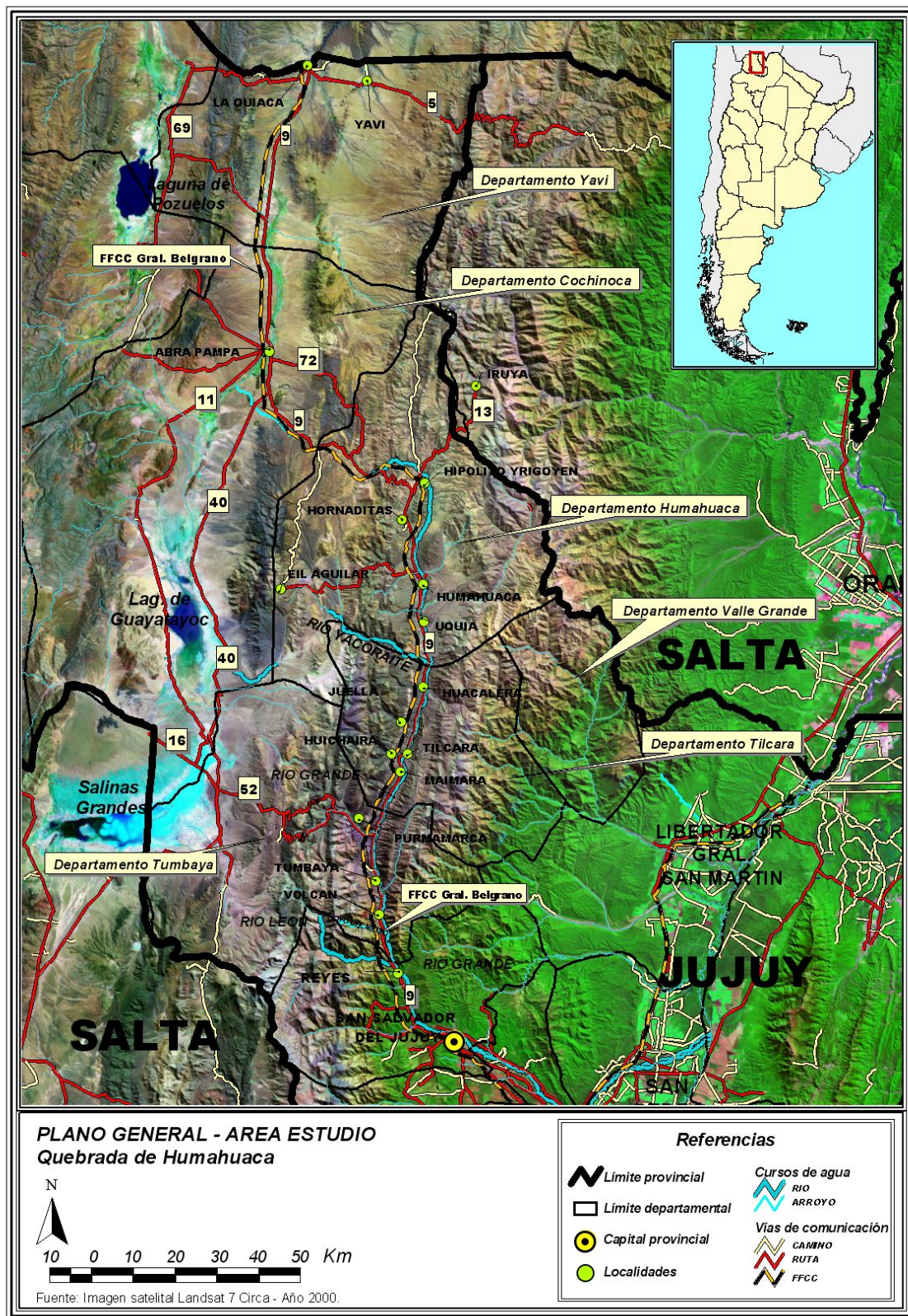
- además interesaba indagar en la situación de Humahuaca (centro histórico del turismo en la Quebrada) para compararla con la de Tilcara y Purmamarca, mucho más activas

desde el punto de vista turístico en la actualidad. Esta comparación da cuenta no sólo de la situación actual, sino también de una evolución diferencial de cada una de ellas.

Así, estas decisiones metodológicas en relación a la realización del trabajo de campo y la generación de información primaria resultaron pertinentes, en la medida en que respondía a la conceptualización de lugar adoptada en el trabajo.

**Parte II. Valorización turística de la Quebrada de  
Humahuaca: creando un lugar turístico y patrimonial**

## Quebrada de Humahuaca, provincia de Jujuy



Elaboración: Lucas Ramírez

## **Capítulo 6. La Quebrada de Humahuaca desde múltiples miradas**

En este capítulo se exponen las principales características de la Quebrada de Humahuaca en sus aspectos generales, para conocer las características del proceso de desarrollo del turismo, teniendo en cuenta los aspectos físico-naturales, históricos, económicos y socioculturales del lugar, tal cual se planteó en el primer objetivo específico. Para ello, se realiza una descripción general de la Quebrada de Humahuaca recogiendo los aportes que investigadores de diferentes disciplinas han realizado. La relevancia de esta presentación de la Quebrada reside, por un lado, en dar cuenta de las múltiples formas en que se ha retratado este lugar que aportan elementos para lograr una comprensión más acabada de la presencia del turismo. Por otro lado, la presentación de estas características es relevante en la medida en que algunas de ellas serán retomadas en los procesos de construcción de atractividad de este lugar.

La producción académica ha creado un cúmulo de información sobre diferentes aspectos de la Quebrada. Algunas temáticas o dimensiones del lugar han sido objeto de una larga tradición de trabajo en la zona, como sucede con el desarrollado por la arqueología. Sin embargo, varias disciplinas, entre ellas la historia, la antropología y la geografía también han aportado formas de comprender e interpretar el lugar. Para la elaboración de este capítulo se recurrió a textos académicos que analizan diferentes dimensiones de la Quebrada (aspectos físico-naturales, históricos, socioculturales) a partir de la cual se realizó la caracterización del lugar.

Además, esta presentación, que no escapa de ser también una selección sobre un lugar inabarcable en su totalidad, está orientada por la necesidad de conocer cómo la Quebrada es presentada por el saber experto, en tanto esta producción será fuente de información que colabore en la construcción de la Quebrada turística, fundamentalmente a través de la construcción de su atractividad y de su carácter patrimonial, temas que se desarrollarán en los capítulos siguientes.

### **6.1. La Quebrada de Humahuaca: el valle**

La Quebrada de Humahuaca suele definirse antes que nada como un valle. Sea porque el topónimo obliga a aclararlo (una quebrada es un valle) o por reproducir formas de definirla ya instaladas, la Quebrada se define por las características de su relieve. Es decir, es presentada a partir de sus características físico-naturales. Los estudios de este lugar informan que se trata de un valle consecuente, es decir que se ha acomodado a las condiciones estructurales existentes, por el que transita el río Grande en sentido norte-sur entre dos cordones montañosos pertenecientes a la cordillera oriental (Yanes, 1987). Por el oeste, la delimitan las sierras de Aguilar y de Chañi (lo que constituye el borde de la Puna) y al este las sierras de Zenta y Tilcara. Las características del valle, especialmente

su escaso desarrollo transversal (entre 3.000 y 100 metros) llevan a denominarlo quebrada (Reboratti y otros, 2003). Así, la formación de este valle se explica por una dinámica geológica (movimientos epirogénicos) a la que se le agrega en combinación la acción fluvial de los cursos de agua de la cuenca del río Grande (Reboratti y otros, 2003).

Los límites generalmente señalados para la Quebrada son la confluencia de los ríos de las quebradas de Tres Cruces y la Cueva (que dan origen al río Grande) hacia el norte, y hacia el sur la confluencia del río Grande con el río Reyes. A partir de este punto el río Grande continúa su recorrido hasta el valle de Jujuy, para torcer su curso hacia el este y luego hacia el norte; en esta segunda parte de su recorrido recibe el nombre de río San Francisco (recorriendo el este de la provincia de Jujuy). El río Grande-San Francisco forma parte de la Alta Cuenca del río Bermejo al cual se une para integrarse a la Cuenca del Plata (Yanes, 1987; Chiozza y Figueira, 1981).

El valle suele presentar en la Quebrada una pendiente importante, de 15 m por kilómetro entre Iturbe (3.400 m) y León (1.600 m). Asimismo, existe un desnivel importante (de 2.000 a 3.000 metros) entre las cumbres de las sierras que lo rodean (que varían entre los 5.100 m al este y 6.000 m al oeste) y el fondo del valle. El río Grande en la Quebrada se encuentra flanqueado por laderas muy accidentadas que producen que el perfil transversal del valle sea asimétrico, registrándose algunas diferencias entre las laderas que lo bordean por la margen izquierda (de mayor inclinación) y las de la margen derecha (de una inclinación más suave). Estas diferencias generan características asociadas en las quebradas adyacentes al río Grande que desembocan en él. De esta manera, mientras las quebradas orientales son cortas y de pendientes pronunciadas, las occidentales descienden de la Puna en forma más suave generando amplios valles (Yanes, 1987). En su recorrido por la Quebrada, el río Grande recibe a varios afluentes, entre los que se encuentran los que transcurren por las quebradas de Calete, Yacoraite, Juella, Huichairas, Purmamarca y el arroyo del Medio.

En cuanto a las condiciones climáticas, la zona de la cordillera oriental se encuentra en el dominio de los vientos provenientes del este (océano Atlántico); sin embargo, la presencia tanto de la cordillera oriental como de las sierras subandinas al este de las mismas constituyen barreras orográficas que impiden la llegada de la humedad que estos vientos traen. Por este motivo, el clima del área se caracteriza por ser árido con escasos valores de precipitaciones anuales, concentrados especialmente en verano. Las mismas son de carácter breve y torrencial, variando sus volúmenes según las distintas zonas: entre 120 y 300 mm hacia el norte correspondiéndose con las mayores alturas del terreno y 900 mm hacia el sur, donde predominan menores alturas sobre el nivel del mar (Reboratti y otros, 2003; Yanes, 1987; Combetto y da Veiga, 1967).

El desarrollo en altura de este sistema orográfico impide la presencia de temperaturas elevadas, aún tratándose de una localización en áreas tropicales. Por ese mismo motivo, el clima se caracteriza por la presencia de grandes amplitudes térmicas diarias<sup>133</sup>. La

---

<sup>133</sup> La sequedad y transparencia del aire de la Quebrada permiten una buena insolación durante el día favoreciendo el calentamiento del suelo, pero estas mismas condiciones son las que impedirán retener este calor produciendo la amplitud térmica diaria que varía entre los 16°C y los 20°C (y excepcionalmente los 30°C en las zonas cercanas a la Puna (Reboratti y otros, 2003).

vegetación natural de la zona está compuesta por especies xerófilas, presentándose el suelo desnudo en grandes extensiones en la zona norte. En el sur, por el contrario, el clima menos árido permitió la presencia de una selva de montaña con pastizales de altura (Reboratti y otros, 2003).

Estas condiciones de aridez influyen en la dinámica hídrica de la zona: el río Grande y sus afluentes sufren variaciones de caudal durante el año, registrando crecidas en la época estival cuando se registran las mayores precipitaciones. En efecto, las precipitaciones estacionales han determinado que los cursos de agua de la zona tengan un régimen irregular, aumentando su caudal durante el verano y generando el arrastre de materiales en esa época. La baja cobertura del suelo, unida a las características litológicas y la torrencialidad de las precipitaciones, han favorecido procesos de modelado del paisaje, dominados por la acción de erosión y depositación de los cursos de agua y la erosión pluvial.

Uno de los fenómenos geomorfológicos más importantes que tiene lugar en la Quebrada vinculado a este hecho son los torrentes de barro (localmente llamados volcanes), consistentes en el arrastre de materiales sueltos durante las lluvias torrenciales. El más importante de estos eventos ocurre en la desembocadura del arroyo del Medio<sup>134</sup> en el río Grande, lugar donde la depositación de materiales acarreados por el curso de agua presenta un desnivel de 500 m con respecto al fondo del valle del río Grande y generan ciertos inconvenientes para el normal tránsito de vehículos por la ruta nacional N°9, muy cercana al mismo (Yanes, 1987; Chiozza y Figueira, 1981). Otro rasgo geomorfológico de la zona es la formación de terrazas fluviales a lo largo del río Grande, así como también de sus tributarios. Esto es consecuencia de la acción erosiva de los cursos de agua, formando nuevos lechos que se acomodan encajándose en los más antiguos, los cuales quedan como zonas más elevadas conformando las terrazas.

## **6.2. La Quebrada de Humahuaca: su pasado**

Se estima que la ocupación de la Quebrada de Humahuaca lleva al menos 11.000 años, con la presencia de grupos de cazadores recolectores y posteriormente con el desarrollo de grupos sedentarios que organizaron una producción agrícola de secano y cría de animales (llamas). Los vestigios de los grupos de cazadores-recolectores han sido encontrados en áreas resguardadas como cuevas y aleros y consisten fundamentalmente en instrumentos de piedra y hueso y manifestaciones de arte rupestre. Con el dominio de la agricultura y la domesticación de animales llegaría una nueva forma de organización en aldeas, constituida por poblados dispersos entre sí y cercanos a las áreas de producción. Estas aldeas crecieron en número, población, complejidad y hacia el año 700 d.C. se encontraban instaladas en varios sectores de la cuenca del río Grande (Reboratti y otros, 2003).

Algunas evidencias arqueológicas muestran que a partir del primer milenio d.C. se manifestaron algunos cambios en los grupos que se asentaron tanto en los Andes

---

<sup>134</sup> Para un análisis en la evolución y dinámica del arroyo del Medio, véase Maas y otros (2003).

centrales como meridionales marcados por tensiones y conflictos que dieron lugar a cambios en los asentamientos, diferenciaciones territoriales y consolidación de nuevas jerarquías políticas y sociales. Como parte de estos procesos se consolida la localización de la población en pucarás (emplazamientos en altura)<sup>135</sup>. El crecimiento poblacional que acompañó estas transformaciones necesitó la extensión de tierras de cultivo y la creación de una nueva infraestructura (sistemas de riego, terrazas de cultivo). Al mismo tiempo se conformaron sectores que concentraron cierta cuota de poder, acentuando jerarquías y desigualdades. En el siglo XV la conquista incaica impuso transformaciones no sólo políticas (como consecuencia de la anexión al imperio) sino también económicas (a través de formas de tributo conocida como mita) (Sica, Bovi y Mallagray, 2006).

Las incursiones de los españoles luego de la conquista fueron intermitentes y estuvieron frenadas por la resistencia que ofrecían las poblaciones originarias. La presencia española definitiva en la Quebrada se daría en 1595 cuando Francisco de Argañaraz (fundador de San Salvador de Jujuy) emprende una expedición a la Quebrada, dominando a los grupos aborígenes y permitiendo la concreción del sistema de encomiendas de vecinos de las ciudades de Tarija, San Salvador de Jujuy y Salta y el asentamiento de la población española en la zona. Los encomenderos reasentaron a la población aborígen en zonas bajas cerca de los pucarás, conformando lo que se llamó pueblos de indios. Para estos pueblos se reconoció la posibilidad de poseer tierras comunales en sus cercanías, las que darían lugar a varias de las localidades de la Quebrada (Humahuaca, Tilcara, Purmamarca, Uquía). La posesión de la tierra combinaba estas tierras comunales con otras de propiedad privada (a partir del otorgamiento de mercedes) que dieron paso a la conformación de haciendas. En términos económicos esta área estaba vinculada con el Perú a partir del abastecimiento al tránsito entre el norte y el sur (Sica, Bovi y Mallagray, 2006). Las guerras que se sucederían luego de la Revolución de Mayo de 1810 traerían a la Quebrada la presencia intermitente de tropas del ejército del norte y de realistas, que utilizarían el área como base de operaciones y área de abastecimiento y pillaje (Conti, 2006).

En 1839 las tierras en propiedad comunal de la Quebrada de Humahuaca atraviesan un proceso de enfiteusis, consistente en el reparto de la tierra entre los comuneros de manera privada a cambio del pago de un canon, el cual se intensificaría con la ley de ventas de tierras públicas de 1860 (Madrazo, 1990). Este proceso permitió la apropiación de tierras por algunas familias poderosas de la zona; los beneficiarios de este proceso y de la posterior ley de venta de tierras públicas en el sector medio de la Quebrada fueron las familias Álvarez Prado y Torrico, que se sumaron a las grandes familias que habían concentrado tierras a partir de mercedes en el sur de la Quebrada. Luego -en 1949 y durante el primer gobierno peronista a través del decreto N° 18.341- algunas de las haciendas se declararon sujetas a expropiación pasando a ser administradas por el gobierno nacional (a través del Banco de la Nación); en 1959 son transferidas a la jurisdicción provincial que iniciaría un lento proceso de adjudicación de esas tierras a los aborígenes (Rutledge, 1987).

---

<sup>135</sup> Los principales pucarás en la Quebrada son los de Tilcara, Yacoraité, Hornillos, Capo Morado, Caleté, La Huerta, Volcán y Los Amarillos.



La estructura agraria se completaba con la presencia de campesinos y arrendatarios que, hacia fines del siglo XIX, conforman un mapa rural caracterizado, por la presencia de grandes haciendas con arrendatarios y coexistiendo con pequeñas unidades de producción de subsistencia. La producción de ganado para abastecer al Alto Perú y el cultivo de forrajes para el ganado en pie que se dirigía a ese destino, progresivamente fueron reemplazados por una producción agrícola y la zona de la Quebrada, a partir de la presencia del ferrocarril (década de 1900), comenzó a abastecer el mercado interno argentino (Sica, Bovi y Mallagray, 2006).

Para ese momento la Quebrada también comienza a ser utilizada con fines de ocio por sectores acomodados de la sociedad jujeña, salteña y tucumana que instalarán en algunas de las localidades del valle sus casas de veraneo (aspecto que se abordará con más detalle en el capítulo siguiente).

### **6.3. La Quebrada de Humahuaca: la ruta histórica**

Se estima que los grupos sedentarios que organizaron la producción agrícola en la Quebrada mantenían vínculos comerciales con el sur de Bolivia a través de la Quebrada, a la vez que se registraba una movilidad transversal a la Quebrada que conectaba el Chaco con la Puna y la costa del Pacífico. Con la presencia incaica en la Quebrada en el siglo XV, este lugar aparecerá formando parte del sistema de caminos que construirá el imperio inca en su área de dominio. A lo largo de la Quebrada se ubicará un camino principal complementado con caminos secundarios transversales, acompañados de tambos o postas (Reboratti y otros, 2003).

Luego de la llegada de los españoles en el siglo XVI y durante la época colonial, la Quebrada de Humahuaca sirvió de ruta con fines comerciales que vinculaba el Alto Perú con otras áreas del sur del Virreinato del Río de la Plata y continuó con esta función durante el inicio del período independiente. La actividad económica predominante en la actual provincia de Jujuy durante el período colonial estaba definida principalmente por la cría de ganado en los valles de la provincia, destinado a abastecer el mercado del Alto Perú con animales de carga y de hacienda en pie, actividad que también se realizaba en la Quebrada de Humahuaca. Por otro lado, todos los productos que se generaban en el resto del territorio del Virreinato tenían como uno de los pasos obligados la provincia de Jujuy en su camino al Alto Perú (Seca, 1989). En el siglo XVIII con la instauración del Virreinato del Río de la Plata, se creó un sistema de postas, que en el tramo de la Quebrada se conocía como Camino Real (Reboratti y otros, 2003). A comienzos del siglo XIX con las guerras por la independencia, la Quebrada también constituyó un área de paso con fines militares (tropas y armas). En este mismo período también continuó con su rol de zona de intercambio comercial con el sur de Bolivia<sup>136</sup>.

---

<sup>136</sup> Esto se ilustra en la descripción hecha de la zona por Luis Brackebush en 1883: "... aquí empieza el gran camino á Bolivia por la Quebrada de Humahuaca, camino ya muy transitado en tiempos de los Incas y por donde los Peruanos entraron en los distritos argentinos para sus conquistas". "Actualmente por la ocupación chilena de las provincias bolivianas situadas en el Pacífico, este camino es sumamente frecuentado. Miles de mulas y muchísimos carros cargados viajan continuamente á Bolivia ó vienen de allá". (...) "Un sinnúmero de cajones de todos tamaños,

Desde la década de 1900 y hasta principios de la década de 1990, circuló por la Quebrada de Humahuaca un ramal del ferrocarril General Belgrano que conectaba la ciudad de San Salvador de Jujuy con La Quiaca. La presencia de este servicio de transporte reforzaría el carácter de vía de comunicación de la Quebrada. Sin embargo, este hecho estuvo asociado al cambio de orientación de la economía de la provincia -y del Noroeste en general- hacia un nuevo mercado: el mercado nacional argentino. El mismo surgiría como consecuencia de la implementación de un nuevo modelo económico, de orientación agroexportadora que se vincularía al surgimiento de economías regionales orientadas a satisfacer las necesidades generadas en las grandes ciudades, principalmente Buenos Aires (Madrazo, 1990).

Desde la década de 1940 se extiende, por el fondo del valle, la ruta nacional N° 9 que llega hasta el límite con Bolivia (uniendo San Salvador de Jujuy con las localidades de la Quebrada) y conforma la principal vía de comunicación utilizada para el transporte de pasajeros y mercaderías. Esta ruta fue pavimentada en la década de 1970 en el tramo San Salvador- Humahuaca y completada su pavimentación en la década de 2000 en el tramo Humahuaca- La Quiaca. Ha experimentado cambios en el trazado en la década de 1970 en las cercanías de Purmamarca y en la década de 2000 en las cercanías de Bárcena.

Con el cierre del ramal ferroviario que cubría el tramo San Salvador de Jujuy-La Quiaca en 1992, la ruta adquiere el carácter de única vía de comunicación. Esta ruta se vincula con la ruta nacional N° 52 que conecta este valle con el paso de Jama hacia Chile (pavimentada en 2005) y otras rutas provinciales que llegan hasta localidades más pequeñas en la Puna y el este de la provincia de Jujuy y Salta. La ruta nacional N° 9 también se conecta, a través de la ruta nacional N° 52, con la ruta nacional 40 que en la provincia de Jujuy circula en paralelo a la ruta N°9 pero atravesando la Puna. Hoy en día la ruta nacional N°9 organiza las visitas turísticas a la Quebrada, así como el desplazamiento de la población residente entre los pueblos y hacia San Salvador de Jujuy.

#### **6.4. La Quebrada de Humahuaca productiva**

El paso de las corrientes comerciales por el territorio jujeño a través de la Quebrada de Humahuaca en la época colonial la convirtió en el lugar de último engorde del ganado que era llevado a las minas del Alto Perú. Este tránsito importante hacia el norte transformó la economía de la Quebrada<sup>137</sup>. En este período coexistían dos tipos de

---

barriles, hasta pianos, se llevan á la república vecina, proveyéndola con lo necesario, principalmente á las empresas mineras entre las que descollan las de Huanchaca, cuyas riquezas son verdaderamente asombrosas, y cuyos metales ya fundidos, ya en bruto, se llevan por el mismo camino a Tucumán, donde el ferro-carril los recibe para llevarlos al Atlántico. -Así vienen y salen las tropas como en camino de hormigas y dan una vida extraordinaria a estos parajes lejanos” (Brackebush, 1883: 9,10).

<sup>137</sup> Seca afirma que “como consecuencia del establecimiento de este intenso tránsito ganadero, amplios sectores de la Quebrada se dedicaron al cultivo de forrajeras, en especial alfalfa,

cultivos en la Quebrada, uno comercial, orientado a satisfacer las necesidades del principal mercado de la época y otro de autoconsumo, orientado a satisfacer las necesidades de la población de la zona.

A través de los trabajos realizados por Brackebush y Holmberg, a raíz de viajes de estudios para la prospección de depósitos de petróleo en el primer caso, y de caracterización agrícola de la provincia de Jujuy en el segundo, y de la información provista por el Segundo Censo Nacional de 1895, se cuenta con algunos indicios de la producción en la Quebrada antes de la llegada del ferrocarril. A través de estos documentos puede saberse que la actividad económica de esta zona hacia fines del siglo pasado y principios del actual quedaba conformada, en áreas cercanas a Humahuaca, por el cultivo de alfalfa junto con otras especies (papa, haba, garbanzo, centeno, cebada y trigo). Maimará era la zona más importante de producción, con cultivos de alfalfa, cebada y haba. Por otro lado, en la parte sur de la Quebrada de Humahuaca, se desarrollaba la ganadería con más recurrencia que la producción agrícola, destacándose el ganado vacuno (Holmberg, 1904; Brackebush, 1883)<sup>138</sup>.

Esta organización económica se mantuvo en la Quebrada de Humahuaca durante todo el período colonial, e incluso durante casi todo el siglo XIX, momento en el cual los territorios de las actuales provincias del norte argentino y la actual Bolivia pasaron a constituir entidades político administrativas diferentes. La llegada del ferrocarril al noroeste se relaciona con esta conformación nueva de la economía de la zona debido a que su arribo a la ciudad de San Miguel de Tucumán, facilitó la llegada de los productos norteños hasta Buenos Aires para ser comercializados. La incorporación de la provincia de Jujuy al mercado nacional se realiza a través de la industria azucarera<sup>139</sup>. A partir de este momento se produce una etapa de estancamiento económico para la Quebrada de Humahuaca que va a alcanzar su punto más álgido con la llegada del ferrocarril a Tilcara

---

perdurando paralelamente una agricultura de subsistencia que seguía basándose en el cultivo del maíz, cereal al que se le sumaba ahora el trigo y otras especies introducidas por los españoles” (Seca, 1989:50).

<sup>138</sup> El censo de 1869 ya señalaba para los departamentos de Tilcara, Tumbaya y Humahuaca: “[Tilcara] ocupa todo el valle, unas veces estrecho, otras veces de una legua de anchura”. “La inclinación del terreno permite un regadío fácil, y las pequeñas gargantas que en este valle desembocan son perfectamente cultivadas” (...) “Este departamento es esencialmente agrícola, y en sus importantes sementeras se notan la inteligencia, el trabajo y la abundancia” (Censo Nacional de Población de 1869: 567). Con respecto a Tumbaya la descripción es la siguiente: “Esta sección se emplea en la cría de vacas, ovejas, llamas, alpacas, mulas y caballos”. “La agricultura apenas llena las necesidades de la pequeña población, porque los habitantes dicen que los terrenos bastantes salitrosos no se prestan a este género de industria” (Censo Nacional de Población de 1869: 567). Por último la referencia a Humahuaca no menciona tareas relacionadas con la agricultura: “Las mesetas y las alturas de la quebrada se emplean en la criaderos de hacienda” (...) “Este departamento, última villa argentina al N., es el lugar de tránsito obligado para los viajeros que se dirigen a Bolivia ó al Perú” (Censo Nacional de Población de 1869: 569).

<sup>139</sup> “Con la llegada del ferrocarril a Tucumán en 1875, todo el Noroeste se acerca a los mercados del Plata y comienza a revertir definitivamente la dirección de sus flujos comerciales. Jujuy participará activamente en la configuración de ese mercado nacional a través de su naciente industria azucarera, que con los albores del nuevo siglo se convertirá en el sector más floreciente de su economía” (Seca, 1989:55).

en 1906<sup>140</sup>. De esta manera la Quebrada de Humahuaca a fines del siglo XIX y comienzos del XX se introduce en un proceso de cambio: pasará de constituir una zona de provisión de alimentos al ganado en tránsito, a convertirse en una zona de abundantes cultivos de frutales y hortalizas. También surgen cambios desde el punto de vista demográfico, ya que se constituirá en un punto de emisión de población migrante en forma estacional y permanente hacia la zafra azucarera y otras actividades económicas de la provincia, dinámica que se mantendrá hasta la década de 1980.

En las últimas dos décadas del siglo XX la Quebrada de Humahuaca sufrió ciertos cambios en su aspecto productivo: el proceso de modernización agraria en la producción de hortalizas convive con otras actividades que se llevan a cabo en forma simultánea (producción de cultivos tradicionales de subsistencia como papa, maíz y haba) y producción de frutales y flores. Las zonas más importantes de cultivo de hortalizas son las áreas cercanas al río Grande, es decir las explotaciones ubicadas en su valle. Si bien el cultivo de hortalizas se realiza a lo largo de todo el valle, existen ciertas zonas en donde éste es más intensivo: las cercanas a las localidades de Maimará, Tilcara y Huacalera. En estas áreas los terrenos bajo cultivo suelen ser más amplios y cuentan con una mejor disposición de agua que los ubicados en las quebradas transversales al río Grande; por otra parte, la escasa mecanización que se registra en la zona se encuentra concentrada allí (Karasik, 1994; Troncoso, 1998). La importancia de la producción de hortalizas en algunas zonas del fondo de valle del río Grande como por ejemplo Maimará, no se explica por un aumento de la superficie cultivada en la zona sino por la introducción de ciertas innovaciones como el uso de semillas, fertilizantes y agroquímicos, variando también la importancia de los productos que se cultivan, desplazándose desde los cultivos tradicionales hacia las nuevas especies hortícolas (Arzeno y Castro, 1998). También se ha incorporado en el área de fondo de valle de la localidad de Maimará infraestructura (invernaderos) y maquinaria (tractores) para la producción de hortalizas y flores. Las actividades productivas agropecuarias se complementan con la actividad minera (extracción de cal en las cercanías de Volcán) y las actividades del sector terciario (administración pública y turismo).

## **6.5. La Quebrada de Humahuaca: sus aspectos socioculturales**

La mayoría de las localidades urbanas (y turísticas) de la Quebrada quedan comprendidas en los departamentos provinciales de Humahuaca, Tilcara y Tumbaya. Los tres departamentos se encuentran atravesados por el río Grande, en cuyo valle se localizan los principales núcleos urbanos (centros que concentran infraestructura, servicios y actividades turísticas) y las principales actividades productivas. La población de la Quebrada se concentra principalmente en las localidades de Humahuaca y Tilcara (7.985 y 4.358 habitantes respectivamente en 2001).

---

<sup>140</sup> Seca señala que “el nuevo medio de transporte borró para siempre del ámbito quebradeño el trajinar de los arreos de ganado y de las tropas de mulas. Con ello caducaron una multiplicidad de relaciones comerciales y productivas que habían activado la vida de la zona durante varios siglos” (Seca, 1989:55).

Cuadro 6.1. Población total, superficie y densidad de población de la provincia de Jujuy y los departamentos de la Quebrada. Año 2001

	Cantidad de habitantes	Sup en km <sup>2</sup>	Densidad hab/km <sup>2</sup>
Provincia de Jujuy	611.888	53.219	11,5
Humahuaca	16.765	3.792	4,4
Tilcara	10.403	1.845	5,6
Tumbaya	4.553	3.442	1,3

Fuente: elaboración propia en base a datos del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001 (INDEC) y del Instituto Geográfico Militar.

Cuadro 6.2. Población por localidades de la Quebrada de Humahuaca. Año 2001

Localidad	Departamento	Población
Humahuaca	Humahuaca	7.985
Tilcara	Tilcara	4.358
Maimará	Tilcara	2.240
Volcán	Tumbaya	1.048
Huacalera	Tilcara	767
Uquía (Est. Senador Pérez)	Humahuaca	525
Hipólito Yrigoyen (Est. Iturbe)	Humahuaca	514
Pumamarca	Tumbaya	510
Tres Cruces	Humahuaca	431
Tumbaya	Tumbaya	321
Colonia San José (13)	Tilcara	236
Juella	Tilcara	188
Coctaca	Humahuaca	187
Bárcena	Tumbaya	158

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001 (INDEC).

El valle (donde se localizan estos centros) ocupa sólo una porción de cada uno de estos departamentos. En efecto, estos tres departamentos abarcan además del valle, áreas de la Puna y los valles orientales, por lo que es necesario tener en cuenta que la información presentada incluye un área mucho mayor a aquella en la que se desarrolla el turismo. En la Quebrada se encuentran definidos municipios y comisiones municipales como instituciones de gobierno local. Las dos localidades con más cantidad de población son las que cuentan con municipios (a la vez incluyen poblados menores) (ver cuadro 6.3)<sup>141</sup>.

<sup>141</sup> En la Constitución de la provincia de Jujuy se establece que aquellos centros de población que superen los 3.000 habitantes conforman municipios, mientras que las poblaciones con menos de 3.000 habitantes están a cargo de las comisiones municipales.

Cuadro 6.3. Municipios y comisiones municipales para las localidades de la Quebrada

<b>Departamento de Tumbaya</b>
<b>Comisiones municipales</b>
Tumbaya
Purmamarca
Volcán
<b>Departamento de Tilcara</b>
<b>Municipio</b>
Tilcara
<b>Comisiones municipales</b>
Hipólito Yrigoyen
Maimará
Huacalera
<b>Departamento de Humahuaca</b>
<b>Municipio</b>
Humahuaca
<b>Comisión municipal</b>
Tres Cruces

Fuente: Censo Nacional de Población, Hogares y Vivienda 2001 (INDEC).

Uno de los aspectos socioeconómicos más relevantes de la Quebrada que ha recibido también mayor atención es la movilidad de la población. Los aportes sobre los procesos migratorios, en general, vienen de la mano de estudios sobre las transformaciones en las actividades económicas de la Quebrada, la provincia o el noroeste. Las formas de movilidad de la población de la Quebrada en el siglo XX se inauguran a partir de la década de 1930 con el desarrollo de la industria azucarera en el noroeste del país. La integración de la población de la Quebrada de Humahuaca a esta actividad se dio fundamentalmente a través de la provisión de mano de obra, generando desplazamientos de carácter tanto definitivos como estacionales hacia la zona de producción de caña de azúcar, localizada en la provincia de Jujuy y Salta<sup>142</sup>.

Durante el siglo XIX la población campesina de la Quebrada de Humahuaca se dedicaba fundamentalmente a la agricultura y la ganadería como actividades principales complementándolas con las actividades textiles. La mano de obra utilizada para estas tareas era básicamente familiar. El mercado de trabajo fue casi inexistente dentro del ámbito de la Quebrada, debido, por un lado, a la baja demanda de mano de obra (las haciendas ya tenían arrendatarios que trabajaban en ella) y por otro, a la baja oferta, a causa de las actividades agrícolas desarrolladas por la población que les permitían vivir sin un salario (Teruel, 1995). La incorporación de la población de la Quebrada al mercado de trabajo creado por los ingenios azucareros fue lenta (debido a que subsistían fuera de este mercado), pero cuando ocurrió produjo “un deterioro en las economías domésticas y la presión a través de los poderes públicos y privados. La necesidad de pagar los arriendos, los impuestos y hacer frente a los mínimos requerimientos de la unidad

<sup>142</sup> La población de la Quebrada y de la Puna reemplazó a la población aborigen proveniente del Chaco que se encontraba trabajando en los ingenios hasta ese momento (Karasik, s/f).

familiar, probablemente hizo que la venta de fuerza de trabajo de alguno de sus miembros se constituyese en una estrategia para, paradójicamente, mantener la economía campesina” (Teruel, 1995:108). Si bien a partir de la década de 1940 ciertas formas de coacción extra-económicas para la incorporación de trabajadores a los ingenios que existían hasta ese momento cesaron de producirse, la llegada de trabajadores a los ingenios no se interrumpió, manteniéndose por el contrario con las consecuentes condiciones que esta modalidad de trabajo había creado<sup>143</sup> hasta la etapa de comienzos de la mecanización (mediados de la década de 1960). Las migraciones estacionales fueron las que, en mayor medida caracterizaron la incorporación de campesinos en el trabajo en la agroindustria azucarera, sin estar ausente la modalidad de migración definitiva hacia las ciudades cercanas a los ingenios (Karasik, s/f). Para el traslado hacia el valle del río San Francisco, lugar donde se hallan asentados la mayoría de los ingenios, los habitantes de la Quebrada de Humahuaca utilizaban el ferrocarril que unía La Quiaca con la ciudad de San Salvador de Jujuy. Desde allí partía el tren que trasladaba a los trabajadores recorriendo el Ramal (valle del río San Francisco) hasta las localidades donde se encontraban los ingenios (Reboratti, 1996).

La agroindustria azucarera no fue la única actividad económica que atrajo población de la Quebrada. Otras actividades desarrolladas en la provincia -como la cosecha de cítricos y hortalizas en el Ramal y la producción de tabaco en el sur de la provincia de Jujuy- generaron migraciones estacionales. Por otro lado, el desarrollo de la minería en el norte de la provincia (minas Aguilar y Pirquitas) indujo también el traslado de importantes contingentes poblacionales de la Quebrada a estos centros. Por otra parte, la presencia de otras actividades económicas desarrolladas en el país tuvo como consecuencia la generación de migraciones de carácter definitivo, principalmente hacia la ciudad de San Salvador de Jujuy y el Gran Buenos Aires, y otras ciudades argentinas, produciendo un crecimiento muy lento de la población en la Quebrada (Isla, 1992; Janoschka y Reboratti, 2003). Las localidades urbanas de la Quebrada también han sido destino de flujos migratorios. Según Janoschka y Reboratti (2003) estos centros reciben población proveniente principalmente del pueblo minero de El Aguilar<sup>144</sup>, de Bolivia, de las áreas rurales cercanas a estas localidades y, en menor medida, del Área Metropolitana de Buenos Aires y otras capitales del interior del país (muchos de estos últimos migrantes fueron quienes comenzaron a ofrecer servicios turísticos).

En relación con sus aspectos socioculturales, la Quebrada se caracteriza en el imaginario nacional y provincial a partir de ideas referidas a dos dimensiones: (a) una idea de la Quebrada como un lugar de una importante riqueza cultural y (b) ideas que hablan de un lugar con importantes problemas históricos para el acceso al trabajo y ciertas condiciones

---

<sup>143</sup> Karasik (s/f) da cuenta de estas condiciones: “La interrupción de la coacción extra-económica no significó el fin de la migración zafra a los ingenios. De hecho, impondría una serie de condicionamientos a las generaciones futuras: se incorporaba la relación salarial creando situaciones variables de dependencia en relación a ese recurso; se generalizaba en relación a ello las migraciones temporarias, y bajo una forma determinada: hacia una determinada rama de la actividad, a determinados destinos, y con una determinada temporalidad, la de la zafra” (Karasik, s/f:4).

<sup>144</sup> A principios de la década de 1990 la empresa que explota esta mina atraviesa una crisis a partir de la cual procede al despido de más de la mitad de sus trabajadores.

de vida que asocia esta zona con una de las áreas más pobres de la provincia y del país. De hecho, el porcentaje de población NBI para los departamentos de la Quebrada presenta valores por arriba de la media provincial (mayor a su vez a la media nacional) (ver cuadro 6.4) aunque estos valores han disminuido en las últimas décadas<sup>145</sup>. Otros indicadores demográficos a nivel provincial como la tasa de mortalidad infantil (por arriba de la media nacional) y la esperanza de vida (por debajo de la media nacional) también refuerzan esta caracterización de la provincia de Jujuy como una de las más desfavorecidas del país.

Cuadro 6.4. Población con Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI).Argentina, provincia de Jujuy y departamentos de la Quebrada. Año 2001

Departamento	Población		
	Total	Con NBI	%
Argentina	35.927.409	6.343.589	17,7
Provincia de Jujuy	608.402	175.179	28,8
Humahuaca	16.658	5.039	30,2
Tilcara	10.267	3.432	33,4
Tumbaya	4.465	1.520	34,0

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001

Nota: Este cuadro incluye a la población censada en la calle, esto explica las diferencias en los totales de población respecto del cuadro de población por departamento (cuadro 6.1).

Esta situación de la Quebrada (y en términos generales, de amplios sectores de la población provincial) se encuentra en relación con la dinámica de las actividades económicas y los mercados de trabajo creados en torno a ellas, a la vez que con el abandono progresivo de prácticas de producción para autoconsumo de los sectores campesinos que aseguraban cubrir parte de las necesidades de alimentación de la población. Las características de las actividades productivas de la Quebrada, orientadas fundamentalmente a una producción agropecuaria, acompañadas de actividades del sector terciario como la administración pública y recientemente el turismo, definen un mercado laboral que históricamente se complementó con el mercado laboral provincial (de la mano de la producción azucarera<sup>146</sup>, tabacalera<sup>147</sup>, minera<sup>148</sup> y siderúrgica<sup>149</sup> acompañadas por el empleo en distintas dependencias del sector público) y con el

<sup>145</sup> Para 1980 el porcentaje de población NBI de la provincia era de 48,8% y en 1991 de 35,5%.

<sup>146</sup> Los ingenios azucareros que contrataban mano de obra proveniente de la Quebrada de Humahuaca se encontraban localizados en el este de la provincia de Jujuy y la provincia de Salta. Esta producción se inició a comienzos del siglo XX.

<sup>147</sup> La producción de tabaco se inicia en el ámbito provincial en la década de 1950 orientada fundamentalmente a la producción de tabacos rubios (Burley y Virginia).

<sup>148</sup> La producción minera en la Puna se inicia con las actividades de las empresas Pirquitas (plomo y plata) y el Aguilar (plomo, plata y cinc) en la década de 1930.

<sup>149</sup> Fabricaciones Militares crea en 1943 los Altos Hornos Zapla en Palpalá (para la fundición de hierro proveniente de un yacimiento cercano a la localidad de Zapla).



mercado laboral nacional, generando como consecuencia los procesos migratorios a los que se hiciera referencia más arriba.

A partir de la década de 1980 y durante la década de 1990, una serie de cambios en las actividades económicas que se desarrollaban en la provincia y de medidas adoptadas por las empresas producen importantes reducciones en la cantidad de trabajadores empleados en ellas. Estos cambios son: el cierre de la mina Pan de Azúcar, la reducción de personal de las minas El Aguilar y Pirquitas; la privatización y reducción de personal de Altos Hornos Zapla; la reducción de personal de los ingenios azucareros, en un proceso que se venía acentuando desde la década de 1970; las privatización de los servicios públicos (agua, energía, banco provincial) con una reducción de personal a partir de la implementación del proceso de Reforma del Estado Nacional (ley N° 23.696/89) y el Pacto Federal para el Empleo, la Producción y el Crecimiento; y el cierre del tramo San Salvador de Jujuy- La Quiaca del ferrocarril Belgrano (Teruel, 2006; Gómez y Kindgard, 2006). Estos procesos produjeron importantes transformaciones laborales que, entre otras consecuencias, incentivaron movimientos de emigración de habitantes de la provincia hacia otras provincias del país.

Como se mencionara, no existe información actual sobre desocupación para la Quebrada. Los datos generados por la Encuesta Permanente de Hogares existentes para San Salvador de Jujuy y Palpalá muestran un aumento sostenido de la tasa de desocupación que va desde un 7,4% a un 20,5%<sup>150</sup> desde el año 1983 hasta el año 2003 (Gómez y Kindgard, 2006). La evolución de la tasa de desocupación para San Salvador de Jujuy desde 2004<sup>151</sup>, para el primer trimestre de cada año muestra una caída desde el 14,1% para 2004 al 8,2% en 2007<sup>152</sup>. Paralelamente a esto, se registra un incremento en el empleo en el sector estatal a la vez que aumentaron los trabajos por cuenta propia (Gómez y Kindgard, 2006). Esta situación respecto del mercado de trabajo estuvo acompañada durante las décadas de 1980 y 1990 de movilizaciones de agrupaciones sindicales a nivel provincial y movilizaciones de desocupados que tuvieron como una de sus manifestaciones principales los cortes de ruta desde 1997 y que tenían como objetivos principales el reclamo por trabajo y subsidios (Gómez y Kindgard, 2006).

En este contexto aumentó la modalidad de trabajo por cuenta propia, cuyo ritmo de crecimiento acompañó la disminución de trabajadores asalariados permanentes. Este último tipo de trabajadores a su vez, pasó a engrosar la lista de aquellos que trabajan en actividades dentro de la economía informal de la provincia (Lagos y Gutiérrez, 2006). Los datos sobre ocupación para la Quebrada generados a partir del censo de 2001 muestran que en los municipios de Humahuaca y Tilcara, alrededor del 30% de la población ocupada trabaja como asalariada en el sector público y un porcentaje similar es

---

<sup>150</sup> Datos correspondientes al mes de mayo.

<sup>151</sup> A partir de 2003 el diseño de la Encuesta Permanente de Hogares presenta cambios en lo referido a frecuencia, cuestionario y muestra.

<sup>152</sup> Es importante señalar que estos valores aumentan al no considerar a la población que percibe ingresos por los planes Jefes y Jefas que a partir de 2003 representan el 90% del total de los planes de empleo a nivel nacional. La población que percibe estos ingresos se encuentra contabilizada como población ocupada cuando realizan una contraprestación.

trabajador por cuenta propia. Los mismos porcentajes se repiten para Maimará, mientras que, por ejemplo, para el caso de Purmamarca valores de entre 20% y 25% se reparten entre trabajadores asalariados en el sector público, privado y trabajadores por cuenta propia, mientras llega a casi el 30% el porcentaje de trabajadores familiares. En general los valores de los porcentajes de trabajadores en el sector privado (que no superan el 35%<sup>153</sup>) se encuentran por debajo de los valores provinciales (41%) mientras que los valores correspondientes a los trabajadores por cuenta propia (que rondan entre el 20% y el 40%) y a los trabajadores familiares (entre el 10% y el 30%) superan ampliamente los valores provinciales (22% y 5%, respectivamente). Respecto de la desocupación en 2001, los valores para los municipios de la Quebrada no superaban el 12% en ningún caso, siendo que los valores más altos se encuentran en el departamento de Tilcara (en Maimará, Huacalera y Tilcara) y en Tres Cruces y Volcán. En ese año los valores registrados por el censo para el total de la provincia alcanzan el 14%.

La crisis de las actividades productivas y en general el aumento de la desocupación, fueron motivos para la intervención estatal, la que presentó formas alternativas para la obtención de ingresos de los sectores más afectados de la población de la Quebrada. Así, se ensayaron respuestas desde el asistencialismo con la administración a nivel provincial de algunos programas asistenciales, como el Programa Social Comunitario, el Programa Materno Infantil y Nutrición y el Programa Social Nutricional. El agro fue uno de los sectores que más asistencia recibió de la mano de la implementación de programas nacionales de desarrollo rural, como el Programa Social Agropecuario desde 1994 y el Programa Minifundio (INTA), desde 1995. Estos programas fueron acompañados también por el Programa Pro Huerta desde 1995 y por el PROINDER desde 2000.

Por otro lado, la Quebrada ha sido sede del accionar de algunas ONGs orientadas a brindar asistencia técnica vinculada fundamentalmente a la producción agropecuaria. Entre ellas se encuentra la Obra Claretiana para el Desarrollo (OCLADE) fundada en 1982 con ámbito de acción en la jurisdicción de la Prelatura de Humahuaca, el Centro Andino de Desarrollo, Investigación y Formación (CADIF) con presencia en la Quebrada desde 1989 brindando apoyo técnico y capacitación a productores y API (Asociación para la Promoción Integral) surgida en 1995 brindando principalmente apoyo técnico a productores. En el ámbito de la producción agropecuaria también se cuenta con la conformación de organizaciones de pequeños y medianos productores<sup>154</sup> y de trabajadores rurales, algunas conformadas por comunidades aborígenes (Manzanal y otros, 2006). Como otras áreas del país, entre la población de la Quebrada se encuentran destinatarios de los planes sociales creados a nivel nacional como el Plan Trabajar<sup>155</sup> - orientado a aquellos grupos de trabajadores desocupados más vulnerables que para percibir el ingreso adjudicado por el plan debían presentar un proyecto en forma individual o conjunta junto con organismo públicos u organismos descentralizados y entes autárquicos, empresas públicas y entidades comunitarias (Troncoso, 1998)- y Plan Jefes

---

<sup>153</sup>Volcán registra el 34,29% de la población ocupada como asalariado en el sector privado, probablemente empleados de la empresa calera.

<sup>154</sup>La más importante de ellas es Cauqueva (Cooperativa Agropecuaria y Artesanal Unión Quebrada y Valles Ltda.) conformada en 1996 y nuclea a 35 socios (Manzanal y otros, 2006).

<sup>155</sup>Implementado desde 1996 hasta 2002.

de Hogar (también denominado Derecho Familiar de Inclusión Social: Plan Jefes y Jefas Desocupados)<sup>156</sup>. En el segundo plan la contraparte consiste en trabajo comunitario, actividades de capacitación, asistencia a instituciones educativas o empleo en el sector privado con un salario subsidiado organizado por los gobiernos, ONGs locales y monitoreados por los gobiernos provincial y nacional (Galasso y Ravallion, 2003). También tiene presencia en la Quebrada desde 2003 el Plan de Desarrollo Local y Economía Social Manos a la Obra, orientado a brindar apoyo económico y financiero, fortalecimiento institucional y asistencia técnica y capacitación.

Existen otros aspectos socioeconómicos de la Quebrada, de relevancia para el trabajo de esta tesis, que no han sido abordados de manera central por la literatura académica. Uno de ellos es la trama social de la sociedad quebradeña. Una mirada actual en detalle sobre esta sociedad habla de diferenciaciones internas en distintos momentos de la historia. Gabriela Karasik analiza las formas en que se define la identidad en la localidad de Tilcara y la provincia de Jujuy en general en distintos momentos históricos y frente a determinados acontecimientos que pusieron en evidencia la manera en que los actores se definían a sí mismos y a otros (véase Karasik, 1994b y Karasik, 2006).

Por otro lado, las diferencias étnicas así como las relaciones entre patrones y empleados y entre propietarios de tierras y arrendatarios marcan las desigualdades de una sociedad que reconoce cierta elite que concentra el poder económico, político y social en la Quebrada (grupo que también incluye a los veraneantes). Por otro lado, los distintos sectores sociales en el contexto local se diferencian como aborígenes, criollos, bolivianos, mineros, jujeños y “gringos”. Los aborígenes y los criollos presentan cierta tradición de localización en los pueblos de la Quebrada; en el caso de los bolivianos y mineros<sup>157</sup>, se trata de inmigrantes más recientes. Los jujeños son aquellos originarios del sur de la provincia de Jujuy, especialmente de la capital provincial. El grupo de los gringos incluye un conjunto de migrantes recientes provenientes de distintos lugares del resto del país y los extranjeros.

Asimismo, la historia de las relaciones que los grupos aborígenes establecieron con otros grupos en el territorio provincial estuvo marcada por la predominancia de una actitud de desprecio para con ellos. Karasik (2006) realiza un recorrido por los distintos términos que fueron utilizados para referirse a estos grupos (indios, collas, bolivianos) y las ideas que vehiculizaban, que en general tenían un carácter ofensivo que mantienen en la actualidad. Entre ellos el apelativo colla<sup>158</sup>, en un primer momento utilizado para hacer referencia a la población boliviana, terminó imponiéndose para hacer referencia a la población del norte de la provincia de Jujuy, es decir, la población aborígen de la Quebrada y la Puna. La carga negativa de denominaciones como indio o colla limitaba su

---

<sup>156</sup>Implementado desde 2002 hasta la actualidad.

<sup>157</sup> Los mineros constituyen fundamentalmente ex-trabajadores de la mina Aguilar.

<sup>158</sup>En referencia al apelativo colla, tan caro a las caracterizaciones patrimoniales actuales de la Quebrada, es interesante recoger la aclaración que realiza Karasik (2006) respecto a la inexistencia de registros históricos que hagan referencia a un grupo étnico precolonial a partir de esta denominación. La denominación parece estar vinculada con una de las cuatro divisiones territoriales del imperio incaico (la que correspondía al sur).

uso a contextos familiares o entre pares, de una manera autoreferencial. Por el contrario, cuando este apelativo se recibía de alguien de fuera de esa categoría se recibía como insulto. Así, para estos grupos se fue conformando como opción preferible la utilización de referencias geográficas en términos identitarios (quebradeño, tilcareño, vallisto, puneño) (Karasik, 2006).

Sin embargo, en las últimas décadas se generaron ciertos procesos de reconocimiento de antecedentes aborígenes y de apelación a identidades aborígenes (Karasik, 2006) en un contexto de revalorización de otras culturas distintas a la occidental. En este contexto también se produce el reconocimiento institucional y legal de los grupos aborígenes a partir de la validación de un conjunto de derechos contemplados en el convenio 196 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), adoptado por la Argentina en 1992 (a través de la ley 24.071) y ratificado en 2000 (entrando en vigencia en julio del año siguiente). Este convenio insta a reconocer la propiedad comunal de las tierras de las comunidades originarias residentes en el territorio nacional. Por otro lado, también se realiza la incorporación de derechos especiales para los grupos aborígenes en la Constitución Nacional a partir de 1994<sup>159</sup>; el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (INAI) se constituyó en el organismo que administra la entrega de tierras a los aborígenes. En este contexto son frecuentes las actitudes de autoreferenciación aborígen mediante el uso de denominaciones como aborígen, indígena, colla, indio, originarios. Este contexto también ha dado lugar a la conformación de identidades políticas en torno a un eje étnico que permite expresar demandas específicas (en la Quebrada, fundamentalmente territoriales) (Karasik, 2006). A partir de esto se inició un proceso de conformación de comunidades aborígenes, en tanto esto constituye un requisito formal para aspirar a su reconocimiento y consecuente acceso a los beneficios previstos por ley.

Esta caracterización sociocultural de la Quebrada se completa con los cambios recientes en materia de prácticas religiosas en la Quebrada, en tanto otro aspecto que caracteriza la diversidad sociocultural de la Quebrada es la variedad de credos. La presencia española posterior a la conquista instauró la religión católica en la zona (como en el resto de América), sin embargo, el catolicismo estaría acompañado de ciertas creencias y manifestaciones culturales de origen prehispánico, de las cuales la más conocida es el culto a la Pachamama. Además, se suman al catolicismo y las creencias de origen prehispánico la presencia de la iglesia evangélica. Las iglesias evangélicas predominantes en la zona de la Quebrada y la Puna son la Bautista y la Iglesia Cristiana Evangélica, a las que se añade la Asamblea de Dios y el Movimiento Cristiano Misionero: Cristo la Respuesta (Segato s/f). Las iglesias evangélicas, claramente las menos asociadas al mapa religioso de la Quebrada, constituyen importantes instituciones que nuclean a población urbana y rural de la zona y cuentan con templos, programas radiales

---

<sup>159</sup> Así se expresa la constitución en su artículo 75: "Corresponde al Congreso: 17. "Reconocer la preexistencia étnica y cultural de los pueblos indígenas argentinos. Garantizar el respeto a su identidad y el derecho a una educación bilingüe e intercultural; reconocer la personería jurídica de sus comunidades, y la posesión y propiedad comunitarias de las tierras que tradicionalmente ocupan; y regular la entrega de otras aptas y suficientes para el desarrollo humano; ninguna de ellas será enajenable, transmisible ni susceptible de gravámenes o embargos. Asegurar su participación en la gestión referida a sus recursos naturales y a los demás intereses que los afecten. Las provincias podrán ejercer concurrentemente estas atribuciones".

y desarrollan también una activa participación en la política local (Lozano, 1995; Lozano, 2001; Segato, s/f).

## 6.6. Las múltiples formas de caracterizar el lugar

El lugar puede ser analizado desde distintas inquietudes, cada una de ellas poniendo el acento en distintos aspectos. En este trabajo se analiza la Quebrada de Humahuaca turística, sin que por ello se dejen de lado otros aspectos significativos del lugar. Esta es la razón por la que aquí resultaba de interés presentar al menos algunos aspectos de otras dimensiones de la Quebrada, pues ayudan a comprender el proceso de valorización turística de este lugar.

En efecto, las condiciones de vida de la población quebradeña consideradas en un contexto de crisis de las actividades productivas y del empleo serán argumentos para la intervención estatal y la puesta en marcha de nuevos planes (esta vez a partir del turismo) para paliar estas situaciones desfavorables. Por otro lado, el turismo se va a valer de muchas de las características de la Quebrada aquí presentadas para construir una versión de la Quebrada turística (en términos materiales y de representaciones). Así, estas formas de analizar, interpretar y retratar a la Quebrada desde el mundo académico van a producir la información de la cual se valdrán, por ejemplo, los promotores del turismo para promocionar el lugar y comercializar ciertos productos que incluyan estas características del lugar.

Desde el mundo académico se ha producido no sólo un conocimiento sobre formas de ocupación y usos del territorio pasados, sino que además se reunieron, identificando, clasificando y restaurando, evidencias materiales que ilustran y comprueban la presencia de distintos grupos. Estos aspectos serán de vital importancia para la justificación de la patrimonialización de la Quebrada, al tiempo que también constituirán atractivos turísticos observados en museos o *in situ* (en el caso de yacimientos y ruinas). Estas evidencias materiales guardarán coherencia con un relato que las organizará junto con un conjunto de datos, para construir un retrato turístico y patrimonial de la Quebrada. La apelación al saber experto será una garantía de veracidad para la información que se presente y que perdure y se reproduzca a través de estos relatos, aunque la indagación científica se mueva, la mayoría de las veces, sobre más incertidumbres que certezas. Así, más allá de las posibles hipótesis sobre determinado proceso, evento o grupo, algunas de estas hipótesis se manejarán como verdad en la promoción o la información que se brinda durante el viaje turístico.

De esta manera, las múltiples miradas sobre la Quebrada no sólo son miradas disciplinarias sobre distintos aspectos del lugar en un sentido aséptico, también son **miradas que construyen el lugar**, en el sentido que conforman maneras de comprenderlo. Múltiples actores y prácticas confluyen en la construcción de lugares y el saber experto y la investigación y producción de una literatura científica también participan en esta construcción de la Quebrada como lugar. Así, a los procesos que construyen a la Quebrada como lugar turístico se le suma la mirada académica que

también fue moldeando una forma de ver, de presentar, de describir, de caracterizar a la Quebrada. Teniendo en cuenta específicamente a la Quebrada como lugar turístico, este conocimiento será sometido a procesos de selección y también retomado, reproducido, procesado con fines turísticos y patrimoniales. Es decir, la Quebrada turística y patrimonial (a través de los procesos de construcción de atraktividad turística y de patrimonialización) se construirá en parte apelando a todas aquellas formas de retratar a la Quebrada que tuvieron como interés la indagación sobre otras dimensiones del lugar.

## Capítulo 7. El turismo en la Quebrada de Humahuaca

Los recorridos, las modalidades o los lugares de estadía turística en la Quebrada presentan similitudes y diferencias con aquellas del pasado. Si bien el grueso del movimiento de turistas pasa y pasó históricamente por las localidades de Tilcara, Humahuaca y Purmamarca, reafirmandolas y consolidándolas como núcleos de este destino turístico, existieron otras localidades que tuvieron su preeminencia como lugares de vacaciones a la vez que, en la actualidad, también existen nuevos recorridos y nuevas localidades que se suman a la visita turística a la Quebrada. Atendiendo al primer objetivo específico, en este capítulo se realiza una presentación del turismo en la Quebrada, teniendo en cuenta sus características desde sus comienzos a principios del siglo XX hasta la actualidad. Esta presentación tiene en cuenta las actividades realizadas por los turistas, los lugares visitados y el desarrollo de la infraestructura turística. Lo presentado aquí no se limita a lo acontecido en la Quebrada, sino que se analiza el papel de este destino en los circuitos u opciones para el turismo a nivel provincial, regional, nacional e internacional.

La producción académica acerca del turismo en la Quebrada es escasa y no se cuenta con una extensa literatura que haya abordado estos aspectos del lugar. El trabajo de Seca (1989) es uno de los primeros intentos por dar cuenta de ciertos aspectos del turismo en la Quebrada a partir del análisis de fuentes históricas. El turismo en su dimensión económica ha sido abordado por Janoschka (1999) quien realiza una caracterización de la dinámica de la práctica y concluye sobre la necesidad de promoción del turismo hacia la Quebrada, como paliativo de los procesos emigratorios que afectan a gran parte de la población del área.

Recientemente, las transformaciones que tuvieron lugar en la Quebrada, como consecuencia del crecimiento del turismo y la patrimonialización, han despertado el interés por el análisis de estos procesos, especialmente desde las temáticas vinculadas al patrimonio. Desde la antropología se abordaron las repercusiones del proceso de patrimonialización por la UNESCO (Belli y Slavutsky, 2006; Belli, Slavutsky y Argañaraz, 2006, 2006b) y desde la arqueología se realizaron interesantes reflexiones acerca de los significados del patrimonio para diferentes actores (Cruz y Seldes, 2006) así como también se hicieron propuestas para la puesta en valor del patrimonio arqueológico (Hernández Llosas, 2002).

Desde la geografía, por otro lado, se destacan los trabajos de Bertoncello, Castro y Zusman (2003 y 2003b) que elaboran conceptualizaciones para abordar la relación entre atraktividad turística y patrimonio haciendo referencia a los procesos que tienen lugar en la Quebrada de Humahuaca; el trabajo de Bertoncello y Troncoso (2003) que analiza la

puesta en valor turística de atractivos y patrimonio de la Quebrada y el lugar de este destino en una red que lo vincula con otros destinos turísticos nacionales e internacionales; y el trabajo de Castro y Zusman (2004) que indaga sobre la constitución de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad desde una perspectiva que analiza las interrelaciones de procesos a diferentes escalas (global y local).

La exposición aquí realizada acerca de la evolución del turismo en la Quebrada permite una introducción necesaria para el posterior análisis en detalle de ciertos aspectos relacionados con el desarrollo del turismo. Así, en este capítulo se realiza una presentación general de los procesos vinculados con el turismo en la Quebrada, para profundizar en los capítulos siguientes algunas cuestiones específicas referidas al proceso de valorización turística de la Quebrada y su patrimonio que conforman a la Quebrada como un lugar turístico y patrimonial.

## **7.1. El turismo en la Quebrada de Humahuaca durante el siglo XX**

Desde su frecuentación con motivos de ocio y salubridad a fines del siglo XIX hasta su consolidación como destino turístico nacional, la Quebrada ha atravesado una historia poco conocida. Esta historia prácticamente no estudiada que tiene como único referente académico el trabajo de Mirta Seca de 1989 “Introducción a la geografía histórica de la Quebrada de Humahuaca. Con especial referencia al pueblo de Tilcara”, requirió una larga tarea de consulta y sistematización de fuentes primarias para ser reconstruida. En este punto se presenta lo que constituye una somera caracterización sobre la práctica del turismo en la Quebrada en el siglo XX.

### **7.1.1. Las villas veraniegas de principios de siglo**

El área de la Quebrada de Humahuaca comienza a ser valorizada con fines de ocio en las primeras décadas del siglo XX. Una de las primeras formas en que se desarrolla el turismo es a partir del establecimiento de casas de veraneo en la zona, proceso que se ve favorecido por la llegada del ferrocarril a Humahuaca en 1906. Estas casas de veraneo eran utilizadas por los sectores acomodados de distintas ciudades del noroeste (San Miguel de Tucumán, Salta y San Salvador de Jujuy). El clima seco del área que la constituía en una zona libre del paludismo -enfermedad presente en áreas más húmedas del noroeste- era uno de los principales atractivos de la zona, visitada para eludir la enfermedad (Seca, 1989; Sánchez de Bustamante, 1937).

Existen algunos documentos que dan cuenta de la presencia de los turistas veraneantes en las localidades de la Quebrada. En la publicación *Jujuy a fines del siglo XIX y principios del siglo XX (Recuerdos personales)* publicado en 1965, Teodoro Sánchez de Bustamante expresa: “Varias veces, entre los años 1898 y 1910, he veraneado con mi familia en Tilcara, población que se encuentran en esta Quebrada, a 80 kilómetros de Jujuy. Cuando fuimos por primera vez a Tilcara, en el año 1898, aún no había sido construido el ferrocarril y no habían automóviles. Viajábamos en un coche, tirado por



caballos, por huellas que se desarrollaban, en su mayor parte, por la playa del río Grande. Nuestro viaje duró tres días. Tilcara era, entonces una rústica y silenciosa aldea. Sus casas eran bajas, con pisos de tierra apisonada, paredes de adobe, puertas de madera de cardón y techos formados por tablas de esta misma madera recubiertas de barro seco. Nosotros fuimos en ese año los únicos veraneantes” (1965, 12).

Mirta Seca (1989) afirma que en la década de 1920 la localidad de Tilcara duplicaba su población durante el verano con la llegada de turistas. La autora cita al intendente de la localidad en 1925, quien señala que durante el verano la población de la localidad ascendía a 1.500 personas, siendo que durante el año la población estable de Tilcara era de 800 (Seca, 1989). Según la autora, la tendencia al aumento de población estival se mantendría desde la década de 1920 a la de 1940, cuando las localidades de la Quebrada comenzaran a recibir más turistas, especialmente en el invierno. Para la década de 1920, Seca distingue dos opciones con respecto al alojamiento turístico: la existencia de dos hoteles (en 1921) propiedad de la familia Armanini (el segundo construido para complementar la oferta del primero) y la construcción de las casas de veraneo. Según la información provista por la autora, en 1935 el gobierno de la provincia de Jujuy autoriza la instalación de una sala de juegos en Tilcara y, para ese momento, el número de hoteles en la localidad asciende a 3 abiertos durante todo el año y uno habilitado en el verano (Seca, 1989). En este momento Maimará junto con Tilcara se constituye en uno de los principales centros de veraneo en la Quebrada.

En la década de 1930 José Armanini en su libro *A Jujuy* (1935), relata su llegada a Tilcara en el ferrocarril: “el convoy ha ascendido la última cuesta y se detiene en la estación ansiada. El pequeño andén está repleto de gente. Los turistas y veraneantes, como todos los días, se han dado cita allí; la espera del tren de pasajeros es un motivo de cita social de familias pertenecientes a las sociedades salteña, jujeña, tucumana y porteña” (Armanini, 1935: 98).

Además, desde las páginas de publicaciones como la *Revista Geográfica Americana* se realizaban descripciones de la Quebrada que hacen referencia a la presencia de turistas en las primeras décadas del siglo XX. Para comienzos de la década de 1930, la Quebrada era conocida por el trabajo de los arqueólogos en la zona (especialmente en relación con las tareas de excavación del Pucará de Tilcara que se llevaron adelante desde 1908) y por la presencia de varios artistas que habían elegido las localidades de la Quebrada como lugar de trabajo o residencia. Sin embargo, se reconoce que es una de las rutas menos frecuentadas por el turismo a nivel nacional. Para ese momento Tilcara era “centro de cultura y progreso de toda la Quebrada” a propósito de la instalación de la usina eléctrica. Por otro lado, La Quiaca constituía en la época un importante centro comercial que poseía infraestructura turística y que creció con la llegada del ferrocarril<sup>160</sup>. En un artículo de la década de 1940 se habla de Tilcara y Humahuaca “ya consideradas como centros veraniegos” y se afirma que “los viajeros que se dirigen a visitar las

---

<sup>160</sup> “La Quiaca es el centro de un intenso tráfico comercial, incluso con Bolivia, de donde allegan muchos pobladores a vender sus productos, y tienen en sus alrededores varios sitios de interés para el viajero. Hoteles y edificios de relativa elegancia nos dan una como ilusión de ciudad...” (Nagel, 1934: 554).

encantadoras villas de la quebrada de Humahuaca, cada vez son más y a ninguno le asusta la altura...” (Montagne, 1944: 62).

La presencia de turistas en estas localidades quebradeñas sólo está acompañada a nivel provincial por el aprovechamiento de las aguas termales de Reyes, desde los primeros años del siglo. En la *Guía general de la provincia de Jujuy*, publicada en 1904 su autor, Eulogio Solari, afirma que la provincia de Jujuy es rica en fuentes termales pero que son desconocidas por las dificultades de acceso y la falta de promoción que la colocan en situación de desventaja frente a las termas de Rosario de la Frontera y Puente del Inca. Sin embargo, el autor le augura un futuro turístico cuando Jujuy sea más conocido: “cuando esto suceda los *touristas* argentinos no tendrán necesidad de ir á Suiza para admirar panoramas espléndidos y escalar el Monte Blanco bastará que la moda establezca que debe irse al Norte, como hoy se vá á las sierras de Córdoba y Mar del Plata y en esta provincia hallará todo eso sin salir de casa y con menos desembolso” (Solari, 1904: 49) Al describir las formas de aprovechamiento de las aguas termales Solari hace alusión a un complejo de varios cuartos en los que se puede tomar baños (equipados con piletas), una gran casilla destinada a los bañistas pobres y un restaurant. Asimismo afirma que el gobierno provincial ha dotado al lugar de algunas comodidades: “ha efectuado refaccionar el camino que conduce á los baños y ha subvencionado á una mensageria que hace tres viajes semanales” (Solari, 1904: 53). Sin embargo, sugiere otras obras necesarias para que las termas “sean accesibles a todo el mundo”: la construcción de un amplio hotel no lujoso para que pueda ser accesible a todas las clases sociales y un sistema de transporte compuesto por varios ómnibus tirados por caballos que transporten entre 20 y 30 pasajeros<sup>161</sup>.

En las décadas de 1930 y 1940 los turistas que visitaban la localidad de Tilcara realizaban recorridos que incluían la visita al Pucará, a la Garganta del Diablo y a las lagunas vecinas. También se realizaban pic-nics a la orilla del río Grande, a la vez que tenían lugar en la localidad la organización de eventos sociales como las serenatas y los bailes típicos de la zona. La plaza de la localidad y la estación del tren eran los lugares de reunión, donde se escuchaba música o se conversaba (Ángel, 1934; Constanzo, 1945)<sup>162</sup>.

### 7.1.2. La consolidación del turismo en la Quebrada

El trazado de la ruta nacional N°9 en la década de 1940 y su pavimentación en la década de 1970 complementaron la presencia del ferrocarril en la Quebrada de Humahuaca. Estas dos formas de acceso a la Quebrada se mantuvieron hasta principios de la década de 1990, cuando el ramal del ferrocarril Belgrano suspende su funcionamiento. Los

---

<sup>161</sup> El Gran Hotel Casino Termas de Reyes se inauguraría en el año 1938.

<sup>162</sup> Las características que adquirirían los pueblos de la Quebrada como destino turístico se asemejaban a lo que ocurría en la localidad salteña de Cafayate. Allí, los propietarios rurales, progresivamente especializados en el cultivo de vid y producción de vino, mantenían ciertos lazos de amistad o parentesco con las elites de la capital provincial y de la ciudad de San Miguel de Tucumán que se traducían en invitaciones a pasar estadías (estivales) en la localidad de Cafayate. Así, Cafayate también se constituía en las primeras décadas del siglo en lugar del veraneo de la elite del norte argentino (Flores Klarik, 2001).

servicios necesarios para la circulación de automóviles por la Quebrada se completarían con la instalación de las estaciones de servicio del Automóvil Club Argentino, durante la década de 1940 (en Humahuaca y en La Quiaca). Por otro lado, en 1967 se inaugura el aeropuerto internacional El Cadillal en Perico, cerca de la ciudad de San Salvador de Jujuy, que permitiría el acceso más directo de los turistas a la capital provincial.

Con respecto a la infraestructura hotelera, entre principios de la década de 1960 y principios de la década de 1970 se inauguran los hoteles de turismo en Tilcara y Humahuaca, mucho después de que aconteciera lo mismo en otras áreas de la provincia y del noroeste. En efecto, el Hotel de Termas de Reyes ya existía desde fines de la década de 1930 y tanto en La Rioja y Catamarca la construcción de hoteles nacionales había comenzado a fines de la década de 1940 en Chilecito, Andalgalá, Ancasti, Catamarca y La Rioja (Memoria de la Administración General de Parque Nacionales y Turismo de 1948). Si bien para el caso de Jujuy hacia mediados de la década de 1940 se mencionaba la posibilidad de construir hoteles en la provincia, esta tarea estaría pendiente por más de diez años (revista *Automovilismo*, N° 333, 1946). El hotel Monterrey en la localidad de Humahuaca era el único que funcionaba en esa década como parada obligada para los viajeros que llegaban a la Quebrada en automóvil y se dirigían a las localidades de Humahuaca y La Quiaca (Kirbus, 2003).

Para fines de la década de 1950 existían algunos hoteles en la Quebrada: 1 en Volcán, 2 en Maimará, 4 en Tilcara, 1 en Huacalera (el Monterrey), 2 en Humahuaca, además de 6 hoteles en La Quiaca (*Revista al Servicio del Turismo*, 1958). En 1962 ya se encuentra construido el hotel de turismo de Tilcara y en 1973 queda finalizada la construcción del hotel de turismo de Humahuaca, proyecto que ya se había iniciado a fines de la década de 1940 (Valdivieso, 1967).

Hacia fines de la década de 1950 (1957) comienza a celebrarse el Enero Tilcareño que reúne eventos culturales y deportivos. Algunos de ellos se realizan en las casas particulares y otros son organizados por instituciones como los clubes. Entre estos eventos se encuentran exposiciones de pinturas, reuniones de lectura, torneos deportivos y concursos que premiaban la realización de arreglos florales entre los productores de flores de la localidad (*Consultor turístico Jujuy*, 1968). En este período se inauguran el Monumento a la Independencia (1950) en Humahuaca, y el Museo José Terry (1966) y el Museo Arqueológico (1968) en Tilcara.

Durante las décadas de 1960 y 1970 también el turismo en la Quebrada empieza a pensarse como una opción de desarrollo, siguiendo las propuestas desarrollistas que inspiraban la economía provincial (Teruel, 2006) y en consonancia con las formas de pensar el turismo de la época. En una publicidad que realiza la Dirección de Turismo provincial en 1969 se menciona al turismo como un polo de desarrollo apoyado fuertemente en la creación de infraestructura:

“El turismo ha sido encarado actualmente en Jujuy como un auténtico polo de desarrollo. Es decir que se tiende a una movilización integral de todo el potencial de sus posibilidades, para darle una estructura armónica y adecuada. A los hoteles existentes se agregarán otros, con lo que la capacidad habitacional de la provincia

será óptima; la construcción y el mejoramiento de rutas permitirá un acceso fácil, cómodo y atractivo a las zonas de mayor demanda...” (*La Nación*, 18/05/1969).

La misma fe puesta en el turismo se encuentra en la defensa a la construcción del hotel de turismo de Humahuaca que hiciera un vecino de la localidad: “un hotel, construido bajo el incentivo futurista y explotado con criterio meridiano y realista, acarreará con creces incalculables beneficios a la población. Sus habitantes gozarán de ellos, como merecida y ecuánime recompensa a todos sus desvelos” (Valdivieso, 1967: 15), para continuar señalando que “la anulación de esta magnífica obra [la construcción del hotel de turismo] retardará el progreso general de la región, cuyos efectos se harán sentir en la futura generación; sembrando cierta incertidumbre en las conciencias ciudadanas” y que “en la actualidad, solo y únicamente, hace falta un Moderno Hotel de Turismo, el cual inyectará un nuevo trájín, incansable, pletórico; para una vida lozana que acarreará una lluvia económica y bienhechora a sus hijos” (Valdivieso, 1967: 15). Desde los medios de comunicación también se presenta al turismo como una opción para el desarrollo de la provincia. En un artículo aparecido en *El Pregón* titulado “El turismo, tercera dimensión económica”, se habla del turismo como una actividad que “... se ha ido haciendo sostenida en nuestro medio, a favor de una demanda que aumenta y que alguna vez concluirá por ser sino la principal, al menos una de las más importantes fuentes de ingresos para la provincia” (*El Pregón*, 15/06/1977).

Las décadas de 1970 y 1980 terminarán de definir las características turísticas de la Quebrada que prevalecen hasta mediados de la década de 1990. La pavimentación de la ruta nacional N°9 favorecerá un desplazamiento más rápido a través de la Quebrada, permitiendo su visita en el día desde los centros de organización de tours (Tucumán, Salta y San Salvador de Jujuy). El crecimiento hotelero se estancará debido a esta forma de desplazamiento de los turistas y se desarrollará, especialmente en Humahuaca, el sector gastronómico destinado a brindar servicios de restauración a los grupos de turistas que, desde las ciudades mencionadas, se trasladaban en tours para llegar a Humahuaca al mediodía asistiendo a la bendición de la figura de San Francisco Solano que se asoma desde la torre del cabildo desde 1940.

Junto con el desarrollo de la infraestructura se definiría un nuevo rol dentro del turismo argentino para la Quebrada. El perfil que tendría la Quebrada de destino turístico de verano (para las elites regionales) se transformaría, hacia mediados del siglo XX, haciendo de ella un destino invernal (para el turismo nacional), como acontecería con todo el noroeste del país (Schlüter, 2001)<sup>163</sup>. En efecto, en las publicaciones turísticas de mediados del siglo XX aparece como una opción dentro de los destinos del turismo invernal<sup>164</sup>. Buscando romper con la estacionalidad que esto implicaba, surgirían desde el

---

<sup>163</sup> Así se expresa el artículo “Tucumán, Salta y Jujuy, metas del turismo invernal” de la revista Turismo del Touring Club Argentino: “Con la llegada del invierno, el clima subtropical y la tradición argentina llaman el interés de los turistas hacia el norte argentino en particular Tucumán, Salta y Jujuy” (*Turismo*, N°454, 1947: 2).

<sup>164</sup> Por ejemplo en la *Guía Argentina de Turismo* de 1955, en el capítulo dedicado al turismo de invierno la región del noroeste está contemplada como destino invernal junto con el sur, Mendoza y Cataratas del Iguazú. Esta misma publicación presenta un “calendario del turista para todo el

noroeste nuevas propuestas para pensar esta región como destino para otros momentos del año. En un folleto elaborado por la Dirección de Turismo de la provincia de Jujuy entre 1950 y 1955 se expresa que “todas las épocas del año son propicias” para el turismo en Jujuy; por otro lado, en su *Geografía de la provincia de Jujuy* de 1960, Saravia expresa que “Jujuy tiene el raro privilegio de que puede facilitar el turismo en todas las épocas de año. Es así una maravillosa región argentina que favorece la atracción de viajeros de todos los países y razas, no temporaria sino permanente, en las cuatro estaciones del año” (Saravia, 1960: 172)<sup>165</sup>. Estas preocupaciones por desmitificar el carácter de lugar caluroso de las provincias del norte, y la promoción de la visita a Jujuy en el verano serán preocupaciones que se extenderán hasta la actualidad<sup>166</sup>.

En las décadas posteriores se consolidaría la Quebrada como un destino turístico a nivel nacional con ciertos itinerarios más o menos fijos según se tratara de una visita por cuenta propia o con un tour. Así, en una visita a la Quebrada no podía faltar el paso por Tilcara para recorrer el Museo Arqueológico, la feria artesanal de la plaza y fundamentalmente el Pucará. La visita continuaba en Humahuaca, a la que se arribaba al mediodía donde se almorzaba en algunos de los restaurantes de la ciudad (entre ellos el más conocido, La Cacharpaya), que contaban con grandes salones para recibir a los contingentes de turistas. De hecho, otras localidades como Tilcara, que concentró siempre gran cantidad de turistas, poseían pocos lugares para comer hasta hace pocos años<sup>167</sup>. Durante las visitas a Humahuaca los guías locales, en general niños, ofrecían realizar visitas guiadas por la ciudad y los alrededores. El viaje se completaba con una parada en Purmamarca en el viaje de ida o de vuelta, cuando se emprendía el regreso a Salta o San Salvador de Jujuy. Para los tours organizados, durante el viaje los guías turísticos señalan diversos objetos de interés a un lado y otro de la ruta: la Posta de Hornillos, el cementerio en altura de Maimará con la Paleta del Pintor de fondo, el monolito que marca la latitud del Trópico de Capricornio y algunas formaciones rocosas curiosas.

Parte de este recorrido turístico clásico por la Quebrada de Humahuaca (presentado fundamentalmente por la visita de tours organizados) y en especial aquellas actividades

---

año” en el que el noroeste argentino se indica como destino para los meses de junio y julio (Morey, 1955).

<sup>165</sup> También la provincia de Salta intentará romper con la estacionalidad que limita la llegada de turistas al noroeste; en un texto elaborado por la Dirección provincial de turismo de Salta y reproducido en una guía turística de 1955 se expresa: “Cabe ahora una aclaración muy importante y que tiene por primordial objeto desvirtuar una noción errónea por la que se considera que en Salta sólo puede hacerse turismo en el invierno. La verdad es que puede realizarse desde el mes de enero a diciembre” (Morey, 1955).

<sup>166</sup> En efecto, en los folletos de promoción turística para la provincia de 2006, vuelve a aparecer esta idea: “Viva Jujuy en verano! A diferencia de lo que el imaginario popular puede suponer –equivocadamente- sobre la barrera que representa el calor para esta época, las diferentes zonas turísticas de Jujuy, incluida su Capital, cuentan con alternativas muy atractivas, confortables y muy lejos están del mito de ‘región calurosa’.”

<sup>167</sup> En efecto, en una guía turística de 1998 se menciona que no hay lugares para comer en Tilcara, panorama contrastante si se lo compara con la oferta gastronómica de esa localidad en la actualidad. La guía afirma: “Para alojarse existe una oferta confortable; sin embargo, para almorzar no existen muchas posibilidades. Hay opción de picnic” (*Guía turística YPF*, 1998: 268).

que se concentran en Humahuaca y la participación en ellas de la población de la localidad, fueron plasmadas en la canción “Humahuaca de pasada”, de Humahuaca Trío, un grupo de música originario de esa ciudad. Claramente la canción hace referencia a la Quebrada como destino de visita en el día. Además, se ofrece una caracterización de la relación que la población de la Quebrada mantiene con el turismo a través del ofrecimiento de servicios como las excursiones guiadas, la venta de souvenirs y artesanías y el recitado de poemas que realizan los chicos a cambio de dinero.

### **Humahuaca de pasada**

Sentada en Humahuaca, en la feria o en la plaza,  
con su huahuas ofreciendo su humildad.  
Ya llegan los turistas: ¡Anda china, vendele un hacha!  
O una chola de choloncas<sup>168</sup> al señor.  
Ya entraron a la iglesia,  
con guía a la Peña Blanca<sup>169</sup>,  
Viltipoco<sup>170</sup> de memoria recitó.  
¡Apurate! Que están llegando a la Cacharpaya.  
¡Apurate! Que ya han entrado en el Fortín<sup>171</sup>.  
¡Apurate! Que esta llegando a Fortunato<sup>172</sup>,  
y el guía flaco perdió un zapato  
por que le den su propina al fin  
Humahuaca de pasada, Humahuaca colonizada,  
y seguro que no vio nada de lo anterior.  
Inca Cueva o Sapagua<sup>173</sup>, andenes de cultivo en Coctaca,  
PachaMama no conocen tu valor.  
La mentira pata ancha  
omisiones controladas,  
no permiten descubrir el interior.  
Y vos...  
¡Apurate! Que están llegando a la Cacharpaya.  
¡Apurate! Que ya han entrado en el Fortín.  
¡Apurate! Que esta llegando a Fortunato,  
y el guía flaco perdió un zapato  
por que le den su propina al fin

## **7.2. El turismo en la Quebrada a partir de fines de la década de 1990**

El turismo en la Quebrada a partir de fines de la década de 1990 está caracterizado, por un lado, por su crecimiento. Con crecimiento se hace referencia, por un lado, al incremento de turistas que transitan y pernoctan en la Quebrada y por otro, al aumento

---

<sup>168</sup> Semillas con las cuales se elaboran muñecas con vestidos regionales.

<sup>169</sup> Formación rocosa en las cercanías de Humahuaca.

<sup>170</sup> Líder político aborigen que resistió el dominio español en la Quebrada.

<sup>171</sup> Establecimiento gastronómico de Humahuaca.

<sup>172</sup> La Peña de Fortunato Ramos, músico humahuaqueño.

<sup>173</sup> Inca Cueva y Sapagua son sitios de arte rupestre.

de la oferta de servicios turísticos que se brindan en el lugar. Además, el turismo en la Quebrada de Humahuaca se caracteriza por la incorporación de nuevos puntos a los recorridos realizados en la zona, ilustrando una multiplicidad de opciones.

Este crecimiento del turismo a partir de la década de 1990 traería consigo profundas transformaciones en el lugar, algunas de las cuales serán abordadas en los capítulos siguientes. Las formas de preparación y acondicionamiento de la Quebrada para la presencia de una mayor cantidad de turistas y prestadores de servicios, la creación de nuevas oportunidades laborales, el incremento de opciones para vincularse con el turismo desde la informalidad, la puesta en valor de aspectos culturales del lugar para que sean consumidos por el turismo, entre otros, serán procesos que otorgarán una nueva dinámica social, cultural, política y económica a la Quebrada.

Asimismo, este proceso de crecimiento del turismo también se daría en simultáneo con la patrimonialización de la Quebrada por la UNESCO (en 2003). Esta simultaneidad no es casual en la medida en que, como se sostiene en este trabajo, el incentivo al crecimiento del turismo y el impulso a la patrimonialización de la Quebrada formaron parte de un mismo proceso liderado a comienzos de la década de 2000 por la política provincial para hacer de Jujuy una provincia turística de la mano de la Quebrada de Humahuaca, su destino más tradicional, como punta de este proceso. La patrimonialización de la Quebrada por la UNESCO y la instalación de la idea de su carácter excepcional merecedor de la distinción, constituyeron puntos destacados de una política provincial que tomó aquellas características de la Quebrada (muchas de las cuales habían consagrado a este destino como un destino turístico nacional) para transformarla en un lugar de relevancia patrimonial.

Apelando a la fragmentación de la demanda turística en la actualidad y atendiendo a las nuevas inquietudes e intereses por conocer las culturas que manifiestan algunos sectores de la sociedad actual, la Quebrada, como tantos otros destinos turísticos, expuso sus cualidades culturales para satisfacer esa demanda. La patrimonialización fue la principal instancia para lograr eso: ya no se trataba únicamente de un destino descrito y fotografiado que se mostraba sugerente para aquellas inquietudes turísticas, sino que todas sus cualidades se encontraban certificadas por la UNESCO.

Si bien estos constituyen procesos sobre los que se explaya el capítulo 9, en esta instancia basta aclarar que la Quebrada se reinserta en el mundo del turismo en un momento caracterizado por la diversificación de productos, atendiendo a las especificidades de la demanda. Estos productos se orientan a un público especial, conocedor de las particularidades del lugar (su cultura, su gastronomía, su arte, su historia, sus festividades).

La exclusividad que caracteriza a este turismo, descrito en términos de turismo posfordista, se evidencia en los servicios ofrecidos. El tipo de alojamientos que crecen en los últimos años caracterizado por la atención personalizada, las excursiones a medida que ofrecen los guías, los platos sofisticados con ingredientes de la zona y las artesanías refinadas, serán los productos asociados a estas nuevas formas de hacer turismo en la Quebrada.

También se manifestarán ciertos procesos de fragmentación de la oferta turística. No sólo ofrecerán servicios las agencias de viaje con sede en la ciudad de Salta y San Salvador de Jujuy y los grandes hoteles instalados en estas ciudades, sino también pequeños prestadores de servicios. Éstos a partir de la compra o construcción de un establecimiento para alojamiento brindan servicios en la Quebrada y en ocasiones establecen un contacto directo con el cliente para ofrecer sus productos.

Como tantos otros destinos de la Argentina, la Quebrada anhela el crecimiento del turismo como solución a condiciones económicas y laborales desfavorables, buscando en él una alternativa para la generación de ingresos económicos para el “desarrollo”. En el contexto nacional de creación de nuevos productos asociados a destinos turísticos la Quebrada se especializará en ofrecer sus atractivos culturales dentro de las distintas modalidades turísticas que se ofrecen (turismo cultural, turismo patrimonial, turismo arqueológico, turismo étnico, turismo rural, etc.). La cultura no será lo único ofrecido por la Quebrada; también sus características naturales, propias de ambientes montañosos áridos, serán admiradas y disfrutadas a través de otras modalidades y actividades turísticas como el ecoturismo, el trekking, el turismo aventura, las cabalgatas, etc.

Además, más allá de las transformaciones en general que se operan en la Quebrada y en otros destinos, ésta redefine su posición en el conjunto de destinos turísticos con los cuales tradicionalmente se encuentra asociada, es decir, el noroeste del país.

#### 7.2.1. La Quebrada en los circuitos del turismo regional

La Quebrada de Humahuaca forma parte de un circuito turístico que incluye otros destinos del mundo andino. En efecto, ella suele visitarse como una etapa previa o final de un viaje hacia/desde Bolivia y/o Perú, e inclusive un viaje que abarque otros países de Sudamérica o América latina. Este tipo de recorridos es más frecuentemente realizado por turistas extranjeros. Para éstos la Quebrada también suele formar parte de un recorrido más amplio por la Argentina, que incluye otros puntos del país que no se encuentran articulados como circuitos turísticos; así, la Quebrada se visita en un mismo viaje a la Argentina junto con el sur o el noreste del país.

Sin embargo, tradicionalmente la Quebrada ha sido un destino que forma parte del noroeste como gran área o circuito turístico nacional<sup>174</sup>. En efecto, es frecuente que este destino se visite en un mismo viaje junto a otros de las provincias de Salta y Tucumán. En este circuito regional la principal ciudad del noroeste, desde la cual se realizan excursiones hacia toda la región, es Salta. Desde allí se visita la Quebrada de Humahuaca en la forma de dos circuitos que duran un día cada uno: uno de ellos llega hasta Purmamarca vía San Antonio de los Cobres, Salinas Grandes y la cuesta del Lipán y regresa desde ahí a Salta y otro que llega hasta Humahuaca pasando por San Salvador

---

<sup>174</sup> Jujuy recibe el 20% de los turistas llegados al noroeste; Salta, el 39%; Tucumán, el 23%, Santiago del Estero el 13% y Catamarca el 5% (PROFODE, 2004a).



de Jujuy y Quebrada de Humahuaca. Otras excursiones que involucran dos días son: Valles Calchaquíes y Tafí del Valle (Tucumán), e incluyendo a la Quebrada de Humahuaca: San Antonio de los Cobres, Salinas Grandes, Cuesta del Lipán, parando para pasar la noche en Purmamarca y siguiendo camino a Humahuaca. Esta opción puede prolongarse a tres días parando para pasar la noche en Humahuaca y visitando Iruya al otro día.

Salta se ha convertido en el centro de pernocte y el punto de partida hacia otras localidades turísticas del noroeste, ya que brinda una oferta turística que no concentra ninguna otra localidad de la región, asumiendo el rol que antes tenía San Miguel de Tucumán. Por otro lado, algunos le atribuyen este rol a partir de la presencia de ciertos atractivos turísticos en la ciudad que no tiene San Salvador de Jujuy (fundamentalmente su aspecto más colonial). Por ello, gran parte de los turistas que llegan a la Quebrada de Humahuaca mediante excursiones por agencias de viaje lo hacen desde Salta. Además, la provincia de Salta en los últimos años ha promocionado intensamente Iruya como lugar turístico y a esta localidad sólo se puede acceder a través de la Quebrada de Humahuaca.

A nivel provincial, la Quebrada constituye un área o circuito turístico entre los cuatro definidos dentro del territorio de la provincia de Jujuy (ver imagen 9.3 en el capítulo siguiente). La definición de cuáles son las áreas de la provincia y qué denominación tiene cada una es producto de una normativa. La ley provincial N°5.319 (4/07/2002) que reglamenta la “Ley marco para la actividad turística” en la provincia (N° 5.198 de 2000) y establece las siguientes áreas turísticas, las cuales constituyen agrupamientos de la totalidad de los departamentos de la provincia:

-Área de valles templados: departamentos de El Carmen, San Antonio, y Dr. Manuel Belgrano -donde se encuentra la capital provincial-, al sur

-Áreas de las yungas: departamentos de San Pedro, Ledesma, Santa Bárbara, Valle Grande y Palpala, al sudeste

-Área de la Quebrada: departamentos de Tumbaya, Tilcara y Humahuaca, en el centro

-Área de la Puna: departamentos de Cochinoca, Yavi, Rinconada, Santa Catalina y Susques, al oeste<sup>175</sup>

Esto permite ver que la política turística provincial, con la asistencia de instrumentos legales, organiza el turismo en el ámbito provincial definiendo y delimitando áreas que abarcan todo el territorio provincial. Para cada una de estas áreas se reforzará o creará una atractividad particular que especificará el perfil turístico de cada una de ellas (a la cual se hará referencia en el capítulo 8).

---

<sup>175</sup> Esta división en áreas turísticas modifica las delimitaciones regionales anteriores. En 1985 también mediante una ley (Ley N° 4179 “Declárase la actividad turística de interés prioritario provincial”) ya se habían definido tres áreas turísticas (Área de los lagos, Área de los valles, Área de Quebrada y Puna) posteriormente suspendida por la ley provincial N° 5012 (28/08/1997), la que se refería a áreas turísticas, sin definir las geográficamente.

### 7.2.2. La evolución de la llegada de turistas a la Quebrada

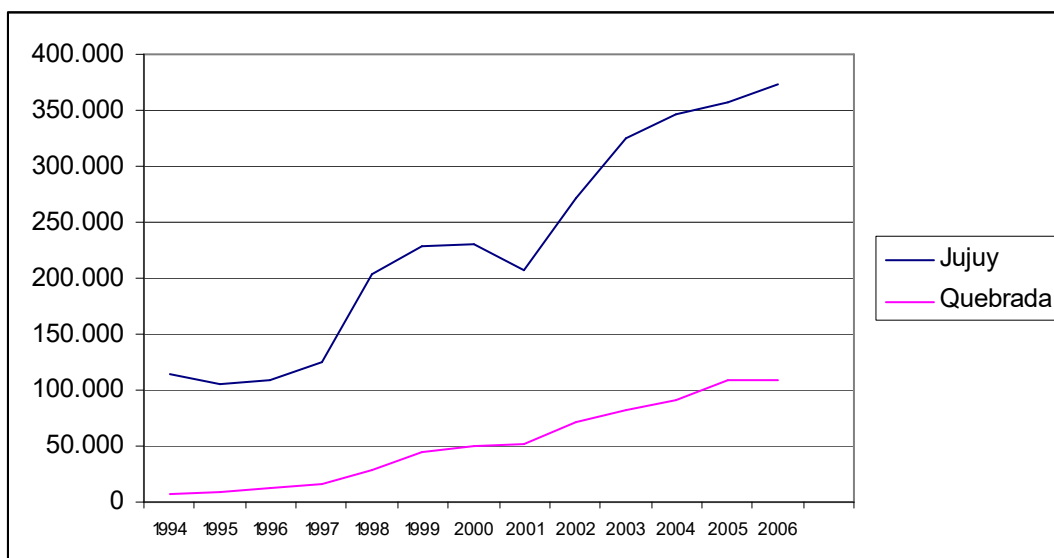
La llegada de turistas a la Quebrada, que fue constante a lo largo del siglo XX, en los últimos años experimentó un crecimiento notable, el cual comienza a partir de 1998 y se acelera en 2002 (ver gráfico 7.1). Las cifras oficiales que brinda la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy muestran que el arribo de turistas entre 1994 y 2006 creció más de quince veces (de 7.175 pasó a 109.057 arribos<sup>176</sup>). Para el año 2006 las localidades de Purmamarca, Maimará y Tilcara concentraban la mayor cantidad de turistas alojados en la Quebrada (72%) en comparación con las localidades de Uquía, Huacalera y Humahuaca (28%). La totalidad de turistas arribados a estas localidades representaban el 6% de los turistas llegados a la provincia en 1994, el 11% en 1996, el 14% en 1998, el 25% en 2001, porcentaje que se mantuvo casi sin modificaciones hasta 2005 y 2006, cuando fue de alrededor del 30% (ver el cuadro 7.1 donde se plasman los valores absolutos de arribos por regiones). Más de la mitad de los turistas arribados a la provincia se encuentran registrados en ciudad de San Salvador de Jujuy (55%), tradicional centro de pernocte. En los casos en que los turistas pernoctan en la Quebrada, permanecen alojados tres días (en promedio). La cantidad de días de estadía aumentó con respecto a mediados de la década de 1990 (1994) cuando era de 1,8 días.

Asimismo, la ocupación hotelera en la Quebrada también ha aumentado, acompañando el incremento de turistas y establecimientos hoteleros. En 1994 la ocupación fue del 13% mientras que en 2006 del 53% (del 74% para la Quebrada baja y el 43% para la Quebrada alta). En cuanto al origen de los turistas que llegan a la provincia, la mayoría lo hace desde otras áreas del país (79%). Si bien el porcentaje de turistas extranjeros es sólo del 21% en 2006, debe tenerse en cuenta que esta cifra aumentó en relación con la de 1994, cuando representaba el 6%.

---

<sup>176</sup> Los datos para el mismo período del total provincial muestran que estos valores se triplican (de 114.964 en 1994 pasa a 372.766 en 2006).

Gráfico 7.1. Evolución de arribos turísticos. Provincia de Jujuy y Quebrada de Humahuaca. 1994-2006



Fuente: Elaboración propia en base a información estadística brindada por la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy.

Los turistas nacionales arribados a la provincia provienen en su mayor parte de la región metropolitana de Buenos Aires cuyo porcentaje, respecto del total de turistas nacionales, ronda el 50% durante la década de 2000; luego siguen en orden de importancia, los provenientes del norte del país, del noreste, de Córdoba, de Cuyo y de Patagonia. El mayor porcentaje de extranjeros proviene de Europa (45% respecto del total de los turistas extranjeros durante la década de 2000).

Cuadro 7.1. Evolución de arribos de turistas por regiones de la provincia de Jujuy. 1994-2006

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Capital/Valles*	87.586	76.605	77.524	84.826	141.273	136.193	136.989	116.712	149.500	185.945	197.003	191.268	207.296
Quebrada*	7.175	9.413	11.946	16.297	29.232	44.412	49.467	51.948					
Pur.Tilc.Ma.									48.791	60.212	66.017	79.387	78.220
Uqu.Hua.Hca									23.493	21.778	25.945	29.583	30.837
Puna	6.272	6.690	5.989	7.973	13.316	18.531	14.957	16.701	26.311	29.398	33.201	31.568	32.012
Yungas	13.931	12.913	13.469	15.167	19.939	28.876	28.083	22.188	23.378	27.207	23.715	24.497	24.401
<b>TOTAL</b>	<b>114.964</b>	<b>105.621</b>	<b>108.928</b>	<b>124.263</b>	<b>203.760</b>	<b>228.012</b>	<b>229.496</b>	<b>207.549</b>	<b>271.473</b>	<b>324.540</b>	<b>345.881</b>	<b>356.303</b>	<b>372.766</b>

\*La región denominada Capital (San Salvador de Jujuy) hasta 2002, pasa a llamarse Valles en las estadísticas producidas por la Secretaría de Turismo y Cultura provincial a partir de ese año. También a partir de 2002 este organismo desagrega la información para la Quebrada en dos conjuntos de localidades: Purmamarca, Maimará y Tilcara (Quebrada baja) y Uquía, Huacalera y Humahuaca (Quebrada alta).

Fuente: Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy.

La llegada de turistas se incrementa en determinados períodos del año, algunos en relación con eventos festivos locales. Los acontecimientos locales que se constituyen en atractivos turísticos son el Enero Tilcareño<sup>177</sup>, el encuentro de copleros en febrero en Purmamarca, el carnaval (en casi todas las localidades pero especialmente en Tilcara y Humahuaca), la peregrinación hacia el santuario de la Virgen de Punta Corral en Semana Santa (desde Tilcara), las vacaciones de invierno<sup>178</sup>, las celebraciones con motivo del culto a la Pachamama desde el 1º de agosto y durante todo el mes y el Toreo de la Vincha en Casabindo el 15 de agosto. A nivel provincial los arribos aumentan durante los meses de enero, febrero y julio. Dependiendo de la fecha de celebración del carnaval y de las vacaciones de invierno, los meses de marzo y agosto también pueden presentar los valores más importantes de arribos durante el año.

Los meses de enero y febrero coinciden en general con las vacaciones de turistas argentinos, mientras que la presencia de turistas extranjeros es más notable en los meses de julio y agosto. Durante el mes de julio el movimiento de turistas nacionales también es mayor, así como durante los fines de semana largos.

La gran cantidad de turistas que recibe Tilcara en enero y febrero repercute en la localidad de Maimará. En los últimos dos años la localidad absorbió la demanda de alojamiento de Tilcara durante estos meses. Esto no constituye una novedad para la localidad de Maimará, la cual tuvo esa función ya en la época del turismo de veraneantes durante las celebraciones del Enero Tilcareño.

Entre las actividades que realizan los turistas en la Quebrada se encuentran los recorridos a los centros cívicos de las localidades, compra de artesanías, visitas a los museos, cabalgatas, excursiones a pie, excursiones a caballo, excursiones en camionetas visitando sitios arqueológicos, lagunas o localidades cercanas a Tilcara, Humahuaca y Purmamarca.

Más del 80% de los turistas que arriban a la provincia lo hacen por vía terrestre. Algunos llegan en vehículos propios, otros lo hacen en transporte colectivo y otro grupo accede a la Quebrada con las excursiones organizadas por agencias que parten de las ciudades de San Salvador de Jujuy o Salta.

Algunos turistas arriban a la provincia mediante la adquisición de un paquete turístico. Éste suelen tener una duración de siete noches cuando recorren varias provincias del noroeste. La mayor parte de los paquetes comercializados se organizan en base al pernocte en la ciudad de Salta, Tucumán, Tafí del Valle o Cafayate (CFI-D'Agnillo, 2001). Desde la ciudad de Salta parten excursiones que se realizan en el día a la Quebrada, o a la provincia de Jujuy en general, por lo que las estadísticas de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy que se presentan en este capítulo no contemplan ese tipo de movimiento. Sin embargo, y como se verá más

---

<sup>177</sup> Durante enero la ocupación hotelera de la Quebrada baja se mantuvo entre el 85% y el 90% desde 2002 hasta 2007.

<sup>178</sup> En 2004 y 2005 durante el mes de julio la Quebrada alcanzó picos de ocupación hotelera. Para la Quebrada baja el porcentaje de ocupación fue del 98% y para la Quebrada alta del 70-71%.

adelante, los pernóctes en la Quebrada han aumentado en los últimos años y algunos establecimientos hoteleros del lugar incluyen sus servicios en paquetes que combinan el pernócte en Salta y en Tilcara o Purmamarca.

### 7.2.3. La conformación de una nueva oferta turística en la Quebrada

La oferta turística en la Quebrada abarca especialmente los servicios de alojamiento y gastronomía y, en menor medida, se ofrecen otros servicios como caminatas, cabalgatas, servicios de guía de turismo, excursiones en camionetas 4x4, alquiler de bicicletas. Estos servicios muchas veces son ofrecidos en los establecimientos hoteleros y también por guías particulares. Si bien los particulares que ofrecen estos servicios suelen ser de la zona, las excursiones que se organizan desde San Salvador de Jujuy o Salta incluyen sus propios guías.

En los últimos cinco años el número de establecimientos de alojamiento en la Quebrada se duplicó y la cantidad de establecimientos planificados es del 60% respecto de los ya construidos (ver cuadro 7.2)<sup>179</sup>. La dinámica de la Quebrada supera a la dinámica provincial (con una capacidad de establecimientos que no llega a duplicarse) e incluso a la de San Salvador de Jujuy<sup>180</sup>. En relación con la evolución de los emprendimientos turísticos, las transformaciones más marcadas se registran en Tilcara y Purmamarca, y en menor medida en Humahuaca. Tilcara es la localidad donde más emprendimientos turísticos se han realizado en los últimos 5 años (en 2002 contaba con 16 establecimientos y en 2007 con 32). Si bien Purmamarca no cuenta con la capacidad de alojamiento de Tilcara ni el aumento en términos absolutos de la cantidad de establecimientos turísticos, es la que registra el mayor aumento relativo (el número de hoteles en las localidades aumentó de 6 a 19 desde 2002 a 2007). El crecimiento de los emprendimientos hoteleros en la localidad se expande a la vera de la ruta 52 (camino a las Salinas Grandes y el Paso de Jama). En Humahuaca el crecimiento de los emprendimientos turísticos también es menor que en Tilcara: entre el 2002 y el 2007 el número de establecimientos hoteleros pasó de 13 a 18. El crecimiento de Iruya como destino turístico repercutió en Humahuaca como lugar de pernócte ya que desde ahí es de donde sale la mayoría de las excursiones a Iruya.

---

<sup>179</sup> La cantidad de futuras construcciones asignadas a Tilcara no sólo se destaca del resto sino que representa un valor muy alto con respecto a los establecimientos que están en funcionamiento actualmente en la misma localidad. Si bien la observación en el lugar permite constatar que la cantidad de establecimientos en Tilcara es mucho mayor que la de otras localidades, el valor exacto de futuras construcciones no pudo ser ratificado ni rectificado por los funcionarios de la localidad durante las entrevistas.

<sup>180</sup> En San Salvador de Jujuy en 2002 había 26 establecimientos, en 2007, 42 y 16 futuras construcciones.

Cuadro 7.2. Evolución del número de establecimientos hoteleros por localidad\*

Localidades	2002	2003/04	2005	2006	2007	Futuras Construcciones
Huacalera	1	1	1	1	2	1
Humahuaca	13	13	14	16	18	5
Maimara	2	2	2	2	4	5
Purmamarca	6	9	12	16	19	6
Tilcara	16	20	25	27	32	32
Tumbaya	1	1	1	1	1	-
Uquía	2	2	3	3	3	-
Volcán	1	1	1	1	1	-
Total localidades Quebrada	42	49	59	67	80	49
Total provincial	109	122	149	162	189	93

\*No se contabilizan los campings

Fuente: Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy.

La capital provincial concentraba en 2003 el 58% de las plazas hoteleras<sup>181</sup> de la provincia y en 2006 pasó a concentrar el 56%. La Quebrada concentraba el 25% de las plazas en 2003 y en 2006 el 27% (ver cuadro 7.3). Cuando se comparan la cantidad de establecimientos para ambas zonas, se observa que la región de los valles contaba con 57 establecimientos en 2003 y 72 en 2006; la Quebrada, por otro lado, sumaba 54 establecimientos en 2003 y 72 en 2006 (ver cuadro 7.4). La diferencia entre porcentaje de plazas entre San Salvador de Jujuy y la Quebrada en 2006, mientras poseen la misma cantidad de establecimientos, se explican por el tipo de establecimientos que prevalece en cada localidad. Mientras en San Salvador se concentran grandes hoteles que tienen entre 20 y 60 habitaciones, en la Quebrada predominan las posadas u hosterías de entre 3 y 10 habitaciones, siendo que en raras ocasiones superan las 20 habitaciones (sólo cinco casos entre los que se encuentran los hoteles de turismo de Humahuaca y Tilcara).

Cuadro 7.3. Porcentaje de plazas hoteleras para los Valles y la Quebrada sobre el total de plazas de la provincia. 2003 y 2006

	2003	2006
Valles	58 %	56 %
Quebrada	25 %	27 %
Total	100	100

Fuente: Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy.

<sup>181</sup> Se encuentran contabilizadas las plazas en campings.

Cuadro 7.4. Cantidad de alojamientos en los Valles, la Quebrada y la provincia de Jujuy. 2003 y 2006

	2003	2006
Valles	57	72
Quebrada	54	72
Total	145	183

Fuente: Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy.

Los datos disponibles para la Quebrada muestran un aumento en la cantidad de alojamientos, habitaciones y plazas, especialmente para los establecimientos más pequeños (parahoteleros) (ver cuadros 7.5, 7.6 y 7.7).

Cuadro 7.5. Cantidad de alojamientos en la Quebrada de Humahuaca, según tipo. Años 2002, 2003 y 2006

	2002	2003	2006
Alojamientos hoteleros (hoteles)	-	3	3
Alojamientos parahoteleros (residenciales hosterías, cabañas, estancias, albergues)	-	46	64
Alojamiento colectivo - 340 carpas - 3 personas p/carpa	-	5	5
Total	42*	54	72

- No hay datos

\*No se contabilizan los campings

Fuente: Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy.



Cuadro 7.6. Cantidad de habitaciones en la Quebrada de Humahuaca, según tipo de alojamiento. Años 2001, 2003 y 2006

	2001	2003	2006
Alojamientos hoteleros (hoteles)	-	79	86
Alojamientos parahoteleros (residenciales hosterías, cabañas, estancias, albergues)	-	323	460
Alojamiento colectivo - 340 carpas - 3 personas p/carpa	--	--	--
Total	96*	402	546

- No hay datos.

-- No se contabiliza.

\* CFI- D'Agnillo (2001).

Fuente: Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy.

Cuadro 7.7. Cantidad de plazas en la Quebrada de Humahuaca, según tipo de alojamiento. Años 1996, 1998, 2003 y 2006

	1996	1998	2003	2006
Alojamientos hoteleros (hoteles)	-	-	174	260
Alojamientos parahoteleros (residenciales hosterías, cabañas, estancias, albergues)	-	-	923	1341
Alojamiento colectivo - 340 carpas - 3 personas p/carpa	-	-	1020	1020
Total	405*	638*	2117	2621

- No hay datos

\* CFI - Güidi y otros (2001).

Fuente: Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy.

La oferta de servicios turísticos se encuentra concentrada en parte por la Asociación de Turismo de Quebrada y Puna, la cual se inicia en mayo de 2001 y llega a contar con casi 70 socios. Los servicios que brindan sus asociados abarcan alojamiento,

gastronomía, servicios de guía, servicios de excursiones, venta de artesanías. Estos servicios se ofrecen en varios lugares de la Quebrada (Volcán, Purmamarca, Maimará, Tilcara, Humahuaca), de la provincia (San Salvador, Yala, la Quiaca, Yungas), e incluso en Buenos Aires (es el caso de una agencia de viajes). En Tilcara se concentran más del 50% de los prestadores.

El crecimiento de las inversiones dedicadas al turismo también está estimulado por la presencia de una legislación provincial (ley N° 5.428 de fomento y promoción para el desarrollo turístico) que contempla las exenciones impositivas (de hasta un 80% con un máximo de diez años en Ingresos Brutos, Impuesto inmobiliario, Impuesto a los sellos y tasas retributivas e Impuesto a los sellos y tasas de inscripción) y diferimiento de pago de impuestos, para aquellas inversiones destinadas a la oferta de servicios de hotelería, gastronomía (construcción, equipamiento, refacción), centros e instalaciones de descanso, tratamiento termal y recreación, explotación de servicios de transporte turístico, instalaciones de agencias de viajes, prestaciones para el turismo receptivo, urbanizaciones turísticas y desarrollo de artesanías (Secretaría de Turismo de la Nación, 2006).

Esta oferta se complementa con los servicios de excursiones que realizan visitas en el día a la Quebrada y que parten de Salta o San Salvador de Jujuy, donde los turistas pernoctan y donde las agencias de viaje tienen sede. La Cámara de Turismo de la provincia nuclea fundamentalmente a empresarios hoteleros que concentran su oferta en la ciudad de San Salvador, si bien en los últimos años ha sumado prestadores de servicios en la Quebrada.

Los servicios turísticos de alojamiento, gastronomía, excursiones se complementan con otros servicios ofrecidos en las localidades de la Quebrada, algunos de ellos desarrollados desde la economía informal. Algunos productos turísticos como artesanías, regionales, souvenirs son comercializados en los puntos estratégicos donde se detienen los turistas: plaza de las localidades de Purmamarca, Tilcara y Humahuaca, entrada al Pucará de Tilcara, Monumento a la Independencia, punto panorámico a la entrada de la quebrada de Purmamarca y el paseo de Los Colorados. En estos ámbitos, especialmente en las plazas, confluyen puestos de venta autorizados con el comercio informal, entre cuyos vendedores suelen generarse ciertas tensiones por la utilización de ese espacio de venta. En la plaza de Tilcara, donde se localizan los revendedores y los artesanos, estas tensiones generaron en un momento el traslado de los artesanos (otro lugar destinado a la venta de sus artesanías dispuesto por la municipalidad). Estos puntos también concentran actividades vinculadas con la mendicidad, practicada especialmente por niños. Algunos de ellos, sin embargo, venden souvenirs, le ofrecen al turista el recitado de coplas o poemas o sacarse una foto con ellos a cambio de dinero, golosinas u otros objetos. Estos lugares obligados de visita para los turistas, así como también las oficinas de información turística, suelen ser los puntos donde los guías turísticos locales ofrecen sus servicios.

Junto con estos emprendimientos turísticos es interesante mencionar el accionar tendiente a implementar proyectos de desarrollo del turismo que no están incluidos en la política estatal. Uno de ellos es el *Proyecto de ecoturismo cultural en*

*Hornaditas*(Humahuaca), impulsado por un consultor turístico en forma independiente. Éste no depende de financiamiento externo, sino que surgió como un proyecto de desarrollo del turismo con una inversión nula por parte de la población de la localidad: los interesados en participar brindarían alojamiento en sus propias viviendas y compartirían sus actividades diarias con los turistas. La vista de turistas se organiza en grupos reducidos que son trasladados desde San Salvador de Jujuy, los cuales pasan dos días en la localidad.

Otro de los proyectos es el del *Circuito de Turismo Rural en Comunidades Indígenas de los Andes*. Este proyecto instaló posadas en localidades de Quebrada y Puna (Argentina) y sur de Bolivia conformando un circuito turístico que une estas áreas. Además se brindó capacitación a la población local para la prestación de servicios turísticos. La Xunta de Galicia y la AECI participaron financiando el proyecto que se extendió desde julio de 2003 y finalizó en julio de 2004. Este proyecto tiene continuidad en la actualidad con la ONG Redes de Cooperación, con la misma fuente de financiamiento.

Algunas comunidades aborígenes con distintos estatus (reconocidas por el estado argentino, por organismos internacionales, o sin reconocimiento alguno) están comenzando a realizar emprendimientos turísticos con el apoyo de profesionales que actúan como consultores de las comunidades. En torno a estas formas de organización con vistas al turismo, se comenzó a conformar una red de etnoturismo que nuclea a estos distintos emprendimientos. Dentro de esta red, se plantea trabajar directamente con ciertas agencias de viajes nacionales y extranjeras que capten una demanda orientada a un turismo con pernocte en las casas de familia de las comunidades, participación en las actividades agrarias y realización de excursiones. También se plantea la necesidad de definir la capacidad de carga de las comunidades para decidir qué cantidad de turistas llegará a ellas. Además, entre las formas de organización que se contemplan se piensa en una distribución de los visitantes de manera que las familias se turnen en la recepción de los turistas. Estas organizaciones acuden a instituciones que brindan subsidios para realizar inversiones orientadas a la recepción de turistas. El trabajo en este tipo de emprendimientos comenzó en Finca Potreros (Iruya). En la Quebrada, la comunidad que está integrada en este proyecto es Hornaditas, donde ya se había comenzado a recibir turistas.

Otros actores no vinculados directamente con el turismo también incursionan en él. Es el caso de Cauqueva (cooperativa que nuclea a productores agrarios de la Quebrada) que instaló en 2004 un Museo de la Vida Campesina en Maimará. Si bien el turismo no está entre las prioridades de la cooperativa, ésta tiene en marcha la iniciativa del museo en el que se comercializan productos obtenidos en las fincas de los miembros de la organización y se está contemplando la posibilidad de realizar visitas con turistas a estas fincas. También comenzó la construcción de un vivero para ser visitado y la instalación de una cocina donde se harían demostraciones de preparaciones con productos andinos.

Entre el conjunto de actores vinculados al turismo la situación privilegiada de la Asociación de Turismo de Quebrada y Puna no reside sólo en la cantidad de sus miembros sino también en su capacidad para redefinir la trama de actores vinculados

al turismo en la Quebrada. En sus comienzos sus primeros socios habían realizado intentos frustrados de asociarse con la Cámara de Turismo de Jujuy que concentraba empresarios con emprendimientos de mayor envergadura (fundamentalmente grandes hoteles y agencias de viaje, localizados en la ciudad de San Salvador de Jujuy). La Asociación se mantendría como una organización aparte que reuniría cada vez más miembros, a la vez que los servicios ofrecidos en materia de alojamiento en la Quebrada permitían el pernocte de los turistas en esas localidades. Como se mencionó anteriormente, la Quebrada se transformaría en un lugar de pernocte desde el cual se realizarían visitas a otras zonas. De hecho en algunos establecimientos hoteleros de la Quebrada en sus páginas de Internet muestran como ventaja de establecerse en la Quebrada el fácil acceso a otros lugares, inclusive la ciudad de Salta, tradicional centro de distribución turístico<sup>182</sup>.

Con anterioridad la oferta de alojamiento en la Quebrada era muy limitada, especialmente en lo referido a servicios para turistas con mayor poder adquisitivo o más exigentes. El tipo de establecimiento predominante en la Quebrada eran hoteles familiares, pensiones, casas de familia o campings. Para los turistas más exigentes o aquellos que podían pagar tarifas más elevadas las opciones eran sólo los hoteles de turismo localizados en Tilcara y Humahuaca.

La Asociación de Turismo de Quebrada y Puna creció con la expansión de servicios más exclusivos, tanto en la oferta de alojamiento como en la gastronómica. En relación con los servicios de alojamiento se trata de hoteles boutique, posadas, cabañas, en definitiva establecimientos de pocas habitaciones, con atención personalizada, una estética regional cuidada y comodidades ausentes en la oferta de alojamiento en la Quebrada: calefacción, aire acondicionado, electrodomésticos, televisor, Internet, etc. Los servicios de gastronomía se destacan por la especialización en productos regionales o en la elaboración de platos de tipo gourmet. En una palabra, la Asociación crea una oferta en la Quebrada para una demanda que antes visitaba la Quebrada desde las ciudades del noroeste. Pero además se trata de una oferta que incorporó las exigencias nuevas de la demanda turística, ofreciendo algunas comodidades que en la Quebrada no se ofrecían más una diversificación de servicios, para un turista que descartó como opción de sus vacaciones el gran hotel y la comida estandarizada. Asimismo, los prestadores nucleados en la Asociación también comenzaron a valerse de las nuevas formas de promoción de servicios sus servicios exclusivos a través de Internet, llegando a los clientes por ese medio.

La Asociación consolidó su posición como un actor de peso en la Quebrada llegando a desafiar la hegemonía de la Cámara de Turismo en lo referido al sector. Recientemente los términos se invirtieron y la Cámara ha intentado un acercamiento con la Asociación para crear una entidad conjunta. Por otro lado, la Asociación se colocó en otra posición de la estructura social en la Quebrada, controlando e imponiendo condiciones al poder político local. La ventaja de ser quienes traen a los

---

<sup>182</sup> Por ejemplo, en la página de un hotel en Tilcara: "Desde nuestra privilegiada ubicación visite: Iruya, Purmamarca, Salinas Grandes, Garganta del Diablo, Pinturas Rupestres, Salta (capital), Jujuy (capital)" (Establecimiento Alas del Alma, Tilcara, [www.alasdelalma.com/home.htm](http://www.alasdelalma.com/home.htm)).

turistas y quienes pagan las habilitaciones e impuestos, los coloca en una situación de privilegio para negociar, por ejemplo, las condiciones en que se lleva adelante el turismo en las localidades de la Quebrada. El poder político local, por otro lado, esgrime como arma su capacidad de crear normativas (en lo referido al establecimiento de montos de las habilitaciones o controles sobre los establecimientos). Mientras el argumento de los empresarios es su capacidad de traer turistas, el poder político argumenta que los empresarios usufructúan un lugar al cual no pertenecen. Por supuesto, por detrás de este argumento están las diferenciaciones de los actores en la Quebrada en base a criterios de lugar de origen y étnicos (caracterización presentada en el capítulo 6) siendo que la gran mayoría de los prestadores de servicios turísticos de la Quebrada provienen de otras provincias argentinas. Así, el poder político (en una postura de defensa de la cultura del lugar) argumenta que en tanto los empresarios obtienen ganancias a expensas de explotar económicamente los rasgos de un lugar con el cual no tienen relación, no tienen derecho a percibir algunos beneficios que perciben los quebradeños. En Tilcara, por ejemplo, las habilitaciones municipales tienen un valor 40% menor para el caso de los prestadores de servicios turísticos locales (definidos como aquellos con más de 20 años de residencia en la localidad) respecto a los foráneos. En Purmamarca, a su vez, desde el poder político local se prohíbe ofrecer excursiones a Salinas Grandes a personas que no son originarias de la localidad.

Por último, la Asociación también obtuvo un lugar destacado en las instancias de participación de la política turística. Los diferentes planes de turismo, impulsados en los últimos años, contemplaron instancias de participación exclusiva con la Asociación, a la vez que los prestadores también asistían a las reuniones realizadas en las localidades. Esto también la colocó en el lugar de uno de los principales interlocutores del gobierno provincial en las temáticas referidas al turismo en la Quebrada.

#### 7.2.4. Los circuitos turísticos dentro de la Quebrada

En la actualidad, el recorrido de la Quebrada se organiza en un circuito principal que conecta distintas localidades, la mayoría de las cuales se encuentra en la zona de fondo de valle del río Grande, junto con otras que se ubican en quebradas laterales y localidades a ambos lados del valle, especialmente hacia la Puna. Existen lugares que se promocionan a nivel local y se visitan pero no están incluidos en los circuitos tradicionales organizados por las agencias. Estos incluyen localidades cercanas a Tilcara o Humahuaca (Juella, Huichairas, Alfarcito, Ovejería, Cuevas de Aquirre, Yacoraite, Coctaca, Sapagua, Iruya, Cianzo). En los últimos años la oferta de excursiones ha aumentado, también incentivadas en relación con nuevas demandas para visitar lugares fuera de los tradicionales, abarcando áreas más alejadas y poco conocidas desde el punto de vista turístico (fundamentalmente localidades en la Puna o los valles orientales). También son frecuentes las visitas a la localidad boliviana fronteriza de Villazón (para realizar compras a precios más bajos) y la visita a otras localidades de la Puna, como La Quiaca, Yavi, Casabindo, Abra Pampa (para acceder al cerro Huancar donde se practica sandboard). Las actividades que realizan los turistas abarcan trekking, cabalgatas, travesías en vehículos 4X4, mountain bike,

escalada, tirolesa y rappel, caminatas, visitas a museos, ruinas, edificios históricos, safaris fotográficos, observación de flora y fauna.

Entre las localidades más dinámicas por la cantidad de turistas que recibe en los últimos años se encuentran Purmamarca e Iruya. El crecimiento de esta última obligó a multiplicar la oferta de transporte: en 1997 salían dos micros por semana desde Humahuaca hacia Iruya, en la actualidad sale al menos uno por día. Durante la época de carnaval en 2004 llegaron a salir cinco por día. Y en el verano de 2006 se sumaron otras empresas que salen desde Humahuaca y Tilcara. En los últimos dos años también en Purmamarca ha aumentado la cantidad de servicios de excursiones a las Salinas: en 2004 había 4 o 5 empresas que realizaban la excursión y en 2006 son 22.

Los viajes a la Quebrada de Humahuaca organizados por las agencias de viajes de San Salvador de Jujuy incluyen vistas a Purmamarca, Tumbaya, Tilcara, Uquía, Humahuaca. Existen otras localidades o parajes que se señalan pero no se visitan (Posta de Hornillos, Maimará, reloj de sol que marca el Trópico de Capricornio, capilla de Huacalera). Las excursiones pueden durar dos días y se incluye la localidad salteña de Iruya. En este caso los turistas se alojan en Humahuaca o Iruya.

Tradicionalmente la localidad más importante de la Quebrada en términos del turismo organizado por agencias era Humahuaca, destino final de las excursiones organizadas. En esta dinámica, Tilcara constituía un lugar de paso en el que sólo se visitaba la plaza, el Museo Arqueológico y el Pucará. Más allá de esta forma de recorrer la Quebrada impuesta por las excursiones organizadas, Tilcara siempre tuvo un flujo de turistas vinculado con la presencia de casas de veraneo y con el Enero Tilcareño, como fiesta que atraía población de la ciudad de San Salvador durante todo el mes, especialmente los fines de semana. Sin embargo, es en la última década cuando Tilcara se transforma en un centro de pernocte de la Quebrada, creciendo mucho más de lo que lo hacía Humahuaca. En los últimos años el crecimiento de Purmamarca como centro de visita y pernocte acompaña la primacía de Tilcara, si bien con algunas diferencias. En efecto, las tres localidades turísticas principales de la Quebrada presentan algunas diferencias en cuanto al perfil de destino que están formando. Tilcara fue históricamente la localidad que más interactuó con turistas (desde su constitución como lugar de veraneo a principios del siglo XX) y por la realización de eventos de entretenimiento durante el mes de enero. Esta localidad concentra la oferta de diversión de la Quebrada y de alguna manera, la que rompió con ciertas características tradicionales de estos pueblos. Pero, a la vista de muchos prestadores de servicios y funcionarios públicos, la alta concentración de turistas en esta localidad atenta contra las intenciones de atraer el turismo que busca ciertos atractivos característicos de la zona (tranquilidad, silencio, etc.). Humahuaca y Purmamarca buscaron diferenciarse de Tilcara en este sentido y al comienzo del auge del turismo en la Quebrada no existían lugares de entretenimientos como las peñas y las actividades se suspendían durante la hora de la siesta y a partir de las 22 hs. Si bien las diferencias de estas dos localidades con Tilcara aún se mantienen, también ellas han sufrido transformaciones en los últimos años que han modificado aquellas decisiones de mantener la vida de pueblo. Purmamarca y Humahuaca también presentan diferencias entre sí: los servicios de alojamiento y gastronomía de Purmamarca, en general, tiene precios más elevados que los ofrecidos en

Humahuaca, presentando una oferta tanto hotelera como gastronómica más exclusiva y menos diversificada (en términos de precios).

En las últimas décadas se han multiplicado las opciones turísticas en la Quebrada, al tiempo que se evidencia una redefinición del lugar marcada por las nuevas características de la práctica. Por un lado, los recorridos realizados en la visita a la Quebrada se multiplican incorporando como puntos destacados las Salinas Grandes e Iruya, dos visitas obligadas en un viaje a la Quebrada. Por otro lado, la Quebrada con el crecimiento de su oferta hotelera, ha producido un viraje en su histórica condición de lugar de visita en el día, siendo en la actualidad un lugar de pernocte, que en ocasiones prescinde del paso por un centro de distribución como son San Salvador de Jujuy o Salta. Por otro lado, se redefinen las primacías dentro de la Quebrada: a la histórica Humahuaca como centro del turismo basado en el paquete turístico hasta la década de 1990, le suceden Tilcara como paradigma de la transformación del boom turístico de la segunda mitad de los '90 y comienzos de la década de 2000, para finalmente dejar lugar a Purmamarca como meca del turismo exclusivo en la Quebrada. En los capítulos siguientes se abordarán otros aspectos de los procesos de redefinición de la Quebrada como lugar turístico vinculados, especialmente, a su condición de Patrimonio de la Humanidad.

## **Capítulo 8. La construcción de atractivos turísticos en la Quebrada de Humahuaca: el retrato de la Quebrada turística**

En la actualidad, al hablar de atractivos turísticos de la Quebrada de Humahuaca el énfasis está puesto en ciertos elementos naturales (representados por las formaciones geológicas, el paisaje que se puede apreciar desde distintos puntos y la flora y fauna específica de la zona); en elementos de tipo histórico (fundamentalmente referidos al pasado colonial e independentista y que se manifiestan, en especial, en la arquitectura); y en manifestaciones o aspectos culturales, que remiten a costumbres y tradiciones actuales de la población local (ritos, festividades, creencias, vestimenta, música, comidas, etc.).

Sin embargo, los atractivos de este lugar no fueron siempre los mismos, cambiaron con el tiempo. Atendiendo al segundo objetivo específico, en este capítulo se abordan estas variaciones a través del análisis de los materiales de promoción turística que fueron produciéndose en diferentes momentos y por diferentes actores. A lo largo del mismo se abordan los cambios y permanencias en la atraktividad turística de la Quebrada. Para ello se definen ciertos ejes: sus atractivos naturales, los culturales y la relación entre cultura y naturaleza. Luego se aborda la atraktividad de la Quebrada en relación a otras áreas turísticas y sus cambios a lo largo del tiempo. El capítulo se cierra con un último punto que, integrando lo trabajado en el capítulo, realiza una interpretación del proceso analizado en su articulación con otras dimensiones de la valorización turística del lugar, expuestas en los capítulos precedentes.

### **8.1. Paisaje y clima como atractivos turísticos de la Quebrada**

En la época de surgimiento del turismo en la Quebrada, con el aprovechamiento como villas veraniegas de las localidades de Tilcara, Humahuaca y Maimará, uno de los principales atractivos turísticos era el clima seco del área que la diferenciaba de las zonas más bajas del noroeste donde el paludismo constituía una amenaza. Numerosas son las referencias de la época a las bondades del clima de la Quebrada para pasar el período estival:

“[la Quebrada] es [...]una región susceptible de ulteriores desarrollos, por su capacidad para recibir más población y para producir más y por la atracción que ejerce, gracias a su clima templado y sano, como lugar de veraneo y cura, sobre las poblaciones de las zonas cálidas y palúdicas de Jujuy, Salta y Tucumán” (Sánchez de Bustamante, 1937: 37).



“...los viajeros que se dirigen a visitar las encantadoras villas de la quebrada de Humahuaca, cada vez son más y a ninguno asusta la altura; contrariamente a ello, la reciben con agrado, pues ella los aleja del bochorno que reina allá abajo en los llanos, por donde anteriormente tuvieron que transitar antes de alcanzar estas elevadas comarcas” (Montagne, 1944: 62).

El paludismo constituía un fantasma que pesaba sobre las provincias del noroeste. Así lo expresa Solari a principios del siglo XX, haciendo referencia a por qué el inmigrante no se dirige a Jujuy y sí en cambio a Neuquén o Chubut: “Jujuy es desconocido en el resto de la República, y los escasos conocimientos que de él se consiguen lo dan á conocer como una región casi inhabitable, donde las fiebres palúdicas reinan constantemente é inhabilitan á sus habitantes para dedicarse al trabajo ó emprender cualquier empresa” (Solari, 1904: 4).

Junto con el clima, los paisajes de la Quebrada constituían el otro gran atractivo de la zona. La descripción de los paisajes de la Quebrada es una constante en textos producidos durante todo el siglo XX. Muchas de las descripciones existentes en la primera mitad del siglo XX son realizadas por artistas o investigadores que tuvieron allí su lugar de trabajo. En otros casos se trata de investigadores que realizan descripciones de este lugar del país para ser publicadas en revistas científicas de la época. Todas ellas constituyen una mirada foránea de la Quebrada<sup>183</sup>. En estos textos algunas de las cosas que llaman la atención al observador son las variaciones que se producen en este paisaje. Estas variaciones se relacionan especialmente con el cambio en altura del terreno y los cambios en la vegetación, conforme se avanza hacia el norte por la Quebrada. La escasa vegetación al norte de Volcán deja al descubierto la roca de las laderas del valle, dando paso a una variedad de colores de las rocas que contrastan con el verde de la parte sur de la Quebrada. El color y la forma del paisaje son temas recurrentes en las descripciones:

“Las variaciones más asombrosas se suceden en este largo trayecto de 35 leguas: variaciones del clima, de la vegetación, de las montañas y hasta del ánimo del viajero se operan sin brusquedades. Se diría que el paisaje se despeja paulatinamente de sus galas tropicales y, perdiendo vida y color se prepara a resistir las inclemencias naturales de la alta meseta helada” (Debenedetti, 1910, citado en Sánchez de Bustamante, 1937: 9).

“A la variedad de colorido se une la de las formas, llegando a tomarlas tan extrañas y caprichosas que algunos semejan verdaderos castillos destruidos. Tales son algunos de los paisajes que presenta la Quebrada de Humahuaca, que es el camino obligado entre el Altiplano y los vales y llanuras” (Casanova, 1936, citado en Sánchez de Bustamante, 1937: 14).

En el artículo publicado en la *Revista Geográfica Americana* en 1940, en un intento por ofrecer un “elenco sintético de los principales paisajes argentinos”, se resaltan los rasgos típicos de la Quebrada:

---

<sup>183</sup> Tal como lo expresa Constanzo: “Tal es Tilcara como la han visto los ojos de ‘una del sur’” (Constanzo, 1945: 11).

“Aire puro, sol deslumbrante, paisajes agrestes, gran variedad de panoramas montañoses, ríos impetuosos, pueblitos tranquilos y pintorescos, costumbres atrayentes... tales son las principales características del valle de Humahuaca, en la provincia de Jujuy. Las más diversas tonalidades se han dado cita en este rincón privilegiado de nuestra tierra: azul cobalto, montañas violáceas, grandes moles rosadas con vetas abigarradas, rocas parduscas, cactus verdinegros con flores blancas y rojas, suelo y casas de un ocre desteñido, ríos plumizos, playas amarillentas, crepúsculos pintados de oro y lila, rostros aceitunados, vestimentas multicolores” (Addor, 1940: 362-363).

Sin embargo, este tránsito desde las áreas tropicales a la Puna “pierde atractivo” al adentrarse en esta última. Así, la Puna aparece siempre descripta como un área yerma, inhóspita, fría:

“Más allá del Volcán, la vegetación pierde sus fuerzas; las cordilleras ostentan la desnudez de sus peñascos multicolores; las quebradas que van a desembocar a la de Humahuaca, secas en inviernos y áridas siempre, se vuelven temibles en verano, cuando las lluvias torrenciales buscan desagüe en ellas; no tienen el encanto natural de las que rodean la ciudad de Jujuy; sobre ellas flota algo de la gravedad propia de los panoramas *puneños*. Empiezan aquí las crueldades del tiempo y los rigores de la altura. A la serenidad de las mañanas de cielo limpio en cuyo fondo inmenso se destacan las pardas serranías con sus lomos eternamente nevados, se oponen las tardes nubladas, con sus vientos huracanados que llevan torbellinos de arena, empañando la atmósfera y velando las lejanas cumbres” (Debenedetti, 1910, citado en Sánchez de Bustamante, 1937: 10).

“Saliendo de Jujuy con rumbo al norte, la quebrada se presenta en toda su amplitud; las montañas no son muy elevadas y sus pendientes suaves están cubiertas de verde follaje hasta sus cumbres. Luego, las sierras van estrechándose, la pendiente se hace más áspera, la vegetación desminuye y aparecen los cardones, primero como atalayas aislados, luego como batallones de soldados rígidos que, arma al brazo, sólo esperan la voz del jefe para arrojar sobre el invasor. Al final de la jornada la Quebrada de Humahuaca se torna triste, la vegetación tiende a desaparecer y hasta los cardones disminuyen como sabiendo que esos altos lugares ya no necesitan guardianes” (Casanova, 1936, citado en Sánchez de Bustamante, 1937: 14).

A la descripción de un paisaje cambiante de la Quebrada que realizara Debenedetti, se opone la monotonía de las poblaciones que en el mismo texto realiza:

“A lo largo de este camino, y siempre sobre las playas del río, se escalonan las poblaciones, distintas en nombres pero iguales en su aspecto exterior; las mismas construcciones se repiten desde que se deja a espaldas la ciudad de Jujuy; los mismos tipos se suceden; la misma vida se desplaza, y si no fuese distinto el marco de la naturaleza donde estos núcleos se encuadran, se creería estar detenido siempre en el mismo lugar” (Debenedetti, 1910, citado en Sánchez de Bustamante, 1937: 9).

Sin embargo, en el texto que retoma la descripción de Debenedetti, Sánchez de Bustamante, afirmará que para 1937 esas poblaciones se han modificado,

especialmente por el desarrollo de la agricultura, la explotación minera, la existencia de nuevos servicios como la electricidad y la presencia de turistas<sup>184</sup>.

Más adelante, hacia mediados del siglo XX, las características climáticas de toda la zona del Noroeste ayudarán para definirla como un destino turístico invernal (Schlüter, 2001). En efecto, hacia mediados del siglo XX la Quebrada quedaba incluida en el conjunto de destinos de la Argentina turística, atribuyéndosele algunas características específicas. Por un lado, era un claro destino de invierno, en virtud de su clima:

“La rica variedad de climas en la Argentina favorece, por lógica, el desarrollo del turismo. En verano todos se vuelcan hacia las playas atlánticas o a las sierras de Córdoba y San Luis o a los lagos del sur, estos últimos preferidos por sus frescas temperaturas. En el invierno la afluencia mayor se manifiesta en Nahuel Huapí, por sus canchas de esquí; a Mendoza, por idénticos motivos; en el Norte y el Noroeste por su clima seco y benigno, o en el Nordeste por sus temperaturas suaves y cálidas” (AGPNyT, 1950: 76).

“Los habitantes de la parte sur de nuestro país, así como infinidad de viajeros procedentes del exterior llegan al norte argentino, pues allí el invierno atenúa sus rigores y ofrece el encanto de sus espléndidas bellezas naturales” (Revista *Turismo*, N° 454, 1947: 2).

Por otro lado, se presenta como alternativa para descongestionar los destinos turísticos más frecuentados del país durante el verano:

“Mas sería imposible que todos tuviésemos vacaciones a un mismo tiempo. Para aquellos que por imposibilidad o por propio deseo, prefieren descansar en otras épocas del año, el país ofrece infinitas oportunidades en Otoño, Invierno o Primavera: Córdoba, Tucumán, Salta, Jujuy, San Juan y Mendoza; el Iguazú son otros tantos sitios de descanso, hacia los cuales hay que dirigir a contingentes de turistas, mucho mayores que las que los frecuentan ahora, para contribuir así a descongestionar y a diversificar la saludable e indispensable práctica de las vacaciones temporarias” (Revista *Turismo*, N°462, 1948: 3)

Sin embargo, como ya se había mencionado, desde la política provincial se va a intentar romper la estacionalidad del turismo en la provincia y así, en un folleto de comienzos de la década de 1950, elaborado por la Dirección de Turismo provincial, se afirma que “Todas las épocas del año son propicias” para el turismo. También se intenta presentar a toda la provincia como turística: “La provincia entera es zona de turismo”<sup>185</sup>.

---

<sup>184</sup> Así, el autor afirma que “También el turismo, las excursiones, los viajes de placer y de estudio por la Quebrada han alcanzado un importante desarrollo y se realizan, casi exclusivamente, por el ferrocarril” (Sánchez de Bustamante, 1937: 43).

<sup>185</sup> Estos intentos por presentar una provincia entera turística persisten en la actualidad en la política provincial, pero la diferencia es que en este folleto de la década de 1950, “la provincia entera” no incluía la Puna (de esta región no aparece mencionado ningún atractivo turístico).

En la actualidad, las características físicas del paisaje de la Quebrada continúan estando presentes en las descripciones que se realizan de esta área. La Quebrada sigue caracterizada como un conjunto de paisajes imponentes resultado de las formas que allí adquiere el relieve (marcado por formas abruptas y contrastantes entre fondo de valle y cumbres) y de las condiciones climáticas y dinámica de las precipitaciones (aridez). También se señala como elemento llamativo la dinámica fluvial y geomorfológica particular de la zona:

“En verano, las lluvias cortan aquí la ruta y las vías del ferrocarril. [...] Estos inconvenientes son provocados por las coladas de lodo que avanzan sobre la quebrada desde un valle lateral, arrasando con todo” (*Atlas Turístico Clarín*, 1991-1992 aprox., fascículo Humahuaca 1)<sup>186</sup>.

La aridez del clima es una de las particularidades de la zona que más suele destacarse. Las referencias al cielo despejado, “azul” y diáfano<sup>187</sup> son ineludibles. Este cielo despejado se asocia con cualidades benéficas del aire que se respira:

“Y es así como, después de un trayecto relativamente corto, a más tardar al alcanzar la localidad de Tumbaya, se perfora la capa de nubes y aparece, a pleno, ese sol radiante que sólo el noroeste sabe brindar con tanta generosidad” (*Atlas Turístico Clarín*, 1991-1992 aprox., fascículo Humahuaca 1).

“Por sus reconocidas condiciones climáticas benéficas, la Quebrada de Humahuaca ha sido centro de largas estadías curativas. La calidad de su aire, la no-polución, la ausencia de humedad y su palpable energía, suman razones para que los que aún no lo han hecho, pongan rumbo al Norte y disfruten con nosotros este sueño” (Folleto de la Asociación de Turismo de la Quebrada de Humahuaca, 2001)

La altura sobre el nivel del mar de la zona se presenta como un atractivo: “Humahuaca: acariciando el cielo”<sup>188</sup>; “Jujuy, más cerca del cielo”<sup>189</sup>; “Donde América habla con el cielo”<sup>190</sup>, “Tan lejos del ruido, tan cerca del cielo”<sup>191</sup>, “El cielo cercano”<sup>192</sup>,

---

<sup>186</sup> Esta dinámica es presentada como un riesgo para la circulación de turistas y generalmente figura en algún apartado de recomendaciones en las guías turísticas: “Si hace el recorrido en verano, consulte previamente sobre el estado de los caminos en la sede del Automóvil Club Argentino o en la Dirección de Turismo de la ciudad de San Salvador de Jujuy y en cada centro urbano de la ruta, porque es frecuente que se inutilicen temporariamente por lluvias torrenciales o ‘volcanes’” (*Guía Turística YPF*, 1998: 263).

<sup>187</sup> *Guía del Viajero* (1997), elaborada por la Secretaría de Turismo de la Nación.

<sup>188</sup> Folleto elaborado por la Secretaría de Turismo de la Humahuaca.

<sup>189</sup> La cualidad de ciertas áreas de la provincia (Quebrada de Humahuaca y Puna) se generaliza para toda la provincia en este que es el slogan de la Secretaría de Turismo de la provincia de Jujuy.

<sup>190</sup> Así se define al área del oeste y noroeste del país en la propuesta de la Secretaría de Turismo de la Nación en su *Guía del Viajero* de 1997.

<sup>191</sup> Título de un artículo publicado en el Suplemento *Viajes y Turismo* del diario *Clarín*, 14/07/96.

<sup>192</sup> Título de un artículo publicado en el Suplemento *Viajes y Turismo* del diario *Clarín*, 14/07/96.

“Pueblos que tocan el cielo”<sup>193</sup>. La referencia a la altura sobre el nivel del mar de los diferentes puntos en la Quebrada es una constante en guías y folletos, que también amerita ciertas recomendaciones, especialmente en cuanto a los riesgos que representa el apunamiento para personas y vehículos<sup>194</sup>.

La flora y fauna originarias del área son presentadas desde su exotismo. En pocos casos se presenta una exhaustiva lista de cuáles son las especies que componen estos reinos, por el contrario, existen pocas especies que se señalan como exponentes típicos y distintivos de la zona: el cardón, la llama y ocasionalmente la vicuña. Tanto el cardón como alguna de las especies de camélidos tienen una presencia obligada en las fotos que ilustran tanto guías como folletos. Ocasionalmente se hace referencia a ciertas hierbas que tienen funciones rituales o medicinales en la zona, siendo el ejemplo típico la coca.

“Donde las vicuñas, las llamas y los cardones muestran una fauna y flora digna de ser observadas” (*Guía Visual Clarín, Salta y Jujuy*, 2002: 19).

“Las llamas, infaltables en el paisaje jujeño, posan mansamente para los amantes de la fotografía” (*Suplemento de la Revista Gente*, 2002: 19).

La presentación del paisaje de la Quebrada desde el punto de vista turístico no ha mostrado grandes modificaciones a lo largo del tiempo. Probablemente, la más destacada se refiera a las propiedades benéficas del clima y el aire de la Quebrada. Este aire, que en otro tiempo se encontraba libre de humedad y era propicio para evitar cierto tipo de enfermedades que afectaban a las zonas de donde provenían los turistas, en la actualidad se presenta libre de contaminación, también como un contraste con los ambientes urbanos desde donde llegan los turistas, pero siempre benéfica para la salud de los visitantes.

## **8.2. La Quebrada como representante del mundo andino: de las “civilizaciones muertas” a la “cultura viva”**

Otro de los ejes sobre los cuales es interesante ver las transformaciones de los atractivos turísticos en la Quebrada se relaciona con el lugar que la población aborígena ocupa en la Quebrada turística. Hoy las culturas aborígenes en general constituyen un atractivo importante y en la Quebrada esto es especialmente así, ya que se considera como uno de los lugares en donde mejor se conservan manifestaciones culturales aborígenes dentro del territorio nacional.

---

<sup>193</sup> En el CD *Jujuy Turístico* de la Secretaría de Turismo de la provincia de Jujuy (2000, aprox.).

<sup>194</sup> “No sólo el vehículo acusará falta de oxígeno. Es muy probable que usted también se vea afectado por el soroche o mal de montaña o, como se dice en la región: se ‘apuné’. La mejor precaución es moverse lentamente, no correr ni subir rápidamente las escaleras o montañas. Puede ayudarse también con algún té de coca” (*Guía Turística YPF*, 1998: 263).

Cuando el turismo comienza a desarrollarse en la Quebrada a comienzos del siglo XX, la presencia aborígen en la zona era ampliamente reconocida. En 1908 comienzan las excavaciones en el pucará de Tilcara y la información sobre las civilizaciones que habían ocupado la zona y construido esas edificaciones es difundida por los arqueólogos encargados de estas tareas. Esta difusión no se limitaba a los ámbitos académicos, la población de la Quebrada, especialmente la de Tilcara, contaba a estos investigadores entre sus visitantes frecuentes que, de alguna manera, daban a conocer los resultados de sus tareas.

Si bien se conocía que estas civilizaciones habían poblado la región, la referencia a las mismas como atractivos turísticos es muy escasa. Sin embargo, a veces se las menciona como elementos de interés para el turista:

“En la puna y en la Quebrada de Humahuaca, el indio, descendiente de los primitivos pobladores, es parte integrante de la región y del paisaje, y, como tal, puede interesar al turista, por su indumentaria, costumbres, música, creencias, etc.” (Sánchez de Bustamante, 1939: 14).

Las descripciones más detalladas en este sentido son las que realizan los arqueólogos y los científicos de la época. Sin embargo, las culturas aborígenes aparecen vagamente mencionadas. La excepción de esto lo constituye el pucará, que aunque no fuera reconstruido sino en la década de 1950, ya era visitado por los turistas<sup>195</sup>.

Las referencias a estas civilizaciones eran diversas: en algunos casos se manifestaba admiración por la forma en que habían ocupado y organizado el territorio, pero más frecuentemente la admiración se dirigía a su lucha aguerrida frente al avance español en la época de la conquista y su participación junto a los criollos en las batallas por la independencia. Así se describe, por ejemplo, a los aborígenes de la provincia de Jujuy en una guía turística de 1955:

“Allí libraron cruentas luchas los bravos conquistadores hispanos contra el aborígen, tenaz y casi invencible en sus deseos de aferrarse con todas sus fuerzas a la tierra y su libertad” (Morey, 1955: 428-429).

Las oposiciones entre aborígenes y criollos son menos frecuente y es más probable que ambos grupos aparezcan juntos enfrentando a un enemigo común. Así, la presencia de los aborígenes en las guerras por la independencia era ampliamente reconocida, tanto como un dato significativo en la historia local y provincial como en la historia nacional. En relación con esto es importante hacer referencia al proceso de construcción de la identidad provincial a partir de ciertos eventos que tuvieron lugar en Jujuy en las guerras por la independencia (fundamentalmente el Éxodo Jujeño<sup>196</sup>,

---

<sup>195</sup> En 1935 ya había quedado inaugurado el monumento a los primeros arqueólogos que trabajaran en las excavaciones del pucará de Tilcara, Juan Bautista Ambrosetti y Salvador Debenedetti, en las mismas ruinas de este asentamiento.

<sup>196</sup> El Éxodo Jujeño, que se recuerda con la fiesta cívica más importante de la provincia, consistió en una estrategia desarrollada por Belgrano para dificultar el avance español desde el

considerado como fundante de la identidad jujeña) (Karasik, 1994b). En este evento los aborígenes acompañan a los criollos fundando las bases de una unidad provincial.

Asimismo, varios acontecimientos del período colonial, pero en especial del independentista, comienzan a ser presentados como atractivos turísticos. En efecto, al observar materiales de promoción del turismo, por ejemplo de la década de 1950, aquellos elementos dignos de ser admirados por el turista se limitaban a las construcciones coloniales (especialmente las capillas) y los hitos o huellas de la historia independentista. Es en este contexto que se planea la construcción del monumento a la Independencia en la localidad de Humahuaca<sup>197</sup>.

A mediados del siglo XX la historia de la Quebrada que se cuenta y se recoge en los materiales de promoción turística es fundamentalmente la historia del período independiente. En un artículo aparecido en la revista *Automovilismo* del ACA de 1946, titulado “La historia en los caminos. Ruta N°9. Asesinato de Juan Lavalle” es esta historia independentista la que le da identidad a la Quebrada como de lugar de paso, descartando este uso durante la ocupación aborígen y el período colonial. En relación con esto, otro artículo de la época recoge aclaraciones sobre los topónimos de varias zonas del país y su vinculación con poblaciones aborígenes (revista *Automovilismo* n°312, 1946). Aquí sí aparece la referencia a la ocupación aborígen del noroeste reflejada en la toponimia que se muestran casi como el único legado de estos pueblos de la zona. Así, en la primera mitad del siglo XX los aborígenes dignos de la mirada del turista eran predominantemente aquellos que siglos atrás poblaron la Quebrada dejando algunas huellas de sus civilizaciones.

Sin embargo, la población de la Quebrada en la primera mitad del siglo XX era heterogénea e incluía a grupos aborígenes. La mirada sobre estos grupos no era unánime. Conforme a ciertas ideas predominantes sobre los grupos étnicos no occidentales, los aborígenes de la Quebrada eran considerados como atrasados, en proceso de “involución”<sup>198</sup>, como un relicto del pasado en proceso de desaparición. También Solari se refiere a la atracción de extranjeros que generaría la construcción del ferrocarril a Bolivia que pasa por la Quebrada y contrapone a estos grupos con los nativos. Estos extranjeros: “... mañana se radicarán en estos parajes, contribuyendo a modificar los caracteres de la raza nativa y haciendo surgir un tipo étnico más adelantado que el que puebla actualmente nuestra campaña, cuya indolencia y atraso constituye un problema para los que se interesan en el adelanto y progreso de estas regiones” (Solari, 1904: 4). Esto es totalmente consonante con la ideología del crisol de razas para la nación.

---

norte al proponer el abandono de las tierras arrasando con cultivos y hacienda para privar de fuentes de abastecimiento al ejército español.

<sup>197</sup>El proyecto es aprobado por el Congreso de la Nación en 1926 y en 1934 se encarga la realización de la obra al escultor Ernesto Soto Avendaño. El monumento queda inaugurado en 1950.

<sup>198</sup> Así los define Marquéz Miranda en un texto de 1941 en el que se refiere a la población de la zona como “pueblos involucionados, en estado cultural regresivo” (1941: 274).

Estas formas de considerar a la población aborigen no eran exclusivas de la provincia de Jujuy. En un intento por presentar Salta como un destino digno de visitarse, en 1945 se expresa lo siguiente:

“Hay respecto de Salta, ciertos prejuicios acentuados por la competencia turística que empieza a despertar en las provincias cálidas. En efecto, a la gente de Buenos Aires se les asusta con el cuco del paludismo, de la bubónica y otras pestes supuestas del norte lejano y escabroso, desprovisto de buenos hoteles y lleno de indios calamitosos y alcoholistas” (Revista *Automovilismo*, N°308, 1945, pág. 21)

A su vez era frecuente que a los aborígenes se le atribuyeran ciertas características de “personalidad” que eran entendidas como propias de su cultura. “Parco”<sup>199</sup>, “manso”<sup>200</sup>, “de gesto tardo”<sup>201</sup>, eran los adjetivos que frecuentemente aparecían en las descripciones de estos grupos.

Sin embargo, no todas las descripciones de la población aborigen tienen connotaciones negativas. En algunos casos contradicen las caracterizaciones de estas poblaciones que parecen ser las dominantes en la época. Constanzo, por ejemplo, expresa refiriéndose a la población de Tilcara: “Las primeras horas del día son muy atareadas: desde las 8 empiezan las collas y los changos, todos de a pie, sus ventas, dando un mentís a los que los tildan de haraganes: van de puerta en puerta ofreciendo los productos de sus tierrita...” (Constanzo, 1945: 2-3).

Si bien el objeto de mayor admiración e interés turístico lo constituían las ruinas o la información sobre estas civilizaciones desaparecidas, no se ignoraban los lazos que la población aborigen actual tenía con estos antepasados. Nagel, haciendo referencia a la población colla de la Quebrada dice: “Son dignos descendientes de los famosos e infatigables corredores incas, cuya tradición mantienen con éxito, pues con ese ‘trote indio’, que conservan hasta las mujeres, recorren larguísimas distancias sin la menor tregua ni cansancio” (Nagel, 1934: 552). Y Sánchez de Bustamante afirma: “Los indígenas de la Quebrada y de la puna tienen la tristeza de las razas vencidas” (Sánchez de Bustamante, 1939: 14) haciendo alusión a los resultados del proceso de conquista y ocupación europeo y criollo.

Estos grupos aborígenes serán mencionados con frecuencia como un atractivo turístico que no puede faltar en un retrato turístico de la Quebrada:

“Y, como para completar un típico cuadro norteño, allí están los coyas, apacibles y serenos, en sus semiderruidos ranchitos, diseminados por doquier a lo largo de montañas y quebradas” (Morey, 1955: 436).

Pero no será sino hasta las décadas de 1950 y 1960 cuando comienzan a valorizarse, en general, ciertos aspectos folklóricos que incluyen cantos, danzas y artesanías. En

---

<sup>199</sup> En Nagel (1934).

<sup>200</sup> En Nagel (1934).

<sup>201</sup> En Marquéz Miranda (1941).



este contexto, el folklore quebradeño quedará compuesto por muchos elementos de la tradición criolla y otros de tradición aborígen. También es en este momento (1954) que se declara música y baile regional el Carnavalito de la Quebrada de Humahuaca. Igualmente, habría que esperar a la década de 1960 para que ciertas fiestas populares quebradeñas, como el carnaval, se incorporen como atractivos en los calendarios turísticos. Hacia la década de 1970 la Quebrada como principal destino provincial ya se retrataba de una manera similar a la actualidad, como lo ilustra una publicidad de la Dirección de Turismo de la provincia de 1971, aparecida en el diario *La Nación*, del 16/06/1971. El texto dice:

“Nos permite ayudarlo a decidirse? Si usted piensa en:

- Paisajes nunca imaginados
- Costumbres ancestrales
- Climas ideales
- Historia y tradición
- Arquitectura y arte colonial
- Descanso o participación activa
- Pesca, caza o camping
- Artesanía indígena

Piense en Jujuy. Cualquier época del año es la mejor para su visita”.

En la actualidad, la Quebrada de Humahuaca se presenta formando parte de la cultura o el mundo andino y se refuerzan sus lazos con otras áreas de países sudamericanos con fuerte presencia de pueblos aborígenes prehispánicos, especialmente aquellos vinculados al área de expansión del imperio inca. Con mayor o menor nivel de detalle, en los materiales se hace referencia a los distintos grupos que la poblaron antes de la llegada de los españoles: cazadores-recolectores, agricultores preincaicos e inca:

“Tierra de tradiciones arraigadas, donde la idiosincrasia de la gente fue forjada por el ancestral legado indígena. Tierra de coloridas festividades, donde las expresiones religiosas y el culto a la Pachamama forman parte de la vida cotidiana. Tierra de cardones, coplas y leyendas, donde los visitantes muestran numerosos motivos para sorprenderse y regresar” (*Guías Visuales de la Argentina. Salta y Jujuy*, 2002: 9).

De cada uno de estos grupos se encuentran “evidencias” de sus modos de vida tanto en sitios arqueológicos como en museos de la zona. Sin embargo, de estos tres grupos se destacan especialmente los agricultores; de ellos son las ruinas de edificaciones halladas por arqueólogos en la zona visitados por los turistas. Los actuales pueblos se ubican en su mayoría en la misma localización que los centros antiguos poblados y sus nombres remiten a vocablos aborígenes preincaicos cuyos significados son también señalados como curiosidades en los materiales de promoción del turismo<sup>202</sup>.

---

<sup>202</sup> En los materiales de promoción suelen presentarse los topónimos acompañados de su origen. Para los pueblos de la Quebrada las explicaciones sobre los significados de los topónimos presentados en los distintos materiales suelen no coincidir.

A los grupos aborígenes actuales se les atribuyen ciertas características en su vinculación con sus antepasados, que se relacionan fundamentalmente con una actitud de resistencia y valentía que se expresa en el rechazo a la ocupación inca y española y su participación en la defensa del territorio nacional junto a los ejércitos independentistas. La inclusión del área de la Quebrada al imperio inca se valoriza como un aspecto positivo -especialmente en los materiales producidos por las secretarías de Turismo de la Nación y de la provincia de Jujuy- con cierto orgullo de pertenencia a una gran civilización prehispánica. Esto se relaciona con los intentos evidentes por incluir a la zona dentro de los circuitos turísticos más amplios que abarcan otras áreas del mundo andino más promocionadas turísticamente como Bolivia y Perú (esto es especialmente evidente con motivo de la elaboración del texto de la postulación de la Quebrada como patrimonio por la UNESCO).

La presencia aborígen en la zona se encuentra acompañada por la española, rescatada especialmente en sus manifestaciones artísticas y arquitectónicas y en las costumbres que fueron adoptadas por la población local. Sin embargo, en las caracterizaciones de los distintos grupos presentes en el área a lo largo del tiempo no se destaca la relación conflictiva entre ellos, a pesar de las disputas territoriales que tuvieron lugar allí; por el contrario, se destaca la riqueza del contacto entre culturas:

“La Quebrada de Humahuaca ha representado y representa un camino de ida y vuelta para la interfecundación cultural, como fruto de su propia dinámica y funcionalidad, dejando a su paso resultados patrimoniales tangibles e intangibles que acreditan tanto su irrefutable autenticidad histórica como su integridad patrimonial” (Provincia de Jujuy, 2002:5).

“Característica ineludible de nuestra Quebrada, está dada por los contrastes producidos entre dos culturas ampliamente diferentes, que concluyeron en un punto de elaborada convivencia al transcurrir los siglos” (Folleto de la Asociación de Turismo de la Quebrada de Humahuaca, 2001).

“Con el choque hispano se cierra el ciclo cultural del territorio jujeño que conserva la tradición y la mezcla de lo auténticamente indio con lo aportado por la colonización” (Folleto de la Cámara de Turismo de Jujuy, 1998).

La valorización positiva de los grupos aborígenes se relaciona con ciertas tendencias a nivel mundial que reivindicán e idealizan las culturas no occidentales con una mirada romántica sobre ellas. Uno de los aspectos de esta mirada se expresa en una relación armoniosa e idealizada que estos grupos mantienen con el ambiente en el que viven y que es recogida como elemento de interés para el turista:

“La vida cotidiana de sus habitantes está empapada de un pasado legendario y por un paisaje imponente” (en la página de Internet de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy).

“...naturaleza y cultura, en sabia armonía, estallan en todos los rincones...”  
(Revista *Nexo*, 22/09/02:29)

La sociedad andina es percibida como profundamente vinculada al suelo y, de alguna manera, en una comunión con el mundo natural. En esta imagen se encuadra el

retrato de la población local como comprometida con ciertas formas de producción vinculadas a la tierra: fundamentalmente se trata de una sociedad campesina que mantiene las mismas formas de producción que en momentos históricos previos:

“... en la margen izquierda del río puede visitarse, entre los árboles, un antiguo molino movido por agua y restaurado hace poco. Los pobladores de Uquía lo utilizan para moler sus granos” (*Guía Turística YPF*, 1998: 70).

“La tierra artesanalmente cultivada, aún hoy con técnicas centenarias, va dando paso al surgimiento de colores que se expanden en cuadrículas cuidadosamente trabajadas” (Folleto de la Asociación de Turismo de la Quebrada de Humahuaca, 2001)

La caracterización de esta cultura andina se realiza en contraste con la sociedad occidental e industrial, y con el presente. Se contrastan las formas en que ambas sociedades establecen una relación con el ambiente y, en esta comparación, se revaloriza la relación que establece el mundo andino con el medio como más armoniosa; por otro lado, los grupos aborígenes actuales se consideran como si estuviesen fuera de todo contacto con el mundo occidental. Así, sobre la población local también se ha construido una imagen estereotipada que reposa sobre el exotismo que representa para la sociedad urbana y que algunos textos turísticos ayudan a construir y señalan como digno de ser visto. Así, en la página de la Secretaría de Turismo de la provincia de Jujuy se afirma que: “Solamente los lugareños ofreciendo sus productos en la calle constituyen un espectáculo único...” A su vez, en un artículo se señala que las “vendedoras collas confieren al escenario un aire vernáculo”<sup>203</sup>. Esto también está presente en las fotos que se ofrecen: la población local aparece, invariablemente representada en fotografías a través de personas (en su mayoría niños o ancianos) con vestimentas tradicionales, dejando de lado imágenes de personas vestidas de una manera occidental<sup>204</sup>. Algunas de estas imágenes van acompañadas de epígrafes como los siguientes:

“Un paisano quebradeño muestra su estirpe con justificado orgullo” (“El cielo cercano”, *Suplemento Viajes y Turismo* del diario Clarín, 14/07/96: 7).

“Las lugareñas fascinan a los turistas por su pintoresca vestimenta” (suplemento de la *Revista Gente* y Secretaría de Turismo de la Nación, 2002: 19).

En la actualidad la población de la Quebrada es considerada como descendiente directo e indiscutido de los grupos prehispánicos. En este sentido, no son considerados como grupos diferenciados de aquellos antepasados, que podrían tener cosmovisiones e intereses diferentes. En efecto, la mirada turística selecciona algunos

---

<sup>203</sup> “Cumbres de plata, altares dorados”, *Revista Autoclub*, Año XLI, abril de 2002: 13.

<sup>204</sup> Estas imágenes de personas con vestimentas típicas se eligieron, por ejemplo, para la confección de un póster elaborado por la Secretaría de Turismo de la provincia durante 2002 para promocionar la propuesta de inscripción de la Quebrada como Patrimonio Mundial que se exhibía en las dependencias del gobierno provincial, en comercios, agencias de viajes y en el aeropuerto. Además, se reprodujo en folletos que también elabora la Secretaría. El póster se reproduce en el capítulo 9 (imagen 9.1).

aspectos para caracterizar a la población local actual y la identifica con aquella prehispánica, dejando de lado otros aspectos que no interesan desde el punto de vista turístico:

“Recorriendo la Quebrada, se transita por pequeños pueblos donde se mantienen vivas las culturas y tradiciones ancestrales. Calles de piedra, casas de adobe, techos de torta de barro y antiguas iglesias de la conquista española, son el medio cultural donde se desenvuelve la vida de pobladores descendientes de aguerridas tribus nativas y soldados de la guerra por la independencia” (*Pueblos Andinos*, 2001:4).

En efecto, en cada uno de estos pueblos que se describen en sus características más pintorescas suelen combinarse una serie de rasgos más tradicionales con otros más modernos: la calles de piedra conviven con otras asfaltadas, las casas de adobe con otras de ladrillos y recubrimientos de cemento, los techos de torta de barro con techos de zinc y las antiguas iglesias coloniales con templos evangélicos establecidos durante los últimos años.

En conclusión, en los procesos de construcción de atraktividad de la Quebrada se han ido seleccionando algunos elementos que se relacionan con la población aborígen de la zona. Por un lado, la forma en que esta población fue considerada desde el punto de vista turístico transita un camino que va de presentar a las antiguas civilizaciones aborígenes como “civilizaciones muertas”<sup>205</sup> a presentar a la actual población como “cultura viva”<sup>206</sup>, portadora del “latido de la ancestral cultura”<sup>207</sup>. Por otro, en estas caracterizaciones de la población aborígen se pone el énfasis en aquellas diferencias culturales que presentan con los turistas y se hace hincapié en las características de la primera que más se diferencian de la sociedad occidental, urbana, industrial, anulándose los puntos en común.

### **8.3. La armonía entre naturaleza y cultura en los procesos actuales de construcción de la atraktividad quebradeña**

La idea de armonía entre naturaleza y cultura que se encuentra tan presente en las actuales caracterizaciones de la Quebrada, no siempre fue reconocida como tal. Sin embargo, y aunque de manera diferente, en otros momentos ciertas características de los grupos aborígenes también eran interpretadas o explicadas en relación con el medio natural. En algunas descripciones de la población aborígen realizadas hacia mediados del siglo XX, el medio natural aparecen moldeando al hombre. La dureza del clima y el relieve de la Quebrada imprimen ciertas características a la población y resultan en “personalidades” étnicas que, en algunos casos, es necesario corregir:

---

<sup>205</sup> Según lo expresa un folleto elaborado por la Dirección de Turismo de la provincia de Jujuy de 1950.

<sup>206</sup> En el *Plan de Desarrollo Turístico para la provincia de Jujuy* elaborado por el CFI en el 2001.

<sup>207</sup> Según lo expresado en un folleto elaborado por la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy en 2002.

“Enquistados en las serranías, adheridos a la tierra, modelados por las fuerzas naturales que se ciernen sobre ellos, las noticias del mundo se deforman y se pierden antes de llegarles. Quizás nuevas corrientes de intercambio humano, que en adelante se establezcan, puedan contribuir a devolver a la comunidad de los hombres a estos seres a quienes sofoca la montaña” (Marqu ez Miranda, 1941).

Estas ideas se repiten en un texto de promoción del turismo en Argentina realizado en 1950, en el que haciendo referencia a otra área del país (noreste), nuevamente aparece el medio natural como un obstáculo para la voluntad humana en el noroeste, donde el trabajo humano no pudo vencer o domesticar a la naturaleza: “Si en el Noroeste la inmensidad de la montaña ha vencido al hombre, aquí en Misiones ha sucedido lo contrario y bien vale la cita del contraste porque la selva por su grandiosidad parece tan indomable como la piedra” (AGPNyT, 1950: 23).

En la actualidad, entre las formas de caracterizar la relación entre población y medio natural presentan algunas diferencias. En ciertos casos los atractivos naturales se presentan como telón de fondo, escenario, marco visual de elementos, objetos históricos y culturales dispuestos a lo largo de la Quebrada. Este “marco natural” se encuentra signado por la grandiosidad y majestuosidad del paisaje:

“Paisajes de color dan un marco a un conjunto de pueblos...” (En página de Internet de la Secretaría de Turismo de la Nación).

“El marco natural es siempre estupendo y variado en alturas, formaciones y colores” (*Guía Turística YPF*, 1998: 263).

“...este lugar único en el mundo, uno de los bienes más preciados de los argentinos, en el que se hallan testificados diez mil años de historia de un país, cobijados por un paisaje excepcional” (Folleto de la Secretaría de Turismo y Cultura de Jujuy, 2002).

Si en algunos casos la naturaleza sirve de marco, en ocasiones se hace referencia a la naturaleza y la cultura como indistinguible uno del otro: naturaleza y cultura parecen fundirse. Esta idea de fundición, de reconocimiento de la naturaleza en la cultura y viceversa, se expresa en varios aspectos, pero aparentemente es “visible” especialmente en la arquitectura y en la propia gente. Así, subsiste en algunas caracterizaciones de la población la explicación de la influencia del medio en su personalidad:

“un lugar de características únicas, donde paisaje y cultura se conjugan en palpable armonía” (Folleto Asociación de Turismo de la Quebrada de Humahuaca, 2001).

“La instalación humana, dispersa en caseríos o en pequeños pueblos, posee construcciones tradicionales de origen hispánico, perfectamente integradas con el paisaje natural” (*Guía Turística YPF*, 1998: 263)

“El Norte es cultura expresada en el lento caminar por las montañas, el silencio milenario, los rostros curtidos, la mirada profunda, la sonrisa sincera de una gente

sencilla que traduce en sus formas la armonía del entorno” (Folleto Asociación de Turismo de la Quebrada de Humahuaca, 2001).

“Quizá las fuertes contradicciones del paisaje permitan explicar el carácter introvertido de sus habitantes” (*La Nación*, “Buscan valorizar el Camino del Inca” 28/02/03: 10).

En varias descripciones el adobe funciona como nexo entre la tierra y las construcciones. Así, las viviendas son presentadas como brotando de la tierra<sup>208</sup>. Esta característica de la arquitectura vernácula será retomada en los intentos por conservar a este paisaje de sus características “originales” (proceso que se abordará en el capítulo 11). Para ello se intentará ordenar la forma de construcción en las localidades de la Quebrada orientándola hacia la utilización de materiales y colores de la zona.

La idea de armonía entre naturaleza y cultura (unida a la idea de la Quebrada como escenario y testigo del paso de distintas culturas) se hace más evidente en la folletería de la secretaría provincial de turismo a partir de la formulación de la propuesta para incluirla en la lista de Patrimonio Mundial. Esta folletería recoge fragmentos del documento presentado ante la UNESCO, aludiendo al carácter de vía de circulación<sup>209</sup> y testigo de diferentes culturas de la Quebrada, y al área como ejemplo de desarrollo en armonía de estas diferentes culturas con la naturaleza:

“La Quebrada es el escenario de un establecimiento tradicional humano muy característico, sobre todo referido al uso de la tierra, de los cuales se ha conservado evidencia arqueológica, tecnológica y paisajística desde los albores de la domesticación hasta el presente, así como la pervivencia de una gran diversidad de cultivos andinos. Constituye un paisaje de sustentabilidad en el tiempo y el espacio” (Folleto de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy, 2002).

De cierta forma, la Quebrada es presentada como un lugar en donde reina la armonía entre las culturas que actualmente la pueblan, así como escenario donde tiene lugar una asociación entre población y naturaleza donde una es reflejo de la otra. Al mismo tiempo, y por esto mismo, estas sociedades se presentan en oposición a la sociedad moderna acerca de la cual prevalecen ideas de pérdida de vínculos con la naturaleza y actitudes destructivas para con esta última.

---

<sup>208</sup> “El pequeño pueblo no se somete al imponente y grandioso marco natural pero tampoco lo arremete, no tiene medida para ello. Además cuando el adobe de las paredes no se encala, se suma a la torta de barro de las cubiertas para adquirir el mismo color del suelo” (Provincia de Jujuy, 2002: 75-76).

<sup>209</sup> Si bien el proceso de patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca se abordará con más detalle en el próximo capítulo, aquí es necesario aclarar que la Quebrada fue presentada ante la UNESCO para ser designada como Itinerario Cultural (en enero de 2002), de ahí el énfasis en presentarla como vía de circulación. Finalmente fue designada en la categoría Paisaje Cultural (en julio de 2003).

#### 8.4. Similitudes y diferencias en la construcción de la atraktividad de la Quebrada

La imagen turística de un destino se construye, en parte, en un proceso que implica la apelación y creación de similitudes y diferencias con otros destinos. Las formas en que se va definiendo el perfil o retrato de la Quebrada como destino turístico se establecen en una relación de semejanza y oposición con otros destinos. Por un lado, se reconocen en los materiales de promoción elaborados por la Secretaría de Turismo y Cultura provincial los intentos por asociar a la Quebrada con el mundo andino reforzando las formas de desplazamiento turístico ya instaladas, señaladas en el capítulo 7. En especial en el folleto titulado “Jujuy más cerca del Cielo”, de 2002, en el que se presenta un mapa de Sudamérica con la ubicación de la provincia de Jujuy destacada y de mayor tamaño. En el mapa de Sudamérica aparecen marcados como puntos sobresalientes: Machu Picchu, Titicaca, Uyuni, Humahuaca, Tilcara, Purmamarca (ver imagen 8.1). También es evidente en el texto de la postulación de la Quebrada como Patrimonio Mundial donde se dice que la Quebrada es un valle extenso “habiéndose constituido en el escenario de parte de los desarrollos culturales de la región y de los países vecinos de América del Sur” (Provincia de Jujuy, 2002, resumen).



Imagen 8.1. Folleto elaborado por la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy titulado “Jujuy más cerca del Cielo” (2002). Detalle.

De esta manera, la identidad turística de la Quebrada de Humahuaca se define en una relación de semejanza con los destinos turísticos del mundo andino más desarrollados, como los de Bolivia y Perú. Como ha sido mencionado, la Quebrada se une a ellos, no sólo en sus rasgos andinos compartidos, sino por la misma práctica turística, ya que el paso de turistas por la Quebrada suele ser parte de un recorrido más amplio que abarca varios países del oeste de Sudamérica.

La definición de la identidad turística de la Quebrada, formada por asociación con estos destinos internacionales, se complementa con una diferenciación respecto de otros destinos competidores en la Argentina. En una suerte de disputa provincial por los atractivos, la política turística de la provincia de Jujuy está marcada por los intentos por identificar fuertemente la Quebrada con la provincia ya que este destino, no sólo se encuentra asociado al noroeste en general, sino también a la provincia de Salta en particular. Salta incluye los circuitos que comprenden la Quebrada de Humahuaca en la cartografía turística de los folletos que se elaboran desde la Secretaría provincial, y esto constituye un motivo de queja del sector turístico jujeño. Sin embargo, esta disputa provincial por los atractivos tiene su correlato en que Iruya (provincia de Salta) aparece incluida en la propuesta de recorridos por la Quebrada, según lo presentado en la página de Internet de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy.

Por supuesto que el tratamiento de este tema cambia cuando se consideran otros ámbitos de la política sectorial estatal; en efecto, mientras que la Secretaría de Turismo provincial busca una vinculación de la Quebrada con otros destinos al poner el énfasis en la presentación de la misma como parte del mundo andino (y a la vez alejándola o desvinculándola de otros destinos tradicionales del norte argentino), la Secretaría de Turismo de la Nación incluye a la Quebrada en el noroeste argentino y contrasta esta gran región con otros destinos nacionales en su política de promoción turística nacional<sup>210</sup>. En efecto, en la actualidad y en el contexto del turismo en la Argentina, la provincia se inscribe dentro de un área más amplia, el noroeste argentino. Para esta área predomina una imagen asociada a paisajes montañosos áridos y una fuerte presencia aborígen y colonial. Los valles calchaquíes en Salta y la Quebrada de Humahuaca han sido los lugares emblemáticos de esa imagen del noroeste argentino y aun lo siguen siendo.

Frecuentemente, la Secretaría de Turismo de la Nación se vale de algunas imágenes típicas de la Quebrada (fundamentalmente el Cerro de los Siete Colores, pero también capillas coloniales) para mostrarlas como elementos característicos y representativos de todo el noroeste argentino. Por el contrario, para la política turística provincial asociar la Quebrada de Humahuaca con la provincia de Jujuy y dejar claro que este destino no se encuentra en la provincia de Salta, es una tarea primordial.

---

<sup>210</sup> Un ejemplo interesante es la campaña de fines de la década de 1990 de la Secretaría de Turismo de la Nación que, bajo el slogan "El país de los seis continentes", presentaba seis regiones turísticas del país donde las características otorgadas al noroeste argentino y a las otras regiones contrastaban y se complementaban para producir un destino (la Argentina) con numerosas opciones para la realización de la práctica turística.



La Quebrada también define sus particularidades en tanto destino turístico a partir de las semejanzas y diferencias que establece con otros destinos y regiones turísticas a nivel provincial. Más allá de la definición de regiones turísticas, todo Jujuy se promociona turísticamente, a veces recurriendo a estereotipos sobre la provincia y el noroeste en general, en ocasiones intentando revertir algunas ideas y otras veces instalando nuevas imágenes.

En gran medida, la atraktividad que se construye sobre Jujuy se apoya en aquella idea generalizada sobre el noroeste que se mencionara anteriormente. Así, se vuelve sobre rasgos ya consolidados que colocan a la provincia entre los objetos de interés de la mirada turística. Sus rasgos culturales remiten a una sociedad que conserva sus costumbres, creencias, visiones sin modificaciones a lo largo del tiempo. Y de alguna manera esto es lo que también se busca desde la demanda turística actual: aquellos rasgos inexistentes o perdidos en las sociedades occidentales y urbanas. De ahí que también resulte atractiva la propuesta de pensar a Jujuy como un “refugio cultural” (ver imagen 8.2), tal como lo sugiere la ilustración de la folletería que elaboró la provincia y su texto:

“Esta provincia se muestra inalterada y mágica, y sus esencias culturales, aún latentes, recorren cada rincón de su geografía como hace miles de años” (Cartilla Viva Jujuy, 2006).

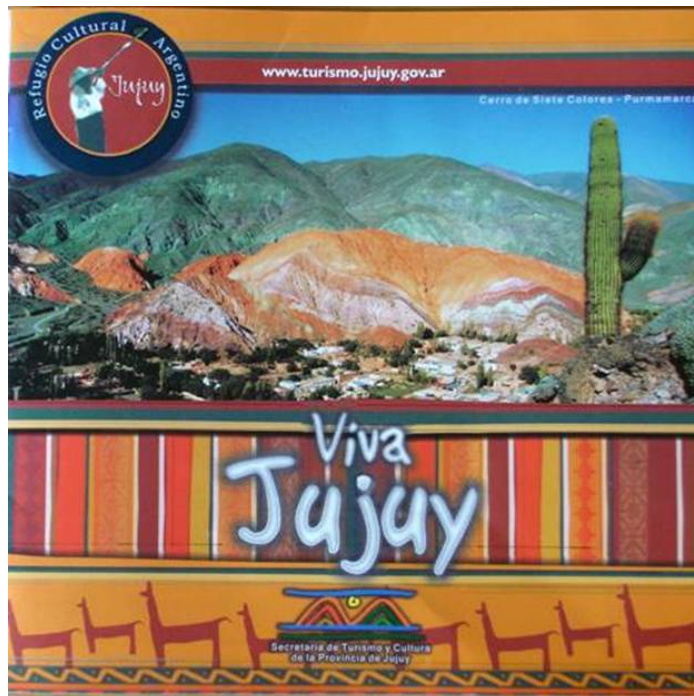


Imagen 8.2. Cartilla Viva Jujuy (2006) elaborada por la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy

Más allá de las formas de presentar a la Quebrada dentro de una provincia turística, ella es presentada a partir de sus diferencias con las otras regiones provinciales mencionadas en el capítulo anterior (ver imagen 8.3). El área de los valles (las zonas aledañas a San Salvador de Jujuy) es el lugar elegido por los habitantes de la provincia para sus vacaciones y visitas de fines de semana. Esta área no constituye un destino a nivel nacional, pero la capacidad de alojamiento de San Salvador de Jujuy transforma a esta localidad en un centro de pernocte importante, lugar que comparte con la ciudad de Salta. Para esta área se resaltan las opciones para realizar actividades turísticas y recreativas vinculadas con sus espejos de agua<sup>211</sup>. En el área de las yungas, el punto turístico más importante es el Parque Nacional Calilegua y en relación con esta área protegida sus principales atractivos son la exuberancia de la flora y fauna, siendo el yaguararé la principal atracción dada su condición de especie en peligro de extinción<sup>212</sup>. La Puna, por último, se promociona desde su vastedad, su condición de “desierto” casi carente de vida vegetal y animal y como área escasamente poblada; sin embargo, también se promocionan aspectos culturales, que en gran medida comparte con la Quebrada<sup>213</sup>. Por otro lado, en algunos materiales de promoción se observa que la política turística provincial se preocupa por definir una imagen del Jujuy turístico que es la suma equilibrada de la heterogeneidad de todas sus regiones:

“Jujuy ofrece una notable diversidad de atractivos turísticos que abarcan Valles, exuberantes Yungas, la aridez de la Puna y la Quebrada, ceñidas por cerros multicolores donde se localizan pueblos autóctonos con valiosos componentes de

---

<sup>211</sup> Estos son algunas de las caracterizaciones de esta zona en los materiales de promoción de la Secretaría de Turismo y Cultura provincial: “Lugares de ensueño se levantan entre lagunas y diques, resguardados por sinuosas serranías, el clima de esta región es realmente agradable. Las ciudades guardan memorias de un pasado colonial, reflejadas en sus pintorescas calles” (Folleto Jujuy. Circuitos turísticos, 2006).

“A pocos kilómetros de la ciudad de San Salvador de Jujuy, los Diques los Alisos, La Ciénaga y las Maderas constituyen lugares ideales para la aventura y el esparcimiento a través de deportes náuticos, la pesca y las actividades al aire libre” (Folleto Los valles Jujeños, 2005).

<sup>212</sup> “La tupida vegetación y la rica fauna invitan al misterio y al asombro permanente. El ecoturismo y el turismo de aventura son las mejores propuestas para estos bellos parajes. Es un área representativa de las ‘yungas’ o Selvas Subtropicales de Montaña. Su variedad biológica es asombrosa y permite disfrutar de las alternativas conectándose con la naturaleza sin alterar el ecosistema” (Folleto Sol, magia y leyendas, 2002, aprox.).

“Algunas especies en serio peligro de extinción tales como el: yaguararé, huemul, el lobito de río se mezclan entre una incalculable variedad de aves, desde el soberano cóndor, hasta el pequeño colibrí, son el mágico calidoscopio que pintan de colores infinitos, la frondosa majestuosidad de su vegetación compuesta de cedro, tipa, cebil y palo amarillo que invitan al misterio y al asombro”.

“Las yungas es nuestro último refugio de máxima pureza ofreciendo sobre todo el éxtasis de lo auténticamente natural” (Folleto Jujuy más cerca del cielo, 2003).

<sup>213</sup> “La inmensidad y esplendor se conjugan con el diáfano cielo y el aire puro, ofreciendo hermosos paisajes de lagunas rodeadas de montañas, como la de Pozuelos, situada a 3.750 msnm”. [...] “La soledad de los silencios de altura, se interrumpe de tanto en tanto en pequeños oasis que matizan con su diversidad biológica la monotonía del paisaje”. “Trepando la Cuesta del Lipán, sucesivas curvan dan lugar a un paisaje de belleza irreal y las Salinas grandes, nos deslumbran con su increíble manto blanco que ofrecen un panorama de magia y color” (Folleto Jujuy más cerca del cielo, 2003).

arquitectura colonial y religiosa. Jujuy pone ante sus ojos contrastes de una belleza incomparable junto a la tranquilidad y calidez de su gente” (Folleto Jujuy más cerca del cielo, 2003).

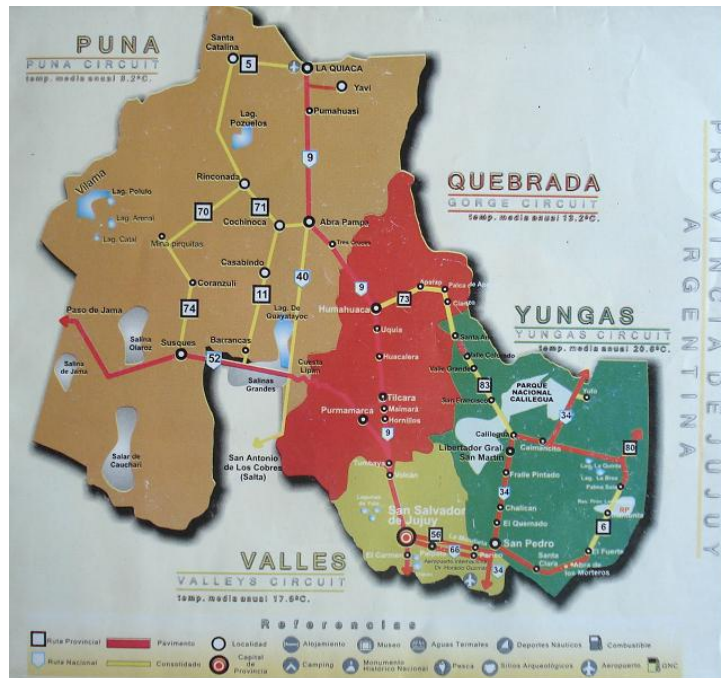


Imagen 8.3. Áreas turísticas de la provincia de Jujuy representadas en un mapa que compone la folletería elaborada por la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy durante 2006

Esta suma de heterogeneidades se hace más evidente en la campaña “Sudamérica vive en Jujuy”, realizada en 2005. En ella se muestra a Jujuy como un territorio pequeño que concentra todos los paisajes de Sudamérica. En la sección de noticia de la página de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia se explica la idea del trabajo de la campaña y la correspondencia de las áreas provinciales con otras de Sudamérica:

”La fuerza silente de la Puna, compartida con el norte chileno; la exuberancia verde de las Yungas, igual de atrapante que las selvas brasileñas y el Este boliviano; las tradiciones y costumbres de la Quebrada, igual de respetadas que en el resto del mundo andino; y sus Valles, con la Historia que involucró a más de una decena de héroes que lograron la Independencia Americana, son los elementos comunes para este trabajo” (noticias de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy, en [www.turismo.jujuy.gov.ar](http://www.turismo.jujuy.gov.ar))

En este retrato turístico provincial la Quebrada vuelve a asociarse al mundo andino a la vez que se diferencia del resto de la provincia, fundamentalmente por sus rasgos culturales (parte de los cuales comparte con la Puna).

La promoción que realizó la secretaría provincial de las diferentes áreas turísticas también atravesó modificaciones conforme la evolución del turismo en la provincia. La creciente presencia del turismo en la Quebrada de Humahuaca ha generado cierta alarma desde la Secretaría de Turismo y Cultura, que la considera como un destino en peligro de sufrir consecuencias negativas por la importante llegada de turistas y la falta de planificación. Por otro lado, el Plan de Desarrollo Turístico Sustentable que se presentara en 2006 recomienda explícitamente la desconcentración de la actividad turística en esa área. Esta idea ya formaba parte de la política de la secretaría que había decidido “disminuir” la promoción de la Quebrada -que desde 2002 se había promocionado a partir de su postulación y posterior declaración como Patrimonio de la Humanidad-, e intensificar la promoción de aquellas otras áreas provinciales<sup>214</sup>.

### **8.5. El retrato cambiante de la Quebrada de Humahuaca: el lugar turístico y sus transformaciones a lo largo del tiempo**

Varios aspectos pueden señalarse para dar cuenta de las transformaciones que como destino turístico atravesó la Quebrada de Humahuaca. Aquí se analizarán esas transformaciones en función de: 1. el lugar que ocupa la Quebrada en la Argentina turística; 2. su situación respecto de las otras opciones turísticas de la provincia de Jujuy; 3. la forma en que fue considerado uno de sus atractivos principales, el pasado; 4. las sugerencias para visitar la Quebrada en los materiales de promoción; 5. la dinámica turística.

Si bien a nivel nacional hacia la década de 1940 el noroeste es considerado como un lugar con “potencialidades” para el turismo<sup>215</sup> y donde esta práctica tenía una presencia menor en comparación con otros destinos como Bariloche y el sur en general, Córdoba, la costa atlántica bonaerense, Mendoza, hoy en día es una de las principales áreas turísticas del país. En este contexto actual, la Quebrada aparece como uno de los destinos más importantes dentro del noroeste y también del país. Si bien se ha señalado desde los organismos oficiales que no es aún un destino consolidado<sup>216</sup>, ocupa indiscutidamente un lugar en el mapa turístico argentino. En este sentido, es interesante destacar el papel que juega el Cerro de los Siete Colores de Purmamarca. Esta formación del relieve, generalmente acompañada de parte del pueblo de Purmamarca se reproduce constantemente en fotografías que representan

---

<sup>214</sup>En un documento elaborado por la sección de Promoción y Marketing de la secretaría se afirma acerca de una reciente campaña que “estéticamente se ha buscado difundir y promover otras regiones como Yungas y Valles con la intención de lograr equilibrio con la quebrada -que año tras año satura su capacidad- dando pie a otros circuitos menos colmados” (Documento de la sección de Promoción y Marketing, 2006).

<sup>215</sup> Así presentado, por ejemplo, en la publicación de la AGPNyT *Visión de Argentina* de 1950.

<sup>216</sup> Como, por ejemplo, lo expresa la Secretaría de Turismo Nacional en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable de 2005 y en *Análisis de situación. Informe prediagnóstico de la Provincia de Jujuy*, del PROFODE, de 2004.

no sólo Purmamarca, sino la Quebrada, la provincia de Jujuy, el noroeste<sup>217</sup> y repetidamente aparecen en una selección de imágenes turísticas de la Argentina, aunque esta selección dé lugar sólo a unos pocos paisajes. En efecto, una selección de paisajes representativos de la Argentina en la actualidad incluye invariablemente el glaciar P. Moreno, las Cataratas del Iguazú, el cerro de los Siete Colores de Purmamarca, y eventualmente la ciudad de Buenos Aires e imágenes de la pampa húmeda.

Esta situación se puede contrastar con el lugar de Purmamarca en la Quebrada turística de la primera mitad del siglo XX. Entre los materiales revisados el Cerro de los Siete Colores recién aparece mencionado con este nombre en la década de 1970. Con anterioridad, las referencias a Purmamarca son muy escasas y en algunas ocasiones ni se menciona el cerro que hoy constituye uno de los elementos más fotografiados de la Quebrada<sup>218</sup>.

También es interesante observar cómo fue cambiando el lugar de la Quebrada en el mapa turístico de la provincia de Jujuy. Durante la primera mitad del siglo XX la Quebrada de Humahuaca compartía un escenario turístico provincial que era muy diferente al actual. En un folleto de la Dirección de turismo provincial de principios de la década de 1950 se promociona a toda la provincia, pero sin embargo este recorrido por las bondades del territorio provincial deja fuera a la Puna, y prácticamente no se hace referencia a las Yungas. La Quebrada parece ser el principal destino de la provincia pero compite con el turismo termal y las actividades de pesca, así como también con algunos atractivos señalados para la ciudad de San Salvador.

Otro aspecto, interesante de rescatar en este retrato de la Quebrada que va conformándose, es el tratamiento del pasado como atractivo turístico. La referencia constante a ciertos grupos o sociedades que poblaron el área en otros momentos históricos, y la pervivencia de elementos de ese pasado, construyen una imagen de la Quebrada como un lugar donde el pasado puede “verse”. El hincapié por señalar huellas del pasado como atractivos turísticos responde a un creciente interés por el pasado en general y a un consumo del pasado a través del turismo. En relación con esto se procede al rescate de ciertos objetos vinculados con la historia y, en este

---

<sup>217</sup> Un ejemplo de esto lo constituye la página de la Secretaría de Turismo de la Nación, donde aparecen las siguientes fotos de paisajes para las distintas regiones turísticas o tours que se presentan: noroeste: Quebrada de Humahuaca; nordeste: Cataratas; centro: la pampa; cuyo: Ischigualasto-Talampaya; Patagonia: glaciar P. Moreno; Ciudad de Buenos Aires: la misma ciudad con una foto de La Boca. Por otro lado, la Secretaría de Turismo de la Nación en 2003 y como parte de su campaña “Argentina Invita” elaboró folletos turísticos para cada una de las regiones turísticas en que dividió el país (Norte, Centro, Litoral, Cuyo, Patagonia, Buenos Aires). El anverso y reverso del folleto de la región Norte están ilustrados con una foto panorámica de Purmamarca y el Cerro de los Siete Colores.

<sup>218</sup> Otro caso similar lo constituye el paseo de Los Colorados en Purmamarca, que antes no aparecía como una opción para visitar en la localidad. No es promocionado sino a partir de comienzos de la década de 2000. En ese momento, ilustra la página inicial del portal de Internet del gobierno de la provincia de Jujuy, lo menciona la Secretaría de Turismo provincial en su página de Internet, forma parte del listado de recursos del documento de postulación de la Quebrada como Patrimonio Mundial y se incluye en los folletos de promoción turística de la secretaria provincial.

sentido, la Quebrada se presenta no sólo como “reservorio” de objetos que dan cuenta de un pasado histórico, sino como un ámbito en donde se mantienen costumbres, valores, tradiciones relacionadas con un pasado premoderno, preurbano y preindustrial. De ahí las innumerables referencias a la Quebrada como detenida en el tiempo: “el tiempo parece quieto”<sup>219</sup>, “el tiempo parece haberse detenido”<sup>220</sup>, “la impresión de que el tiempo se detuvo”<sup>221</sup> “argentinos que parecen de otro siglo”<sup>222</sup>, “un lugar sin tiempo”<sup>223</sup>, “pueblos del tiempo en cámara lenta”<sup>224</sup>. Nuevamente, aparece la construcción de la diferencia entre el destino turístico y la sociedad de origen de los turistas; ésta última caracterizada por la velocidad con que registra los cambios. Así, se invita a recorrer la Quebrada como un viaje a través del túnel del tiempo<sup>225</sup>.

Este pasado es tangible a través de objetos (restos arqueológicos de sociedades prehispánicas, capillas y obras de arte colonial, hitos que marcan acontecimientos históricos) e intangible a través de costumbres y tradiciones que la población local “heredó” del pasado. Además, parecería ser un pasado sumamente amplio. En efecto, al observar materiales de promoción del turismo, por ejemplo de la década de 1950, aquellos elementos dignos de ser admirados por el turista se limitaban a las construcciones coloniales (especialmente las capillas) y los hitos o huellas de la historia independentista. En la actualidad este pasado también es valorizado, pero el pasado prehispánico es el que tiene preeminencia. Más recientemente, en ciertos materiales turísticos el pasado que se valoriza parecería ser el pasado “completo”. Esto se vincula estrechamente con la presentación de la Quebrada como patrimonio mundial (y la posterior declaración). En el texto elaborado por la Secretaría de Turismo provincial, la Quebrada es presentada como un itinerario cultural de 10.000 años, que parece contener la historia “completa” (en términos de extensión temporal) del hombre en esa zona, a su vez acompañada por una historia geológica.

“La Quebrada de Humahuaca es un sistema patrimonial de características excepcionales, resultado de la interacción continua entre un sistema geocológico y las sucesivas sociedades y culturas que se asentaron en ella durante los últimos diez mil años” (Folleto de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy, 2002).

La narración de la historia de la Quebrada se apoya fuertemente en su carácter de vía de comunicación natural y, como consecuencia, área de articulación de diferentes zonas y queda avalada por evidencias materiales e inmateriales. En efecto, la referencia a distintas huellas o vestigios de diferentes manifestaciones culturales a lo

---

<sup>219</sup> *Suplemento Viajes y Turismo, Clarín*, 14/07/96.

<sup>220</sup> Página de la Secretaría de Turismo de la Nación.

<sup>221</sup> Página de Internet de la Secretaría de Turismo y Cultura de Jujuy.

<sup>222</sup> Artículo en la revista *Viva (Clarín)*, julio de 2003.

<sup>223</sup> Folleto de la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de Humahuaca.

<sup>224</sup> Artículo en la revista *Viva (Clarín)*, julio de 2003.

<sup>225</sup> “...recorrerla pausadamente es introducirse en un virtual túnel del tiempo, tanto geológico como histórico” (“Donde el tiempo embellece”, Revista *Nexo*; 22/09/2002: 29).

largo del tiempo (pictografías, ruinas arqueológicas, estilos arquitectónicos en edificaciones coloniales, del período independiente, de principios de siglo XX, herramientas y maquinarias vinculadas a la actividad agrícola, estaciones y talleres ferroviarios) aparece como prueba de esta historia:

“La quebrada posee una enorme riqueza de sitios de ocupación anteriores a la llegada de los españoles. Se considera de valor alrededor de 200 sitios arqueológicos que jalonan el itinerario, destacándose entre ellos el complejo agrícola de Coctaca y los Pucarás. Después del siglo XVI, las poblaciones se levantan en su mayoría sobre antiguos asentamientos, destacándose nuevas tipologías arquitectónicas como iglesias, casas de patio urbanas y rurales, las postas, las haciendas y los molinos. Su valor reside en la relación armónica entre urbanismo y paisaje. A principios del siglo XX, se instala el ferrocarril dejando una fuerte impronta” (Folleto de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy, 2002).

En este aspecto puede verse que el discurso turístico oficial propone una interpretación de la Quebrada en términos históricos (y geológicos) que explica aquello que el turista observa (las evidencias) como resultado de un proceso. De alguna manera, organiza en una narrativa ese pasado fragmentado del que dan cuenta las evidencias arqueológicas e históricas. Esta propuesta de interpretación tuvo una amplia difusión, ya que aparece tanto en la folletería elaborada por la misma Secretaría y la información en Internet que provee este organismo como en otros textos que brindan información promocional sobre la provincia de Jujuy y el noroeste en general<sup>226</sup>.

Por último, es interesante ver cómo la construcción de atractivos de la Quebrada fue de la mano de ciertas sugerencias sobre cómo apreciarlos, y en relación con esto, cómo realizar un recorrido por el destino que tiene como eje la ruta N°9 que corre por el fondo del valle. Es evidente que las empresas vinculadas al turismo, especialmente aquellas de turismo receptivo que ofrecen los tours por la Quebrada y las que organizan paquetes vendidos en algunas ciudades del país o del exterior crean, cristalizan algunos recorridos específicos dentro de la Quebrada o que incluyen la Quebrada. Ellas tienen la posibilidad de crear (establecer) y ofrecer en el mercado estos recorridos, que si son exitosos serán imitados por otras empresas y si se ven “saturados”, harán pensar y darán surgimiento a nuevas propuestas de recorrer ciertas áreas.

Sin embargo, estas empresas se ven acompañadas en este proceso por los materiales de promoción turística que realizan recomendaciones y sugerencias para el accionar de los turistas en la Quebrada. Obviamente, la injerencia que los materiales de promoción puedan tener como guías para una visita a la Quebrada es más importante en el caso de los turistas que llegan y recorren la Quebrada sin contratar los servicios de paquetes y tours; en el caso de estos últimos, las posibilidades de modificar los recorridos pautados son escasas.

---

<sup>226</sup> Por ejemplo, en una página de turismo alternativo del noroeste ([www.runa.com](http://www.runa.com)) y la publicación *Carta Abierta Jujuy*, dedicada a temas de turismo y cultura en la provincia.

En la actualidad la mayor cantidad de sitios, atractivos y actividades para realizar se concentra a lo largo de la ruta nacional N° 9. Esto se relaciona con la localización de los pueblos de la Quebrada, muchos a la vera de la ruta, los que incluso pueden ser observados desde ella como es el caso de Maimará<sup>227</sup>, también se relaciona con la ubicación adrede de elementos específicos al costado de la ruta (como el monolito que marca la línea del Trópico de Capricornio). De alguna manera, la ruta N°9 funciona como una especie de gran pasarela desde la cual observar atractivos dispuestos a ambos lados de la misma. Sin embargo, en la actualidad se multiplican las opciones que se alejan de la ruta<sup>228</sup>, en gran medida respondiendo a las demandas de nuevos atractivos fuera de los circuitos turísticos tradicionales y también lugares que se señalan aptos para nuevas modalidades de turismo (fundamentalmente cabalgatas, trekking y excursiones en vehículos 4X4).

Los materiales de promoción, en general, proponen un recorrido de la Quebrada en un sentido predominante: de sur a norte a través de la ruta nacional N°9 desde San Salvador de Jujuy (el recorrido puede desviarse en algunos puntos hacia el Paso de Jama atravesando Salinas Grandes, hacia Iruya, hacia Casabindo, o seguir con rumbo norte hacia La Quiaca). Los recorridos de sur a norte se relacionan con la dirección del flujo turístico predominante: la mayoría de los turistas provienen del sur (de Jujuy y Salta) en tours o individualmente. Este también es el caso de la gran mayoría del turismo nacional e internacional actual. Esta forma de presentar a la Quebrada se reconoce como una continuidad con las formas en que era descrita desde comienzos del siglo XX. En efecto, el recorrido por la Quebrada, que era realizado la mayoría de las veces en ferrocarril, y la descripción que a partir de ese viaje se realizaba, se iniciaba en San Salvador de Jujuy y terminaba en La Quiaca.

La existencia de infraestructura, equipamientos y servicios turísticos en la zona también condicionan (en parte) los recorridos marcados, en tanto la oferta de alojamiento, gastronomía, y provisión de combustible se concentra sólo en algunas localidades, principalmente Tilcara, Humahuaca y Purmamarca.

Por otro lado, de alguna manera la forma de presentar los atractivos turísticos acompaña los cambios de la dinámica de la práctica turística en el destino. La manera en que los turistas se desplazan y permanecen en la Quebrada cambia constantemente; aunque como se señalara, existen dos localidades que están siendo progresivamente valorizadas por el turismo y dando paso a estas modificaciones. El crecimiento de las localidades de Purmamarca e Iruya como visitas obligadas del noroeste llevó a reducir el carácter de destino de paso de la Quebrada. Las visitas a la localidad de Purmamarca siempre fueron un paseo obligado al realizar una visita en el

---

<sup>227</sup> La localidad de Maimará presenta dos atractivos frecuentemente señalados en los materiales de promoción: la Paleta del Pintor (sucesión de rocas de distintos colores dispuestas en la pared oriental de la Quebrada) y el cementerio. Ambos pueden verse desde la ruta 9, es decir, pueden verse de paso. La entrada de los turistas a la localidad de Maimará no es frecuente, pero existen algunos intentos para promoverla como destino turístico, entre ellos la organización de ferias en la localidad.

<sup>228</sup> Especialmente excursiones a la Puna (Salinas Grandes, Casabindo), área que recientemente se ha incorporado a los circuitos de la Quebrada y a su vez es presentada como un circuito independiente por la Secretaria de Turismo provincial.



día o permanecer en la Quebrada, sin embargo, recientemente (comienzos de la década de 2000) se ha multiplicado la oferta de servicios de alojamiento y gastronomía. Este “boom” de Purmamarca y el crecimiento de los servicios en ella ofrecidos también cambió la dinámica de la permanencia de los turistas en la Quebrada, porque la transformaron en un lugar de pernocte y porque reemplazó en parte a otros (especialmente Humahuaca y Tilcara). La valorización turística de áreas presentadas hasta entonces como remotas, desérticas e inhabitadas y las tareas de acondicionamiento de la ruta nacional N° 52 que une Purmamarca con el Paso de Jama han sido un aliciente a la visita a las Salinas Grandes, en la Puna. Estas excursiones también modificaron la forma de recorrer la Quebrada, desplazando parte de los flujos que unían San Salvador con Humahuaca. Dado que uno de los caminos más frecuentes para llegar a Salinas Grandes es a partir de Purmamarca, el desarrollo de esta excursión también se vincula estrechamente con el crecimiento de la localidad. Como se mencionara en el capítulo anterior, Iruya -intensamente promocionada por la provincia de Salta a fines de la década de 1990 y principios de la de 2000- fue incorporada rápidamente a los circuitos turísticos que visitan la Quebrada desde esa provincia (y también desde Jujuy), porque a esta localidad salteña se puede acceder con vehículos sólo desde la Quebrada. La localidad ha sido incorporada también en los tours que se realizan desde las ciudades de San Salvador de Jujuy y Salta.

Refiriéndose especialmente a la promoción de recorridos por la Quebrada, las guías turísticas tienen un lugar destacado. Éstas señalan en qué pueblos detenerse, qué vale la pena visitar, qué objetos, monumentos o lugares específicos de los pueblos observar, e incluso se sugieren puntos panorámicos y momentos del día para obtener fotografías o para filmar<sup>229</sup>:

“Hacia el sudeste, apreciará una extraordinaria vista del paisaje montañoso con un primer plano de cruces del cementerio y enseguida las primeras edificaciones del pueblo” (Guía Turística YPF, 1998: 266).

“para apreciar este paisaje lleno de colores en todo su esplendor, conviene esperar hasta la tarde. La mejor luz, para sacar fotografías también aparece después del mediodía” (Atlas Turístico Clarín, 1991-1992 aprox., fascículo Humahuaca 1)

La sugerencia de puntos panorámicos es acompañada frecuentemente de la reproducción de la imagen fotográfica que se obtiene desde ese punto, invitando de alguna manera, a buscar durante la experiencia turística aquella imagen ya vista en los materiales de promoción<sup>230</sup>. Urry (1996) afirma que, en algún sentido, la fotografía da forma al viaje turístico al establecer obligaciones: las personas no puede dejar pasar la oportunidad de ver y fotografiar determinados escenas ya vistas en los materiales de

---

<sup>229</sup> En algunos casos como el del *Atlas Turístico* de Clarín y la *Guía Turística YPF* estos puntos panorámicos se señalan mediante símbolos a lo largo de los esquemas de recorrido y planos de las localidades que aparecen en estos materiales.

<sup>230</sup> En el *Atlas Turístico* de Clarín, junto al esquema de rutas que ilustra el recorrido de la Quebrada se indica con la simbología de “vista panorámica” el lugar desde donde obtener la fotografía del cementerio de Maimará con el fondo de la Paleta del Pintor que aparece junto al esquema. El esquema de rutas y la foto están acompañados del siguiente texto: “Maimará 2.384 m. Hacia el este, sobre la ladera occidental de la Sierra de Tilcara, las coloridas formaciones de la Paleta del Pintor. Mejor hora para fotografiar o filmar: al mediodía”.

promoción. Y de alguna manera estas fotos se convierten en las pruebas de “haber estado allí”. La selección y enumeración de puntos panorámicos presentados como “obligados” no es exclusiva de las guías turísticas: los guías turísticos suelen indicar los mejores lugares desde donde obtener fotografías; y esto también lo hace el estado: en el folleto de Purmamarca elaborado por la Secretaría de Turismo provincial junto a la Comisión Municipal de esta localidad, se encuentran señalados (y de alguna manera, establecidos, oficializados) los puntos panorámicos (miradores) desde los cuales se obtienen las tres típicas postales de la localidad junto al Cerro de los Siete Colores. Las sugerencias sobre paseos para realizar, museos para visitar, lugares para pernoctar o almorzar, puntos desde donde obtener fotografías, van dando forma al cronograma de viaje, junto con la oferta de servicios disponible.

Por otro lado, en la presentación de cómo recorrer la Quebrada se establece una selección en la que algunas localidades quedan excluidas por omisión, y otras son sólo mencionadas sin extenderse en detalles:

“El pueblito de Maimará, con mucho verdor aunque escasos atractivos turísticos, queda al margen de la carretera principal” (Atlas Turístico Clarín, 1991-1992 aprox., fascículo Humahuaca 1).

Así, la experiencia turística también se construye desde los materiales de promoción que orientan y organizan la manera en que se hace turismo en la Quebrada. Por un lado, se señalan cuáles son los atractivos, es decir, qué elementos son dignos de ser vistos o visitados, pero dichos materiales también organizan la manera en que deberían ser vistos (para que la experiencia sea óptima) y además la manera en que el área debe ser recorrida (tanto en función de los elementos que son marcados como interesantes, como en función de los propios intereses del turista, ofreciéndole distintas alternativas). Por otro, los materiales promocionales señalan dónde iniciar el viaje, en qué localidades detenerse, qué monumentos, sitios o museos visitar en un recorrido por la Quebrada, a la vez que sugieren dónde comer y hospedarse. Esta forma de sugerir opciones de visitar y recorrer la Quebrada no tiene la eficacia de la acción de los tours organizados, en los cuales los turistas están más “dirigidos” en el recorrido por la Quebrada; sin embargo, no dejan de ser relevantes en la medida en que proponen una forma de recorrer (y a la vez ver, reconocer, apreciar) el destino, señalando qué elementos consumir y cómo hacerlo.

Lo expuesto hasta aquí da cuenta de los procesos de selección que conforman la construcción de atraktividad turística para la Quebrada. Esta selección se realiza en función de las demandas turísticas de cada momento. La forma en que la imagen de hoy de la Quebrada responde a una demanda turística eminentemente *actual*, queda evidenciada por el hecho de que la Quebrada de Humahuaca promocionada hacia principios del siglo XX era muy distinta. En ese momento, era el lugar de veraneo de las elites de las provincias del norte argentino y se promocionaba como un lugar con un clima seco propicio para evitar cierto tipo de enfermedades que se desarrollaban en áreas más húmedas del norte del país. Estas características del clima y sus beneficios en relación a este tipo de enfermedades no son atractivos turísticos en la actualidad. Hoy en día, las condiciones atmosféricas de la Quebrada continúan señalándose como atractivos turísticos pero esta vez como portadoras de un aire puro que no existe en

las ciudades desde las cuales provienen los turistas. Por otra parte, el pasado aborigen, al cual se hacían escasas referencias hacia comienzos del siglo XX constituye hoy un atractivo emblemático de la Quebrada, conforme el interés creciente por las culturas originarias.

Así, hay particularidades asociadas con la Quebrada que formarán parte de sus principales atractivos turísticos, entre ellos las características del relieve y el clima, su flora y fauna, los desniveles del terreno, las dinámicas hídrica, geológica y geomorfológica, su clima y condiciones atmosféricas (cielos despejados, aire puro), la producción de tipo tradicional y su pasado prehispánico. Otros rasgos del lugar, sin embargo, pasarán desapercibidos en el retrato de la Quebrada turística. La complejidad de la trama social y las desigualdades de la sociedad quebradeña no sólo son invisibilizadas sino que son reemplazadas por lecturas de la sociedad local como armónica más allá de las diferencias entre distintos grupos, actuales y pasadas. La presencia de nuevos credos también es ignorada, a la vez que se realiza la religiosidad del lugar vinculada a las tradiciones prehispánica y católica. Por otro lado, se elige mostrar fundamentalmente a la sociedad quebradeña como una sociedad agraria campesina y para ello se pone el énfasis en que la producción agraria se caracteriza por el uso de técnicas tradicionales, dejando de lado las referencias a los procesos de modernización agrícola que tienen lugar desde hace ya varios años en la zona. Además, en términos de “particularidades”, la Quebrada constituyó uno de los primeros sitios en los que tuvo lugar el corte de rutas como forma de protesta a fines de la década de 1990; este rasgo de la Quebrada, como otros señalados más arriba no fue seleccionado para conformar la imagen de la Quebrada turística. Así, el cúmulo de información sobre el lugar presentado en el capítulo 6 que da cuenta de múltiples aspectos del lugar no será procesado de manera igual por el turismo. Los rasgos o particularidades de la Quebrada serán sometidos a procesos de selección que necesariamente se vinculan con las demandas turísticas existentes, las cuales también definirán las formas en que estos atractivos serán consumidos.

## **8.6. A modo de cierre. La Quebrada que se ofrece: atractivos y consumo turístico**

Las características de la Quebrada que difundieron los materiales de promoción turística orientarán procesos de estetización del lugar que lo adaptarán a aquello que el turista desea consumir (ver capítulo 11). En efecto, en los materiales de promoción se muestra un destino que se ajusta o responde a las expectativas y deseos de algunos sectores de las sociedades actuales que están en condiciones -es decir, cuentan con los recursos y el tiempo libre y el deseo o voluntad- de hacer turismo: es un lugar con una riqueza natural poco modificada por la acción del hombre, con una cultura tradicional (bajo una mirada que la idealiza y reivindica) que vive en armonía con el medio (y en contraste con las formas de vida de las sociedades industriales o postindustriales) y que posee un pasado rico evidenciado en ciertos elementos materiales (sitios arqueológicos, capillas históricas, etc.). En definitiva, se crea una versión de la Quebrada turística que apela a aquellos elementos y características dignos de la mirada del turista (Urry, 1996).

Definida la atractividad turística de la Quebrada a través de la promoción, el crecimiento del turismo buscado por el gobierno provincial para el área de la Quebrada también requería de cierto equipamiento indispensable para la llegada y estadía de los turistas. La instalación de este equipamiento fue resuelta por el sector empresarial. Para la promoción de su oferta el sector empresarial apeló a asociar sus servicios a los atractivos del lugar. La imagen de la Quebrada de Humahuaca turística que se moldeó a partir de la política estatal fue incorporada en la promoción que realizaran los empresarios turísticos de sus propios servicios. De alguna manera, la comercialización de sus servicios necesitaba de las características del lugar producidas y reproducidas por la promoción estatal, y reconocidas por los potenciales consumidores. La asociación de sus productos con las características de la Quebrada fue lograda por varias vías. Una de ellas fue a través de la participación del sector empresario en los eventos sobre turismo; los prestadores de servicios turísticos de la provincia y de la Quebrada asistieron a las ferias compartiendo los stands con el organismo provincial, situación que permitió una asociación directa entre los atractivos que ilustraban murales, folletos y posters y los servicios (viajes, alojamiento, excursiones, gastronomía) que permiten disfrutarlos. Así, los turistas recogen información sobre el lugar junto con la información sobre los prestadores de servicios en esos destinos. Los operadores mayoristas y las agencias de viajes, por su parte, obtienen información sobre los prestadores de servicios disponibles para ser incluidos en los paquetes que ofrecen. Por otro lado, la Quebrada y sus imágenes turísticas ampliamente reconocidas también fueron aprovechadas por los empresarios para promocionar directamente ellos mismos los servicios que ofrecen, reproduciendo dichas imágenes en una cantidad de materiales de promoción como folletos y páginas web. Invariablemente acompañando el ofrecimiento de bienes y servicios brindados se utilizan distintas imágenes de la Quebrada que representan frecuentemente paisajes naturales y urbanos, vistas del valle, cerros, quebradeños con vestimentas típicas, artesanías, capillas, cardones, monumentos y eventos festivos.

Para los prestadores de servicios turísticos, la comercialización de sus servicios resulta más lucrativa en la medida en que se encuentre asociada a lugares y atractivos reconocidos y cotizados en el mercado turístico. Además, y más allá de la simple inclusión o reproducción de una imagen en un material de promoción, estos atractivos son pasibles de ser mercantilizados en su asociación con los servicios turísticos, jerarquizando a estos últimos. En efecto, los atractivos turísticos son agregados a los productos que brinda la oferta turística, por ejemplo, al incorporar el “típico paisaje quebradeño” como vistas de las habitaciones de los establecimientos hoteleros (ver imagen 8.4). En varias localidades de la Quebrada las habitaciones con vistas singulares (por ejemplo, al Cerro de los Siete Colores en Purmamarca o vistas al valle en localidades que comenzaron a construir en las laderas como Tilcara) son más costosas que aquellas que no las tienen. También la exclusividad presentada en otros productos y servicios repercute en su precio: los ingredientes típicos en los platos autóctonos, las lanas especiales utilizadas para la elaboración de tejidos o simplemente los saberes locales involucrados en la elaboración de bienes y servicios (especialmente si representan manifestaciones culturales al borde de la desaparición) requerirán el pago de un precio acorde a su condición. De esta manera, desde el sector económico se busca el acceso a una renta monopólica a través de la apropiación (a veces exclusiva) de los atractivos turísticos, que se traducirá en el

carácter exclusivo del servicio que se ofrece, pero que también se reflejará en el precio de estos servicios.



Imagen 8.4. Foto que ilustra una página de Internet de una posada en Tilcara  
([www.laposadita.com.ar](http://www.laposadita.com.ar))

De esta manera, estado y sector privado se asocian en una relación mutuamente beneficiosa: el estado presenta e instala un área que reúne todas las condiciones para hacer turismo y el empresariado ofrece las vías para su disfrute o consumo. Así, la promoción junto con el incentivo al crecimiento de la oferta turística respalda la intención del gobierno provincial de convertir a la provincia en una provincia turística, apelando y fortaleciendo a su destino más reconocido: la Quebrada de Humahuaca. Si bien estos procesos serán abordados en los capítulos siguientes, es importante señalar que, con las tareas de promoción encaradas especialmente en la década de 2000, el estado provincial aseguró la difusión de los atractivos de este destino (especialmente su patrimonio), incentivando la llegada de turistas como parte de una política provincial que consideró que el turismo podría ser una actividad económica de relevancia provincial (ver capítulo 10).

Por su parte, los empresarios asociaron la atraktividad turística atribuida a la Quebrada con los servicios ofrecidos como elemento de distinción y de jerarquización de los mismos. Así, la generación y apropiación de beneficios económicos por parte de los prestadores de servicios turísticos es posibilitada en parte por la incorporación de la atraktividad turística del destino que se apoya en este proceso de selección. De esta manera, la imagen de la Quebrada promocionada turísticamente también se traducirá en determinados objetos comercializables que captarán estas características atribuidas al lugar: comidas, artesanías, música, vestimenta. También se traducirán en servicios ofertados: alojamiento, excursiones, gastronomía, espectáculos musicales.

En síntesis, la imagen del lugar es procesada en términos económicos. El sector económico vinculado al turismo se apropia de la imagen de este lugar como un valor agregado a sus productos (este tema será tratado con más detalle en el capítulo 11). Las características de la Quebrada le otorgarán a distintos productos aquellos rasgos novedosos, exóticos, culturales, regionales, autóctonos, andinos tan necesarios para abonar la diferenciación en la oferta que caracteriza al mercado en la actualidad. Así, esta versión de la Quebrada turística se procesará a partir de la mercantilización de ciertos rasgos del lugar, aquellos que resultan atractivos (entre ellos el patrimonio). En efecto, a esta evolución en la forma en que fue concebida y consumida turísticamente la Quebrada se le suma otro acontecimiento de relevancia que es su declaración como Patrimonio de la Humanidad.

## **Capítulo 9. La patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca en el proceso de construcción de atractividad turística**

En el proceso de transformación de la Quebrada en un lugar turístico y patrimonial la distinción de este lugar como Patrimonio de la Humanidad en la categoría Paisaje Cultural fue un acontecimiento clave. Esta distinción fue buscada y requirió de un accionar intencionado del poder político provincial para lograrla. Como parte de este accionar se recurrió a la participación de especialistas en diferentes áreas del conocimiento (arqueología, arquitectura, antropología, geología, biología) para generar la información necesaria para caracterizar a la Quebrada en sus rasgos patrimoniales que le permitirían acceder a la declaración. La iniciativa también requirió de la inclusión de la población de la Quebrada, respondiendo a las nuevas formas de pensar los procesos de puesta en valor del patrimonio.

Atendiendo al tercer objetivo específico, en este capítulo se analiza el proceso de valorización turística de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, teniendo en cuenta, por un lado, los reconocimientos otorgados por otras instituciones nacionales y provinciales como antecedentes de la designación de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO; y por otro, el proceso por el cual se postuló a la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO y los fundamentos y argumentos de dicha postulación orientada a obtener la declaración. Para ello se abordan aquellos aspectos del proceso de patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca que se consideran centrales para comprender su transformación en un lugar turístico y patrimonial, poniendo atención en el accionar de aquellos actores que trabajaron para crear un lugar con nuevas características, el cual se colocaría en la esfera del consumo turístico. Así, en este capítulo se abordan los antecedentes de la patrimonialización de la Quebrada (aquellas designaciones oficiales que otorgaban algún tipo de reconocimiento a objetos, especies, áreas del lugar), las formas en que se encaminó y logró la designación internacional y cómo este carácter patrimonial incrementó la atractividad turística del lugar. También se abordan las distintas lecturas que de ese patrimonio, hicieran algunos de los actores vinculados al proceso de patrimonialización.

## 9.1. Antecedentes del proceso de patrimonialización de la Quebrada

La designación como Patrimonio de la Humanidad de la Quebrada de Humahuaca tiene antecedentes en reconocimientos por organismos estatales nacionales, provinciales y municipales de algunos elementos localizados en el área, o del área misma, en un proceso que se inicia en la década de 1940. Un año después de la creación de la Comisión Nacional de Museos y de Monumentos y Lugares Históricos (1940) se declara Monumento Histórico Nacional la Capilla de Huacalera, la Iglesia de la Candelaria y San Antonio de Humahuaca, la Iglesia Santa Rosa de Lima de Purmamarca, la Iglesia de San Francisco de Tilcara, la Capilla de Tumbaya y la Capilla de Uquía (decreto N° 95.687 de 1941). Con posterioridad, la Posta de Hornillos es nombrada Monumento Histórico Provincial en 1959 (decreto N° 2.058) y el pueblo de Purmamarca y ciertas áreas del pueblo de Humahuaca son declarados lugares históricos en 1975 (decreto N° 370). En 1954 se declara por decreto provincial N° 3.621 música y baile regional el Carnavalito de la Quebrada de Humahuaca (cuyo principal exponente es el tema musical “El humahuaqueño” de Edmundo Zaldívar). En 1973 se nombra especie protegida a la vicuña (ley provincial N° 3.014) y en la década siguiente la provincia reconocería como Parque Arqueológico a Coctaca (ley N° 4.126 de 1984) y como Monumento Natural Provincial a la Laguna de Leandro (ley N° 4.203 de 1985). En 1996 se declaran como calendario cívico cultural y educacional la celebración de ofrendas a la Pachamama en el territorio provincial el día 1 de agosto y durante todo ese mes (ley provincial N°4927). Los yacimientos arqueológicos de Coctaca, La Huerta, Los Amarillos y Pucará de Tilcara fueron reconocidos como Monumentos Históricos en 2000 (decreto N° 1.012) y la Quebrada fue declarada de interés nacional por la resolución N° 242 de la Secretaría de Turismo de la Nación en 1993 y paisaje protegido por la ley provincial N° 5.206 de 2000<sup>231</sup>. En cuanto a lo resuelto a nivel municipal existen ordenanzas y decretos que, desde 1971, establecen zonificaciones para ordenar el uso del suelo en Purmamarca, Humahuaca y Tilcara, así como intentos por proteger ciertas áreas dentro de éstas.

Estas distinciones constituyen antecedentes del proceso de patrimonialización por la UNESCO y son reconocidas como tal en el mismo documento que postula a la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad elaborado por la provincia de Jujuy en 2002. En varios tramos de este documento, cuando se realiza la descripción del bien a postular, se menciona la situación bajo protección de que gozan ciertos elementos. Por ejemplo:

“La baja productividad de estos ambientes limita la diversidad y densidad de los grandes mamíferos, lo que los hace más vulnerables al impacto de la presencia humana. Se trata en su mayoría de especies incluidas bajo alguna categoría de

---

<sup>231</sup> Esta ley designa como Paisaje Protegido a la Quebrada de Humahuaca, en función de los alcances de la Ley General de Medio Ambiente, Sección VII, Art. 122º, que establece como obligación del estado la identificación de los recursos panorámicos o escénicos que por sus especiales características serán protegidos, donde se deberá prohibir todo tipo de obra o actividad que pudiera alterar los mismos; fijar límites de altura o determinar estilos de construcción para preservar valores estéticos, históricos o culturales y procurar que las actividades turísticas se desarrollen preservando la integridad natural, cultural e histórica de cada lugar.



protección como la vicuña, la chinchilla, el gato andino, el zorro colorado” (Provincia de Jujuy, 2002: 55).

“El Pucara de Tilcara fue declarado Monumento Nacional en el año 2000. Es el único asentamiento arqueológico habilitado para visitas turísticas y didácticas en la Quebrada de Humahuaca” (Provincia de Jujuy, 2002: 114).

“La Huerta es uno de los cuatro sitios arqueológicos que han sido declarados Monumento Nacional en la Quebrada de Humahuaca” (Provincia de Jujuy, 2002: 117).

En este documento se mencionan estas designaciones como antecedentes (que además refuerzan el carácter patrimonial de los elementos en cuestión) al tiempo que se las nombra como garantía de cierta protección con la que cuenta la Quebrada. En efecto, la UNESCO exige dar cuenta del manejo del bien declarado y, respondiendo a esto, en el documento elaborado por la provincia se mencionan estas declaraciones como antecedentes de la protección patrimonial de la que gozan distintos elementos.

## **9. 2. La propuesta de patrimonialización de la Quebrada presentada a la UNESCO**

Según relatan las fuentes oficiales, la idea de proponer a la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio Mundial tiene sus antecedentes en una reunión que tuvo lugar en Tilcara en 1986 y de la que participaron intendentes, comisionados municipales, concejales, diputados provinciales y otras autoridades de instituciones de la zona, junto con el representante de Argentina ante el Comité de Patrimonio Mundial de la UNESCO, Arq. Jorge Gazaneo. En la misma se acordó realizar acciones para impulsar dicha patrimonialización. Como resultado de esta reunión se elaboró un documento (Carta Intención del 30 de setiembre de 1986) firmado por el entonces gobernador de la Provincia de Jujuy, Ing. Carlos Snopek y el representante del Comité del Patrimonio Mundial<sup>232</sup>.

El proyecto de postular a la Quebrada como Patrimonio Mundial sería retomado durante la gestión de Eduardo Fellner al frente del gobierno provincial en el año 2000. Según entrevistas mantenidas con personal de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia (que había tenido participación en las instancias de trabajo para la elaboración de la propuesta) los trámites se aceleraron a partir de las protestas de la población local de la Quebrada sobre el trazado de un gasoducto (1998) y un

---

<sup>232</sup> Con posterioridad, durante la década de 1990 se realizan en la zona algunos estudios llevados adelante por la Comisión Nacional de Museos y de Monumentos y Lugares Históricos. Algunos de ellos, en el marco del “Programa de Desarrollo Social y Cultural a través de la Recuperación de Monumentos Históricos” para el Banco Interamericano de Desarrollo. Lo desarrollado en este programa consta de un diagnóstico y una propuesta de puesta en valor del área de la Quebrada de Humahuaca (Programa AR-0199 BID AEE 26 realizado en el noroeste del país en los Valles Calchaquíes, la Quebrada de Humahuaca y la Puna entre los años 1996 y 1997). Este informe serviría posteriormente como antecedente para la caracterización de la Quebrada patrimonial, que se realizara buscando la designación de la UNESCO.

electroducto (1999-2000) en la zona. El gasoducto fue construido en la Quebrada pero la instalación del electroducto no se llevó a cabo como consecuencia de los reclamos realizados por la población quebradeña. Por otro lado, se señala que esta actitud de defensa del patrimonio de los pobladores llevó a que el gobierno provincial “tomara conciencia”<sup>233</sup> de la importancia de proteger y no modificar ciertas características de esta área (en este caso específico, ciertos rasgos de su paisaje). Así, estas obras fueron suspendidas y, según este relato oficial la actitud del gobierno provincial, atento a los reclamos de la población de la Quebrada, permitió iniciar un camino en la protección de esta área que culminaría con una designación oficial del organismo más reconocido y legitimado a nivel internacional: la UNESCO. Parte de esta historia que insta los orígenes de la protección del área, está contenida en el documento que elaboró el gobierno provincial para la UNESCO:

“A mediados del año 2000 ante la amenaza mayúscula que significaba el comienzo de las obras de “Electroducto Jujuy-Humahuaca” planificadas en el año 1994, el habitante de la Quebrada en forma comunitaria a través de sus organizaciones e individualmente opuso su rechazo a la concreción de una obra que hubiera devastado el paisaje y el medio ambiente de la zona. El Gobernador electo de la Pcia de Jujuy, Dr. Eduardo Fellner, atendiendo el pedido de los Quebradeños y convencido de la importancia patrimonial de la Quebrada, en diciembre del año 2000, en ocasión de la inauguración de los trabajos de restauración de la Posta de Hornillos, anunció el comienzo de los estudios tendientes a postular ante la UNESCO a la Quebrada de Humahuaca como patrimonio de la humanidad” (Provincia de Jujuy, 2002, resumen).

En el mismo año 2000 a través del decreto provincia N° 2.319 se declaran de interés prioritario los proyectos y programas tendientes a postular a la Quebrada de Humahuaca para su incorporación en el Listado de Sitios de Patrimonio Mundial, teniendo como referencia el marco de aquel acuerdo de 1986 entre el gobierno de la provincia y el representante del Comité del Patrimonio Mundial de la UNESCO<sup>234</sup>.

#### 9.2.1. La Secretaría de Cultura de Jujuy y su liderazgo en el proceso de patrimonialización

El proceso de patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca involucró la participación de varios actores. Entre estos adquirió un rol protagónico la Secretaría de Cultura provincial y luego la actual Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy. La Secretaría de Cultura desde 1999 estaba a cargo de Liliana Fellner. Esta

---

<sup>233</sup> Tal como lo expresara el gobernador de la provincia en una entrevista periodística (*Jujuy al día*, 6/07/2003).

<sup>234</sup> En ese mismo año y orientado por estos propósitos, la Secretaría de Cultura de la Provincia de Jujuy realizaría un relevamiento de museos, salones de exposición y cronograma de celebraciones de la provincia. También en este contexto es que la Quebrada se declara paisaje protegido (por ley provincial N°5206), tal como se mencionara en el punto anterior.

secretaría existió como tal hasta 2002, cuando se fusionó con la Secretaría de Turismo, formando la actual Secretaría de Turismo y Cultura. Luego de la fusión, Liliana Fellner se haría cargo de la nueva secretaría que comprendía las dos áreas.

Al año siguiente de comenzar la gestión de Liliana Fellner al frente de la Secretaría de Cultura provincial, este organismo se encargó de la realización de estudios previos sobre la Quebrada de Humahuaca, que resultaron en la elaboración de un documento en el que se exponía la justificación de la designación de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad. También en el año 2000, y durante el acto donde el gobernador provincial anunció el inicio de las tareas para lograr la designación de la Quebrada por la UNESCO, se presentó al equipo técnico encargado de la tarea<sup>235</sup>.

La intención de transformar a la Quebrada en un lugar turístico y patrimonial requirió la actuación del poder político para gestionar la designación de la UNESCO<sup>236</sup> y del saber experto que proveyó los conocimientos para respaldar la propuesta. Los expertos dieron forma a la versión de la “Quebrada patrimonial” recurriendo a una selección de elementos que desde el punto de vista de cada disciplina resultaban relevantes a la hora de considerar a la Quebrada como un lugar excepcional. Para ello, recurrieron en gran parte a aquellas miradas a las que se hiciera referencia en el capítulo 6. La versión de la Quebrada patrimonial creada por los expertos constituiría un importante respaldo a la decisión y el proyecto político del gobierno provincial de poner en valor patrimonial (y también turístico) a este lugar. El saber experto no sólo participó en la creación de una justificación de la designación, también intervino en las tareas de gestión del área (con posterioridad a la designación) participando en el equipo técnico que compone la Unidad de Gestión de la Quebrada de Humahuaca y realizando informes sobre ciertos elementos de carácter patrimonial, que forman parte del área declarada<sup>237</sup>. Así, estos especialistas serían los que determinarían qué características o rasgos de la Quebrada justificarían la patrimonialización de este lugar. Una vez definidas estas características, crearían una versión de la Quebrada patrimonial a la espera del reconocimiento de la UNESCO. El poder político y el saber

---

<sup>235</sup> Este equipo había quedado conformado por la Resolución N° 184 de 2000 dictada por la Secretaría de Cultura de la Provincia (apelando al decreto N° 2319-G-2000, antes mencionado). El equipo interdisciplinario involucró la participación de especialistas en arqueología, arquitectura, antropología, geología y agronomía, quienes trabajaron en la elaboración de este informe técnico, tarea que se extendió hasta julio de 2001. A partir de este momento y hasta enero de 2002 se preparó el texto de la postulación.

<sup>236</sup> El proceso de nominación para la inclusión de determinado bien en la Lista de Patrimonio Mundial es llevado adelante por los estados, y no es una iniciativa que parte de la UNESCO. Desde el Comité de Patrimonio Mundial se dictan aquellas normas que orientan el procedimiento para la presentación del bien nominado con las indicaciones sobre la información y documentación que debe ser entregada por los estados parte de la convención cuando postulan un sitio.

<sup>237</sup> Un ejemplo de este tipo de informes lo constituye un diagnóstico realizado por expertos en arqueología del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano (INAPL) sobre el sitio arqueológico de Inca Cueva, en el departamento de Humahuaca. El diagnóstico informa sobre la situación de deterioro del sitio, en parte sufrida a partir de la visita turística al mismo, y propone ciertas medidas que no sólo apuntan a la protección patrimonial, sino también al ordenamiento turístico del área (por ejemplo, mediante la sugerencia de la construcción de cercados, pasarelas, visitas guiadas, guardias, cobro de entrada, etc.).

experto generaron dos de los cuatro pilares fundamentales en la patrimonialización de la Quebrada: el accionar político-administrativo y la certificación emanada de un conocimiento de carácter indiscutido; ambos darían forma al proyecto de creación de un lugar turístico y patrimonial.

### 9.2.2. La definición del área a ser declarada en el documento de la propuesta

Como resultado de los estudios realizados y siguiendo las normativas establecidas por la UNESCO para la elaboración de las postulaciones de sitios para integrar la lista de Patrimonio de la Humanidad, el gobierno de la provincia de Jujuy elaboró un documento. Se trata de un texto del año 2002 titulado *Quebrada de Humahuaca. Un Itinerario Cultural de 10.000 Años. Propuesta para la Inscripción a la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO*. En el documento se realiza (entre otras cosas) una identificación, justificación y descripción detallada del bien a ser declarado patrimonio, tal cual lo exige la UNESCO<sup>238</sup>.

En la identificación del bien se establece su localización en tanto su situación de inclusión en áreas geográficas más amplias (país, provincia, región) a la vez que su localización específica, mediante el establecimiento de sus coordenadas geográficas. En el caso de la Quebrada de Humahuaca, lo que estaba siendo postulado como patrimonio era un *área* (ver mapa 9.1), por lo que en el documento se establecen los puntos extremos de la misma<sup>239</sup>. La definición del área a ser patrimonializada consideraba la superficie del bien propuesto (172.116,44 hectáreas) y un área de amortiguación a su alrededor (365.648,79 hectáreas). Dentro de la superficie del bien propuesto se encuentran las localidades de Volcán, Tumbaya, Purmamarca, Maimará, Tilcara, Huacalera, Humahuaca, Hipólito Irigoyen y Tres Cruces. En entrevistas mantenidas con funcionarios responsables del organismo encargado de la gestión de la Quebrada patrimonial se explicó que el área del bien propuesto había quedado delimitada porque en cuanto a su paisaje, su clima, sus evidencias arqueológicas y sus características culturales presentaban “cierta homogeneidad”. Por otro lado, se

---

<sup>238</sup> Este organismo establece un formato, compuesto de ciertos puntos (identificación, justificación, descripción, gestión, factores que afectan al bien, monitoreo, documentación y firma en nombre del estado parte) para este tipo de documentos. Las normas están contenidas en *Format for the nomination of cultural and natural properties for inscription on the World Heritage List* del Comité de Patrimonio Mundial.

<sup>239</sup> Estos son:

Norte 22° 35' 32" S

65° 21' 22" O

Sur 24° 01' 41" S

65° 26' 20" O

Este 23° 09' 24" S

65° 02' 45" O

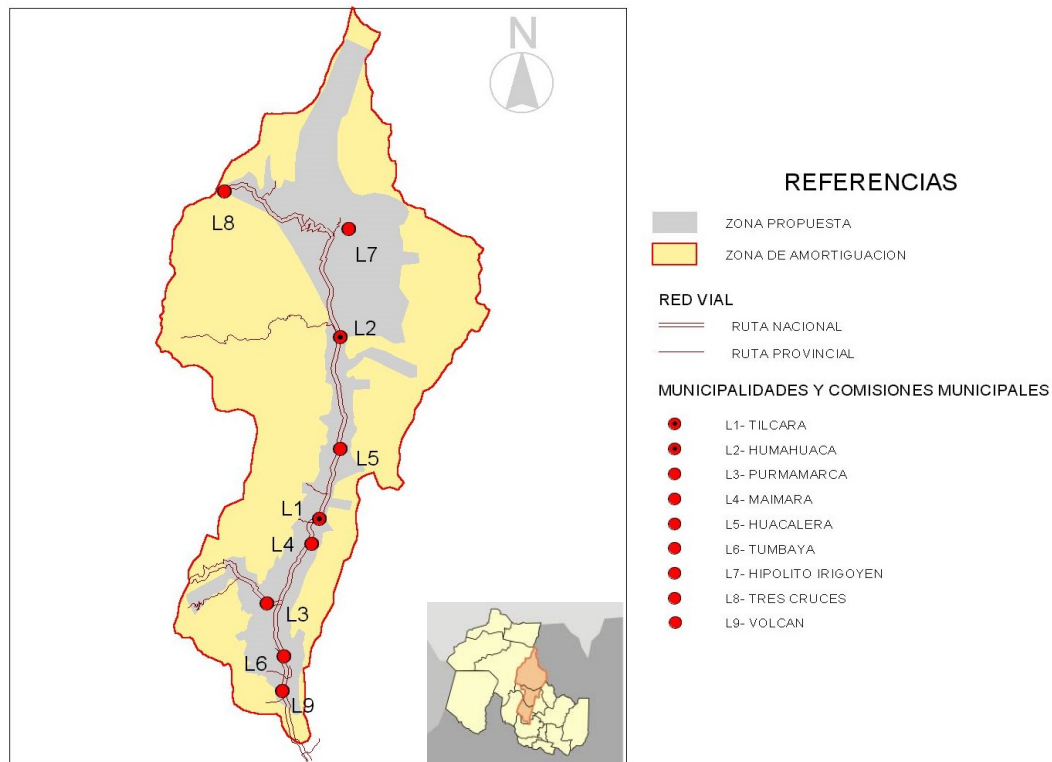
Oeste 23° 08' 39" S

65° 43' 39" O

afirmó que el área de amortiguación quedó definida por las divisorias de aguas de las sierras que flanquean al valle del río Grande.

Así, la declaración patrimonial implicó la presencia de una nueva entidad la Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad definida arealmente. Esto enriquece lo mencionado en el capítulo 6 respecto de las múltiples formas de definir y delimitar a la Quebrada.

Mapa 9.1. Quebrada de Humahuaca. Área declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO



Elaboración: Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy

Nota: las zonas consignadas en el mapa como zona propuesta y zona de amortiguación constituyen el área declarada Patrimonio de la Humanidad.

### 9.2.3. La definición de los elementos y características que justifican la patrimonialización de la Quebrada

La intención del gobierno provincial era lograr la declaración de la Quebrada de Humahuaca como Itinerario Cultural y en vistas de ello se elaboró el texto de la postulación. Los criterios establecidos por la UNESCO a los que se apeló para solicitar la inscripción de la Quebrada en esta categoría fueron cuatro. En primer lugar, se justificaba la inclusión de la Quebrada a partir de los criterios (ii) y (v) y en segundo lugar a partir de los criterios (iv) y (iii) para el patrimonio cultural (ver cuadro 4.2 del anexo 1).

El criterio (ii) se refiere a: atestiguar un intercambio de influencias considerable, durante un período concreto o en un área cultural del mundo determinada, en los ámbitos de la arquitectura o la tecnología, las artes monumentales, la planificación urbana o la creación de paisajes. La justificación del pedido de inclusión de la Quebrada a partir de este criterio fue realizada haciendo referencia al carácter de área de intercambio de influencias. Para ello se señala el carácter de itinerario que tuvo a lo largo de 10.000 años de ocupación humana tanto en sentido norte- sur como este-oeste permitiendo el encuentro e intercambio entre pueblos y poniendo en contacto espacio mayores (imperio incaico, áreas de dominio español en América, zonas de intercambio comerciales actuales)<sup>240</sup>.

El criterio (v) refiere a: representar un ejemplo destacado de formas tradicionales de asentamiento humano o de utilización de las tierras, representativas de una cultura (o de varias culturas), sobre todo cuando son vulnerables debido a mutaciones irreversibles. Este criterio fue justificado mediante la presentación de la Quebrada como un área que estuvo ocupada sucesivamente por diferentes culturas, haciendo especial hincapié en las formas de organización del territorio, especialmente de los ámbitos urbanos. También se atendió a dar cuenta de la situación de frágil equilibrio de este lugar amenazado por las transformaciones fruto de la irrupción de actividades y prácticas modernas<sup>241</sup>.

---

<sup>240</sup> Algunos párrafos del texto de la postulación destinados a la justificación del criterio (ii) son los siguientes: “La Quebrada de Humahuaca, un estrecho y árido valle montañoso, ha sido utilizado como itinerario en forma constante a lo largo de los diez mil años de historia del hombre en la región sin haber perdido vigencia desde los momentos más tempranos de la ocupación humana -9000 años antes de Cristo- hasta la actualidad. [...] Sirvió de nexo entre tierras altas y bajas, entre páramos y selvas; permitió el contacto de pueblos de diferente origen y tradición y jugó un papel primordial en la liberación de los países sudamericanos del dominio español en América; actualmente sigue siendo un nexo fundamental en la unión comercial del Pacífico con el Atlántico, de los Andes con las Pampas. [...] En el transcurso de la historia de la región, la Quebrada de Humahuaca se perfiló como el espacio de encuentro e intercambio que sucesivamente fue involucrando espacios mayores y pueblos más distantes” (Provincia de Jujuy, 2002: 30).

<sup>241</sup> Así queda expresado en el texto: “La Quebrada es el escenario de un establecimiento tradicional humano muy característico, sobre todo referido al uso de la tierra, de lo cual se han conservado evidencias arqueológicas, tecnológicas y paisajísticas desde los albores de la domesticación hasta el presente, así como por la pervivencia de una gran diversidad de cultivos andinos. Constituye un paisaje de sustentabilidad en el tiempo y en el espacio. [...] Todo esto se presenta hoy vulnerable frente a limitaciones irreversibles. El incremento de la población, la aparición de nuevas necesidades y recursos, de materiales y formas constructivas

El criterio (iv) refiere a: constituir un ejemplo eminentemente representativo de un tipo de construcción o de conjunto arquitectónico o tecnológico, o de paisaje que ilustre uno o varios períodos significativos de la historia humana. Con referencia a este criterio, la Quebrada fue caracterizada como un ámbito donde se combina el patrimonio natural y el material e inmaterial de diferentes momentos históricos, pero las especificaciones con respecto al mismo están realizadas para aquellos elementos que dan cuenta de la organización prehispánica del territorio<sup>242</sup>.

El criterio (iii) refiere a: aportar un testimonio único, o al menos excepcional, sobre una tradición cultural o una civilización viva o desaparecida. Aquí la justificación de la inclusión de la Quebrada bajo este criterio busca presentar un área significativa para las distintas culturas que en ella se desarrollaron, a la vez que pone énfasis en las pervivencias de la cultura andina en la actualidad<sup>243</sup>.

La justificación de cómo la Quebrada respondía a estos criterios que permitirían su ingreso a la Lista de Patrimonio Mundial se sustentó en una descripción detallada del área. Las características de la Quebrada que fueron incorporadas en esta descripción fueron reunidas en tres grupos de atributos: el ambiente natural, el patrimonio tangible y el patrimonio intangible.

El *ambiente natural* incluye rasgos de la geología y la geomorfología, el clima, el sistema hídrico, la bioecología, las rutas naturales y los pasos de montaña y otras características del relieve, vegetación y sistema hídrico. Sus características naturales refuerzan el carácter único del lugar, condición conveniente para un sitio Patrimonio de

---

foráneas que reemplaza a las tradicionales y que poseen una gran carga de valores de modernidad y progreso plantean un desafío para la conservación del patrimonio de la Quebrada de Humahuaca” (Provincia de Jujuy, 2002: 35-39).

<sup>242</sup> El texto afirma: “La Quebrada de Humahuaca como conjunto de un ambiente natural y de patrimonio material e inmaterial, que ejemplifica tipos de construcción y de tecnología, conjuntos arquitectónicos y paisajes de diferentes culturas, constituye un enclave patrimonial de características excepcionales. La Quebrada de Humahuaca posee bienes excepcionales por sus cualidades intrínsecas o por su asociación con otros elementos patrimoniales. En primer término, se destacan los recintos de cultivo de Coctaca [...] únicos en su género por la tecnología agrícola representada. En segundo lugar, se consideran los poblados elevados, de alta visibilidad, denominados localmente *pucará*, que jalonan el eje del valle de un extremo al otro [...]” (Provincia de Jujuy, 2002: 39-40).

<sup>243</sup> En el texto se afirma: “En los milenios de aprovechamiento humano, la Quebrada de Humahuaca ha tenido múltiples significados para las distintas sociedades que la ocuparon, ámbito de explotación económica para cazadores-recolectores; espacio productivo, simbólico y de residencia para pueblos agricultores; territorio sociopolítico y económico para los *omaguaca*; comarca de dominación incaica; vía de tránsito para los conquistadores españoles; baluarte estratégico en las Guerras de la Independencia; ruta de comunicación entre estados-nación; entorno de ocio y esparcimiento para turistas del siglo XX. [...] La actual población de la Quebrada de Humahuaca, de origen mayoritariamente andino, practica un conjunto de pautas culturales que son el producto de pervivencias de las antiguas culturas indígenas con ricas transformaciones surgidas de su contacto con el mundo español y moderno” (Provincia de Jujuy, 2002: 40-41).

la Humanidad: “Desde el punto de vista del espacio natural, por su extensión, por su gradiente altitudinal y su morfología, por la variedad de aspectos geofísicos, biológicos y paisajísticos, la Quebrada es única en América” (Provincia de Jujuy, 2002: 22-23).

La caracterización del ambiente natural de la Quebrada está encabezada por las formas del relieve productos de los más variados procesos: modelado fluvial, movimientos tectónicos, plegamientos, erosión, para los cuales se señala el tipo de roca en cuestión y la edad geológica. La caracterización del clima y la biogeografía de la zona se realiza recurriendo a reconocidos sistemas de clasificación: según la clasificación de Köppen su clima es seco semiárido tipo estepario y árido desértico; a partir de la clasificación de Cabrera se ubica a la zona en la provincias biogeográficas altoandina y puneña. En la caracterización de su biogeografía se destacan algunas especies vegetales características de la zona como los cardones, el algarrobo, la queñoa, yareta, tola, festuca y algunos representantes de la fauna como los camélidos, la chinchilla, el gato andino, el zorro colorado, el cóndor andino y el suri.

La caracterización del mundo natural pone énfasis en grandes procesos geológicos, geomorfológicos, hídricos, en la presencia de especies autóctonas, en las características climáticas; pero también se realizan observaciones sobre el aprovechamiento de este ambiente natural, como por ejemplo, cuando señala sus ventajas para el desplazamiento en aquellos accidentes del terreno que lo favorecen (abras, pasos, quebradas laterales). También en este sentido se hace referencia a las vertientes (como fuentes de agua), las vegas (utilizadas como áreas de pastoreo), los pastizales (utilizados como recurso forrajero) y las modificaciones en los cursos de agua para riego (canales).

El *patrimonio tangible* incluye una descripción de la Quebrada como espacio de tránsito en distintos momentos históricos, de los sitios de ocupación prehispánica y del patrimonio arquitectónico (organizado en distintos puntos que reúnen las características de la arquitectura religiosa, la arquitectura civil, la vivienda rural, los molinos y la arquitectura ferroviaria).

En el caso de la descripción del patrimonio tangible, ésta se realiza recurriendo a una división areal de la Quebrada detallando diferentes tramos<sup>244</sup>. La caracterización del patrimonio tangible de la Quebrada de apoya muy fuertemente en los rasgos arquitectónicos y urbanísticos de la zona. Además de presentar este patrimonio por tramos de la Quebrada, su descripción responde también a una organización temporal que distingue los sitios arqueológicos prehispánicos (de los cuales se destaca el complejo agrícola de Coctaca y los asentamientos en altura o pucarás), las construcciones coloniales (fundamentalmente las iglesias con los sucesivos estilos

---

<sup>244</sup> La elección de dividir a la Quebrada en tramos a partir de hitos que formaban parte de un recorrido y un uso como lugar de desplazamiento es probable que se vincule con las intenciones de lograr una designación como itinerario cultural de la Quebrada. En relación con esto, el criterio para definir estos tramos remite a uno de sus usos históricos, el que prevalecía en el período colonial: los puntos que dividen los tramos constituyen los sitios donde se ubicaban las postas del antiguo Camino Real utilizado durante la colonia. Los tramos son: a) de León a Huajra; b) de Huajra a Hornillos; c) de Hornillos a Huacalera; d) de Huacalera a Humahuaca; e) de Humahuaca a La Cueva y f) de La Cueva al Abra de Cortaderas.



que marcan su construcción), las casas de patio urbanas y rurales, las postas, las haciendas, los molinos, la arquitectura ferroviaria. En menor medida se hace referencia a representaciones pictóricas prehispánicas y coloniales.

En esta caracterización del patrimonio tangible aparece especialmente mencionada la relación que los grupos culturales establecen con la tierra a través de la arquitectura: “la relación con la tierra se manifiesta en la materialidad de lo construido: adobe, piedra, ladrillo, paja, madera, cal. La técnica es eminentemente artesanal y colectiva, con poca intervención de herramientas intermedias” (Provincia de Jujuy, 2002: resumen), para abonar una vez más la relación armónica que se establece entre cultura y naturaleza: “en la conformación de los poblados, de los entornos y del paisaje en general, se conjugan la geografía, las etnias que la habitan y las corrientes culturales que las animan” (Provincia de Jujuy, 2002: resumen).

Uno de los elementos clave de la caracterización del patrimonio tangible de la Quebrada es su presentación como itinerario. Esta presentación tiene una conexión obvia con el interés en que la Quebrada fuese declarada por la UNESCO en la categoría Itinerario cultural. Así, en un punto titulado “El itinerario cultural de la Quebrada de Humahuaca” se hace una referencia a este espacio como espacio de tránsito; el carácter de área de paso y vía de circulación se presenta como una constante de la historia quebradeña que se extiende hasta el presente, constituyendo una vía de comunicación de relevancia continental<sup>245</sup>. En relación con esto se presentan las distintas vías que se han constituido por la Quebrada como la red vial incaica, el antiguo Camino Real, el recorrido del ferrocarril, la ruta nacional N°9, además de otras vías menores como las huellas y caminos transversales utilizados para el intercambio o con fines religiosos (como las peregrinaciones), acompañados por los respectivos puntos de abastecimiento, descanso (postas, estaciones ferroviarias, estaciones de servicio) y aquellos de carácter religioso (apachetas).

El *patrimonio intangible* reúne en términos generales, la lengua (el quechua), la narrativa oral y folklórica, la copleada, la religiosidad de origen prehispánico y católico (culto a la Pachamama, carnaval, peregrinación al santuario de la Virgen de Punta Corral), instrumentos y estilos musicales, artesanías, la unidad de producción rural, vestimentas, prácticas textiles y la producción alfarera.

Lo que resulta interesante resaltar respecto de la presentación que se realiza del patrimonio intangible es su carácter de producto de cierta fusión cultural. Los aspectos culturales de la Quebrada se presentan marcados por un sincretismo formado a través del tiempo de convivencia de diferentes culturas, básicamente una cultural de raíz aborígen y otra de tradición europea:

“El patrimonio intangible de la Quebrada de Humahuaca es resultado del prolongado proceso de interfecundación cultural entre las antiguas tradiciones

---

<sup>245</sup>“Esta ruta es la más importante vinculación física entre las tierras altas andinas y las grandes llanuras templadas del sureste de América del Sud. [...]El uso del itinerario ha sido constante a lo largo de los diez mil años de historia del hombre en la región, sin haber perdido vigencia desde los momentos más tempranos de la ocupación humana hasta la actualidad” (Provincia de Jujuy, 2002: 63-64).

aborígenes e hispanas y la constitución del imaginario de la sociedad local contemporánea. Los rasgos del mestizaje cultural que tuvo lugar a partir de la colonia se tradujeron con carácter propio, tanto en la pervivencia de antiguos rituales andinos como en formas particulares de la religiosidad popular, en la literatura oral, la música, las danzas y la producción artesanal” (Provincia de Jujuy, 2002: 167).

Si bien esta convivencia, en general en la caracterización patrimonial se presenta como poco problemática -por el contrario, se presenta como positiva- también se mencionan procesos de aculturación que atravesó la población aborígena. Así, se habla de los “múltiples procesos de diversificación, marginalidad y pérdida de identidad por los que pasaron las sociedades aborígenes desde los tiempos de la Conquista [que] estuvieron signados por la fricción intercultural con la sociedad blanca y la pérdida de los territorios que permitían su subsistencia y la reproducción de su propia cultura” (Provincia de Jujuy, 2002: 167). Estas ideas más que presentarse para cuestionar las ideas positivas sobre el sincretismo cultural de la Quebrada, son utilizadas para completar otra de las características que el texto le atribuye al patrimonio cultural de la Quebrada: el hecho de su revalorización, su rescate por la población local en un proceso de reafirmación de la identidad étnica llevado adelante por las comunidades aborígenes de la zona.

La idea de armonía entre naturaleza y cultura también se encuentra presente a lo largo del texto de la postulación al hacer referencia a los vínculos estrechos que se van construyendo y manteniendo entre el hombre y el medio a lo largo de casi toda la historia de la Quebrada: “El patrimonio cultural que se encuentra en la Quebrada de Humahuaca corresponde a 10.000 años de interacción del hombre con su medio. Las intensidades de esta interacción fueron creciendo desde los cazadores-recolectores hasta el siglo XX” (Provincia de Jujuy, 2002: 24). Para detallar las características que tomó esta relación, la presentación recurre a una organización cronológica del patrimonio quebradeño, distinguiendo distintos períodos:

- Comunidades recolectoras y cazadores nómades (9.000 a.C - 400 d.C).
  
- Comunidades sedentarias con un manejo avanzado de la agricultura (400 d.C -900 d.C) auge de los pucarás (9.000 a.C - 1430-80 d.C) y la conquista inca (1430-80 d.C -1535 d.C).
  
- Conquista española-cristianización. Usa las estructuras indígenas pero las reagrupa en los repartimientos. Resignificación de la cosmovisión con la cristianización y sus extensiones: la iglesia (1535-93 - 1810).
  
- Período republicano (1810-/Siglo XX). Estructura abierta de la economía orientada en sus partes más dinámicas hacia el mercado. Inmigración.
  
- Período contemporáneo (1970-2000). Proceso de emigración y globalización. Pérdida de los valores locales. Paulatina recuperación de las identidades indígenas (Provincia de Jujuy, 2002: 24-25).

Para cada uno de estos períodos se dictamina sobre el grado de autenticidad de los objetos que los representan, tomando como dimensiones la autenticidad en la implantación, en el diseño y en los materiales. Así se determina que para todos los períodos, exceptuando el último, el grado de autenticidad de estos objetos representativos es alto<sup>246</sup>. La autenticidad media que se señala para el período contemporáneo está dada por la ampliación desordenada de los centros urbanos, las modificaciones introducidas por la ruta como eje de circulación, la presencia de publicidades en las zonas urbanas y las áreas residenciales producto de los planes de vivienda social. Respecto a esto último se afirma que: “Se extienden los nuevos modelos de arquitectura universal. Una distorsión importante está dada por la escala, ubicación relativa y diseño de los planes de vivienda social que tratan de contrastar para apuntar la gestión política” (Provincia de Jujuy, 2002: 29). Ésta no es la única transformación que se introduce en la zona. En los períodos anteriores también se introducen modificaciones que establecen profundos cambios en la Quebrada; sin embargo estos cambios son presentados como positivos. Para el período republicano, por ejemplo, se señala la introducción de nuevos estilos arquitectónicos, que aunque son nuevos en su momento abonan el carácter patrimonial de la Quebrada: “los modos de construcción traídos desde Buenos Aires en los años 30 fueron totalmente ajenos a la región pero, sin embargo, aunque autoritarios expresan un modo de recuperación de los valores nacionales” (Provincia de Jujuy, 2002: 29). También al referirse al período de la conquista española se afirma que “las nuevas formas culturales resultan en una síntesis entre lo indígena y lo europeo. El sincretismo religioso-cultural” (Provincia de Jujuy, 2002: 26) que también le da nuevas características a la zona sumando a la herencia patrimonial. Así, las transformaciones en el pasado más distantes son evaluadas como cambios positivos que adicionan elementos que incrementan el patrimonio quebradeño, mientras que las transformaciones realizadas en el pasado más reciente (o en el presente) son consideradas como elementos que deterioran la autenticidad del lugar.

En el texto también se hace conocer que estos elementos patrimoniales se mantienen en la actualidad, o al menos existe una predisposición en la población de la Quebrada que haría posible su mantenimiento y rescate. En referencia a la declaración de valor del lugar, se afirma que “las mutaciones irreversibles generan antídotos” (Provincia de Jujuy, 2002: 21), afirmación que encabeza un listado de una serie de virtudes asociadas al lugar que dan cuenta de su predisposición a la protección patrimonial. Así se menciona que:

“En cuanto a lo funcional: Siguen desarrollándose las funciones originales o se han introducido usos compatibles en edificios y áreas, especialmente el turismo sustentable;

En cuanto a lo social: El bien continúa relacionado con actividades tradicionales, que se han incrementado: fiestas, procesiones, ritos;

En cuanto a lo educativo: Se han producido adecuaciones de los programas educacionales y se ha incentivado el turismo cultural;

---

<sup>246</sup> Para el período caracterizado por el predominio de las comunidades sedentarias se hace la excepción del pucará de Tilcara, debido a su polémica y cuestionada reconstrucción.

En cuanto a lo político: La Quebrada de Humahuaca sigue siendo percibida como un bien cultural donde se han desarrollado momentos fundamentales de la historia de la Independencia de América.

La suma de tales valores completa un panorama que permite estructurar, en forma participativa y responsable, programas de manejo que mantengan y hagan crecer a la Quebrada y a sus valores patrimoniales para las generaciones venideras” (Provincia de Jujuy, 2002: 22).

A comienzos del año 2002, el texto que contenía esta caracterización de la Quebrada patrimonial fue enviado a la UNESCO para su evaluación. En su sesión del día 2 de julio de 2003, el Comité de Patrimonio Mundial resolvió declarar a la Quebrada de Humahuaca como Paisaje Cultural a partir de los criterios (ii), (iv) y (v). Según lo resuelto en la sesión este sitio queda incluido en la Lista de Patrimonio Mundial, afirmándose que “la Quebrada de Humahuaca ha sido utilizada en los últimos 10.000 años como paso crucial para el transporte de personas e ideas desde las tierras altas de los Andes hasta las llanuras” (criterio ii), y que “la Quebrada de Humahuaca refleja la manera en que su posición estratégica ha dado origen a los asentamientos, la agricultura y el comercio. Sus distintivos asentamientos prehispánicos y preincaicos junto con sus sistemas de cultivo añaden un carácter sorprendente al paisaje que puede considerarse excepcional” (criterios iv y v) (Acta de la 27ª sesión del Comité de Patrimonio Mundial, [www.whc.unesco.org](http://www.whc.unesco.org)). El criterio (iii) al que se apelaba en la postulación (aportar un testimonio único, o al menos excepcional, sobre una tradición cultural o una civilización viva o desaparecida) no fue reconocido por la UNESCO para la declaración; sin embargo, con respecto a esto, se recomendaba llevar adelante acciones para incluir a la Quebrada de Humahuaca en el Camino del Inca (proyecto llevado adelante por varios países americanos que propone la postulación del Camino del Inca ante la UNESCO)<sup>247</sup>.

El trámite de la designación quedaría formalizado con la entrega de un diploma que certifica la inclusión de Quebrada de Humahuaca en la Lista de Patrimonio de la Humanidad. La entrega de este diploma la realizó Francesco Bandarin, Director de Patrimonio Mundial en abril de 2004 en la ciudad de Humahuaca. Así, el accionar de la UNESCO generaría el tercer pilar de la patrimonialización: su reconocimiento internacional a partir de la declaración.

---

<sup>247</sup> Este proyecto incluye la participación de seis países (Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Perú) cuyos territorios poseen tramos del camino e instalaciones construidas o utilizadas por el imperio inca. El proyecto se denomina "Qhapaq Ñan - Camino Principal Andino". En la Argentina, el organismo encargado de la coordinación de las actividades orientadas a lograr la designación de la UNESCO como Patrimonio Cultural, en la categoría Itinerario Cultural, es la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación. Este organismo coordina el trabajo llevado adelante por las provincias involucradas en el proyecto (Jujuy, Salta, Tucumán, Catamarca, La Rioja, San Juan y Mendoza). Según se expresa en la página argentina del proyecto “En la Argentina el Programa Nacional ‘Itinerario Cultural Andino’ en correspondencia con el Proyecto Multinacional “Qhapaq Ñan - Camino Principal Andino” tiene el propósito de desarrollar diversas líneas de investigación, promoción y conservación que produzcan no sólo avances en el plano científico o de la protección y puesta en valor de los bienes culturales, sino también que generen puestos de trabajo y desarrollo socio-económico de y para las comunidades involucradas” ([www.oei.org.ar](http://www.oei.org.ar)).

### 9.3. Las selecciones en el proceso de definición de la Quebrada patrimonial

Interesa en este punto hacer referencia a la caracterización de la Quebrada que se hiciera desde el gobierno provincial en dos aspectos: en primer lugar, en relación a algunas cuestiones que se vinculan estrictamente con aspectos referidos al patrimonio y en segundo lugar, otros que relacionan patrimonio con turismo.

En primer lugar, la patrimonialización por la UNESCO incluyó entre las características que hacían de la Quebrada un lugar digno de ser declarado patrimonio, elementos que ya tenían un reconocimiento oficial patrimonial previo. De alguna manera, la activación patrimonial incluyó otras activaciones patrimoniales anteriores, en las cuales buscó apoyo. En definitiva, la designación de la UNESCO reafirma el carácter de patrimonio de estos elementos y de alguna manera, del área en su conjunto.

Por otro lado, en este proceso de patrimonialización que implica una selección de elementos y características del área, se dejan fuera algunos rasgos de la Quebrada que no serían parte de ese pool de elementos patrimonializables que señala Prats (1998), como por ejemplo, aquellos ya mencionados que atentan contra la “autenticidad” del sitio. Así, en esta selección que parece comprender toda la historia y el presente de la Quebrada de Humahuaca y que parece incluir todos los aspectos productivos de la misma, hay algunos elementos que no se mencionan. La actividad industrial en la Quebrada está representada por la existencia de una planta de fabricación de cal que se encuentra en las cercanías de la localidad de Volcán. Se podría afirmar que esta planta forma parte de la historia productiva de la zona, junto con las terrazas de cultivo prehispánicas, la producción agraria tradicional campesina, las haciendas ganaderas e incluso la actividad turística de comienzos de siglo XX (que es valorizada a partir de señalar a las casas de veraneo como muestras del patrimonio arquitectónico de la zona). Sin embargo, esta actividad industrial no entra en el conjunto de los elementos que serían consagrados como patrimonio. En efecto, las instalaciones de esta planta industrial, lejos de ser testigo de una de las actividades productivas en la zona se señala como un elemento intrusivo en la armonía del paisaje de la Quebrada. En este sentido es importante señalar que esta planta se encuentra localizada a la vera de la ruta nacional N°9 y es perfectamente visible desde la misma. Con respecto a esta instalación el texto de la postulación se expresa de la siguiente manera, y lo mismo hace con respecto al gasoducto que se encuentra en sus cercanías:

“En las inmediaciones de esta localidad [Volcán] se encuentra el único emprendimiento industrial de toda la Quebrada, la fábrica de cal, que causa un fuerte impacto ambiental y visual en el entorno. La extracción de la roca caliza sobre las laderas ubicadas en la margen opuesta al cono del Arroyo del Medio y la planta de molienda de las rocas, también ocasionan un notable impacto visual en el paisaje. Aguas arriba de la Calera, la instalación de la planta compresora del Gasoducto Atacama, con su alambrado olímpico perimetral y sus cañerías de colores, crean un entorno artificial de fuerte impacto que se ha buscado mitigar con la plantación de coníferas en la periferia del complejo. En toda la Quebrada *no*

*existe un sector más intervenido en las últimas décadas y con tanto efecto negativo sobre el paisaje” (Provincia de Jujuy, 2002: 85-86, el destacado es mío).*

Sobre la afirmación de este párrafo “no existe un sector más intervenido en las últimas décadas” es interesante realizar algunos comentarios. En primer lugar, las intervenciones en la Quebrada en las últimas décadas no se limitan a la presencia de esta planta industrial; el crecimiento de la actividad agraria en la zona y las transformaciones que en el paisaje ha introducido pueden ser tanto o más notables que las realizadas por la calera. En este sentido, es interesante recordar que los procesos de intensificación de la producción de hortalizas en la Quebrada en las últimas décadas produjeron una modificación del paisaje del fondo de valle, especialmente en la zona de Maimará, donde hoy en día puede verse un uso más intensivo del suelo agrario con una producción orientada a la comercialización que antes no existía (al menos con el nivel de intensidad que presenta hoy). Por otro lado, el crecimiento del turismo en la zona ya había modificado notablemente el paisaje de la Quebrada al momento de la elaboración del texto de la postulación, especialmente a través de las modificaciones en el conjunto de edificaciones de las localidades más turísticas (fundamentalmente Tilcara). Por último, en este tipo de afirmaciones parece pesar más un juicio de valor que carga con ciertos aspectos negativos a la producción industrial (curiosamente la única actividad más “urbana” que se localiza en la Quebrada) frente a otras actividades rurales que estarían más vinculadas a la idea de un “patrimonio legítimo” de la Quebrada.

Por otro lado, parecería que algunas características, especialmente aquellas arquitectónicas de la zona, tampoco formarían parte del repertorio patrimonial con el cual se busca definir a la Quebrada. Así queda expresado al presentar a la Quebrada como candidata a la designación bajo el criterio (v), cuando se señala que “El incremento de la población, la aparición de nuevas necesidades y recursos, de materiales y formas constructivas foráneas que reemplaza a las tradicionales y que poseen una gran carga de valores de modernidad y progreso plantean un desafío para la conservación del patrimonio de la Quebrada de Humahuaca” (Provincia de Jujuy, 2002: 39). Si bien aquí no quedan explicitadas qué características estarían cargadas de estos “valores de modernidad y progreso”, sí queda en claro que existen características del área que no forman parte de su carácter patrimonial. Asimismo, es interesante señalar que se habla de “materiales y formas constructivas foráneas que reemplaza a las tradicionales” (al tiempo que la misma característica es señalada como positiva en el ejemplo antes mencionado sobre la introducción de modos de construcción en la década de 1930). Además, este veto a lo foráneo parecería contradecir uno de los fundamentos de la postulación: el carácter de la Quebrada de Humahuaca como área que experimentó la presencia de varias sociedades a lo largo del tiempo, muchas de ellas llegadas de otros lugares, y cada una de ellas con sus particularidades, entre ellas, las distintas formas de construcción arquitectónica. El dinamismo y cambio de la Quebrada a lo largo del tiempo que la hace merecedora de una distinción internacional parece excluir ciertas transformaciones aparentemente más recientes o vinculadas a la “modernidad” y el “progreso”. Más aún, según se expresa en el documento, estas características presentan un “desafío” (o se podrían entender como una amenaza) a la conservación de las otras características (estas sí

patrimoniales) del área. Estas características que no forman parte de la Quebrada patrimonial no se limitan a la arquitectura; muchas de las expresiones musicales, religiosas, artesanales de la cultura popular actual en la Quebrada se seleccionaron como referentes de la identidad quebradeña y en algunos casos son consideradas como amenaza para aquellos rasgos de la Quebrada que sí merecen reconocimiento patrimonial. Así, las expresiones musicales que están fuera de la música folklórica o la música andina que se produce en la zona (la cumbia es el blanco de las críticas más agudas) no se reconocen como elementos culturales dignos de distinción, como tampoco las creencias religiosas más recientes que se instalaron con fuerza en la Quebrada (con la presencia de iglesias evangélicas).

Estas observaciones dan cuenta de que, más allá de que muchos de los rasgos señalados como patrimoniales en la Quebrada estén hablando de un lugar abierto a nuevas presencias y usos del territorio, al intercambio, a las convivencias armónicas (no hay prácticamente referencias a conflictos entre diferentes sociedades que se desarrollaron en el área) la Quebrada patrimonial se *cierra* ante algunos cambios. Hay un trato diferencial respecto a lo foráneo en el pasado y lo foráneo en la actualidad. Mientras lo foráneo forma parte del pasado, es incorporado en el carácter patrimonial de la Quebrada, cuando lo foráneo es actual, su lugar es el de amenaza para con ese patrimonio. Lo foráneo en el pasado es absorbido y fundido en una relación armónica que aporta elementos en términos patrimoniales, mientras que no sucede lo mismo con lo foráneo reciente. Lo foráneo en la historia se mezcla con lo local y se funde en una relación armónica, de lo cual el encuentro cultural entre españoles y aborígenes es el ejemplo más notable. Por el contrario, otros cambios más recientes como la creación de los barrios residenciales productos de planes de vivienda o las construcciones industriales son consideradas como una amenaza al carácter patrimonial del lugar. Más allá de la extensión en el presente del carácter patrimonial de la Quebrada (en el sentido que se considera al presente impregnado del carácter patrimonial), en realidad, aquellos elementos del presente que se consideran patrimonio necesariamente están vinculados con el pasado. Una caracterización actual de la Quebrada arquitectónica, productiva, cultural y religiosa incluiría los techos de chapa, la producción industrial de la calera, la cumbia y el evangelismo (junto con las otras características patrimoniales) y por supuesto también *el turismo*.

Estas observaciones no pretenden presentar una nueva propuesta para caracterizar a la Quebrada patrimonial ni impugnar la realizada; simplemente se utilizan para poner en evidencia que los rasgos que definen a la Quebrada patrimonial son producto de un proceso de selección, presente en toda caracterización patrimonial. Esto es constitutivo de un proceso de patrimonialización, el cual implica una selección que deja afuera otros elementos. En relación con esto, lo que interesa señalar no es que algunos elementos quedan afuera sino qué características tienen aquellos que quedan fuera. Se trata de aquellos rasgos del lugar menos históricos, menos rurales y menos tradicionales. En este sentido, es evidente cómo la historia está funcionando en este caso como uno de los criterios que marcan los límites de qué será patrimonio y qué no (según Prats, 1998).

Otro de los aspectos que interesaba señalar eran aquellos que vinculan la patrimonialización con el turismo. Se puede afirmar que la mayoría de las

características o rasgos de la Quebrada que se señalan como elementos de interés para impulsar y justificar su patrimonialización (y que efectivamente fueron patrimonializados) *ya constituían atractivos turísticos*; es decir, que son aquellos rasgos de la Quebrada valorizados por el turismo (y algunos de ellos ya reconocidos como patrimonio) los que ahora tienen un estatus de Patrimonio Mundial. Las ruinas, las capillas, las manifestaciones de la cultura criolla y aborígen, las características del paisaje, su condición de lugar de tránsito y escenario por el que desfilaron distintas civilizaciones; todos estos ya constituían atractivos turísticos que ahora, además, son patrimonio. Como señala Prats (1998) en la actualidad los procesos de patrimonialización muchas veces dan como resultado una versión de la identidad más atenta a los requerimientos de otros grupos, es decir, más atenta hacia lo que se espera de determinada cultura, grupo, etc. Y en este sentido, el proceso de patrimonialización puede estar guiado por las formas que adquiere el consumo de ese patrimonio, entre ellas, el consumo turístico. Esto lleva a pensar, como ya se ha señalado (Prats, 1998; Almirón, Bertonecello, Troncoso, 2006), que en el proceso de patrimonialización el turismo tiene una participación cada vez más importante. Y la tiene en este caso en particular, donde existe un consumo de ciertos elementos como atractivos turísticos que es previo y coetáneo a su patrimonialización. Además, puede pensarse que el turismo también participa de este proceso de patrimonialización como expectativa; efectivamente, la patrimonialización de la Quebrada estaba orientada a generar (o por lo menos así se esperaba) un crecimiento del turismo.

Asimismo, en ciertos casos, los elementos que se enumeran en la postulación no eran atractivos turísticos previamente a esta distinción. En estos casos, la designación les brindará cierta atraktividad turística, no sólo porque estos objetos se encuentren vinculados de alguna manera al área patrimonializada, sino porque ellos mismos aparecerán promocionados y consumidos como atractivos turísticos individualmente. Uno de los ejemplos más evidentes es la infraestructura ferroviaria existente en la Quebrada (vías, talleres, estaciones) que no había sido promocionada como atractivo turístico con anterioridad al 2002, momento en el que comienzan a promocionarse aquellos elementos que formaron parte de la caracterización patrimonial de la Quebrada que se hiciera en el texto presentado a la UNESCO. Otro ejemplo es el carácter de la Quebrada como escenario humano de 10.000 años de antigüedad; también esta idea es introducida a partir de la presentación de la postulación de la Quebrada a la UNESCO. Por supuesto que siempre se reconoció la ocupación de la Quebrada en el pasado, pero la idea de un lugar con una ocupación de larga data y con una cantidad de años redondeada en la cifra 10.000, tal como aparece en el texto de la postulación (formando parte del título del texto), es relativamente reciente y sus orígenes son perfectamente identificables en algunos de los materiales que constituyeron fuentes para el texto de la postulación<sup>248</sup>.

La patrimonialización creó nuevos atractivos turísticos, pero sin duda el atractivo principal que se crea a través de la patrimonialización es el carácter mismo de patrimonio que adquiere el área. En este caso, la condición de patrimonio se

---

<sup>248</sup>En efecto, en el año 1998 se editó una publicación sobre la Quebrada en el marco del Plan Social Educativo. El título de la publicación era *Quebrada de Humahuaca, más de 10.000 años de historia* y fue utilizada como bibliografía para la elaboración del texto de la postulación.



encuentra refrendada por uno de los organismos internacionales más reconocido: la UNESCO.

Esta propuesta de patrimonialización de la Quebrada presentada ante la UNESCO por el poder político provincial, recurriendo al conocimiento y la autoridad del saber experto, propone una versión de la Quebrada patrimonial. A su vez, la declaración de la UNESCO la instaure como Patrimonio de la Humanidad. En los términos de Prats (1998) se asiste a un proceso de activación patrimonial en el cual el poder político juega un rol central al proponer esta versión de la identidad quebradeña. En este proceso lo asiste el saber experto, que armado de un alto volumen de capital cultural y un prestigio indiscutido, dictaminará no sólo qué es patrimonio y qué no (proponiendo significados para ese patrimonio), sino que intervendrá también en las formas de gestión del mismo.

La creación de la Quebrada patrimonial involucra, por un lado, la definición de un patrimonio que tiene una dimensión areal delimitada y por otro, se le otorga un significado a esta área patrimonial a partir de procesos de selección que definen ciertos rasgos como característicos, particulares del patrimonio quebradeño.

Esta selección recurre a elementos de un pasado en una versión mejorada, selectiva y orientada por intereses actuales que dictan qué cosas son de valor patrimonial hoy en día. La historia industrial de la Quebrada es, así, dejada de lado, en pos de una imagen patrimonial para el lugar que recoge fundamentalmente su costado más rural, más aborígen, más colonial, en definitiva más cercano a la versión turística de la Quebrada, aquella que aparecía reflejada en los materiales de promoción analizados en el capítulo 8. El acercamiento entre la versión turística y la patrimonial se explica por el carácter de atractivo turístico del patrimonio y, consecuentemente, por la valorización turística de la que es objeto en la actualidad. Asimismo, estos elementos seleccionados son aquellos que despiertan el interés del turista, en tanto opuestos a las particularidades de sus lugares de origen. Así, no es de extrañar que la caracterización patrimonial de la Quebrada tenga muchos puntos en común con su caracterización turística.

#### **9.4. La gestión patrimonial participativa**

La gestión de la Quebrada de Humahuaca como área patrimonial se llevó adelante a partir de la creación de un organismo dentro de la Secretaría de Turismo y Cultura, que estuvo acompañado por algunas de las acciones desarrolladas por un programa nacional de fomento al turismo. Además, se buscó la participación de la población de la Quebrada en las instancias de toma de decisiones concernientes a la gestión patrimonial (y turística). La participación de la población local se efectivizó a partir de la conformación de las Comisiones Locales de Sitio, compuestas por seis representantes de cada una de las nueve localidades que se encuentran comprendidas en el área patrimonial (entre ellos representantes de las comunidades aborígenes). Estas Comisiones se conformaron con anterioridad a la designación patrimonial y estuvieron presentes participando de los talleres que fueron organizados desde el gobierno

provincial, para informar acerca de la importancia de la designación patrimonial y de lo que esto significaba. Las Comisiones continuaron su participación en la gestión patrimonial de la Quebrada luego de la designación, especialmente en lo concerniente al diseño del plan de manejo para el área.

La gestión del área patrimonial, además estaría guiada por las observaciones y recomendaciones que tanto la UNESCO como el ICOMOS realizan sobre el sitio patrimonial. De esta manera, si bien de forma indirecta, estos organismos internacionales aparecen marcando el rumbo de la gestión patrimonial. Respecto de la gestión, es interesante destacar que en el texto de la postulación se reconoce que el plan de gestión para el área no está concluido, y esto será señalado entre las observaciones que se harán al momento de declarar a la Quebrada Patrimonio de la Humanidad. Así, en la 27<sup>o</sup> reunión del Comité de Patrimonio Mundial (cuando la Quebrada es designada) se insta al gobierno argentino a que presente el plan final de manejo, además de solicitar que se realice una evaluación ambiental de un proyecto de defensa contra inundaciones para conocer su impacto en el sitio<sup>249</sup>. Las decisiones y recomendaciones emanadas de la reunión del Comité de Patrimonio Mundial se basan en el informe que realizara el ICOMOS luego de una visita a la Quebrada en julio de 2002. En ese informe el ICOMOS reconoce como factores que afectan al bien: las inundaciones (producidas por las crecidas de los cursos de agua), la urbanización, la intensificación de los procesos agrícolas, las líneas de energía eléctrica, la construcción en altura y la creciente presión turística.

#### 9.4. 1. La creación de la Unidad de Gestión de la Quebrada de Humahuaca

La *Unidad de Gestión Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad 'Paisaje Cultural'*, depende de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia y es el organismo encargado de la gestión de la Quebrada como área patrimonial designada por la UNESCO. El equipo de profesionales de esta unidad se encuentra compuesto por dos arqueólogos, tres arquitectos, un geólogo, una trabajadora social, un técnico en diseño gráfico, un profesor de historia y una profesora de inglés. Según queda expresado en su página web los objetivos de este organismo son lograr:

- Tareas de concientización en la población de la Quebrada y de la provincia
- Confección de un Plan de Gestión que sirva para la administración del bien, teniendo en cuenta la preservación, conservación y puesta en valor de su patrimonio
- Emprendimiento de tareas tendientes al desarrollo sustentable
- Control de las actividades que se realizan para que no se efectúen impactos negativos

---

<sup>249</sup> "Once completed the Management Plan for the Site should be submitted to the World Heritage Centre. As soon as possible the State Party should carry out an environmental assessment of the proposed flood defence project in order to gauge its impact on the outstanding universal values of the valley" (Convention concerning the protection of the World Cultural and Natural Heritage, World Heritage Committee, 27<sup>o</sup> sesión, 30 de junio a 5 de Julio de 2003).

-Promover la participación comunitaria en las decisiones que se lleven a cabo en la Quebrada

El plan de gestión, mencionado entre los objetivos, todavía no ha sido completado; comenzó a diseñarse para ser discutido en las localidades de la Quebrada. Se realizaron talleres por departamento donde se recogieron propuestas de gestión que luego se plasmaron en un esquema de manejo para el área en general, aún en etapa de reformulación<sup>250</sup>.

Este plan fue expuesto en una reunión con expertos que se convocó desde la Unidad en diciembre de 2005. Se invitó a referentes nacionales e internacionales para presentar el trabajo de gestión realizado y allí se presentaron estas propuestas de plan de manejo del área patrimonial. También se elaboró un informe de lo realizado por este organismo de 2003 a 2005<sup>251</sup>.

La falta de un plan de gestión terminado, a cuatro años de la declaración tiene algunas consecuencias en las formas en que la gestión del área se está llevando adelante. Por un lado, es evidente que las transformaciones en la Quebrada impulsadas por el proceso de patrimonialización y el crecimiento del turismo son aceleradas y se están produciendo de manera espontánea, en la medida en que no existe un manejo planificado. Esto es lo que hace que, desde la Unidad, se exprese que el accionar de este organismo es “sobre lo emergente”, es decir, actúa para atender cuestiones que surgen sobre la marcha, sin tener el suficiente tiempo para realizar una planificación a mediano o largo plazo. Por otro lado, tampoco están acordados criterios ni instancias de trabajo conjuntas con otros sectores del gobierno provincial. En este sentido, sirve como ejemplo la relación que la Unidad mantuvo durante mucho tiempo con el Instituto de Vivienda y Urbanismo de Jujuy, el cual desconocía las normativas sobre la construcción de edificaciones en la Quebrada (formuladas por la Unidad de Gestión<sup>252</sup>).

---

<sup>250</sup>Uno de los aspectos que resta por definir en el plan de manejo es cómo quedaría conformado el esquema y los procedimientos de toma de decisiones. Las dudas que se manifiestan se refieren a cuántos y quiénes serían los representantes por localidades y si debe estar involucrado el municipio. Por otro lado, respecto al procedimiento, la última propuesta que estaba siendo estudiada (enero de 2007) es un esquema que contempla una primera instancia de discusión con los representantes de las localidades (comisiones de sitio), para luego discutir esas cuestiones con las autoridades municipales, antes de las instancias de ejecución de acciones guiadas por estas decisiones (en manos del poder político provincial).

<sup>251</sup> El informe se encuentra organizado de tal manera que da cuenta de las acciones de la unidad en diferentes áreas temáticas: patrimonio cultural, proyectos y obras, patrimonio natural, turismo, producción, gestión social, prensa y difusión, otras actividades y capacitaciones. La Unidad de Gestión también realiza informes periódicos a la CONAPLU (Comisión Nacional de Cooperación con la UNESCO) comentando las tareas realizadas con respecto a la gestión patrimonial del área en varios aspectos: divulgación de legislación, coordinación de talleres participativos con las comisiones de sitio, acuerdos con otras instituciones, promoción, etc.

<sup>252</sup> La unidad tiene el poder de controlar las edificaciones nuevas que se emprenden en la Quebrada ya que es la encargada de la aprobación de planos sobre futuros emprendimientos edilicios. Los mismos son sometidos a análisis por arquitectos, quienes eventualmente pueden realizar sugerencias de modificaciones. Sin embargo, la presentación a la Unidad de Gestión de estos planos no siempre se realiza, es decir, que este organismo sólo tiene conocimiento de las edificaciones que previamente se identificaron y presentaron (es decir, la presentación y

La Unidad de Gestión se volcó también a impulsar una normativa orientada a proteger el patrimonio recientemente nombrado, que además, se encontraba sometido a las consecuencias de un uso turístico intensivo del área. En este sentido, se impulsó la creación de una ley para la protección del cardón que incluía la prohibición de su explotación y realizó una campaña tendiente a evitar las pintadas en las paredes de los espacios públicos en las localidades de la Quebrada en los períodos preelectorales. Por otro lado, también trabajó en la definición de las normativas que permitan conocer cuáles serán los criterios que debe seguir la construcción en el área patrimonial (este tema se desarrollará con más detalle en el capítulo 11).

Parte de la gestión patrimonial participativa que impulsó la Unidad de Gestión se llevó adelante a partir de tareas compartidas con el PROFODE. El PROFODE (Programa de Fortalecimiento y Estímulo a Destinos Turísticos Emergentes) puesto en marcha en 2004, fue diseñado por la Secretaría de Turismo de Nación junto con el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, el CFI y la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy y estaba destinado a promocionar destinos turísticos que tenían potencialidades para atraer turistas, pero que, por diferentes causas, no se habían consolidado como tales. Este programa se vincula estrechamente con la declaración de Patrimonio Mundial de la Quebrada, ya que esa designación fue uno de los motivos por los cuales se eligió este destino para dar comienzo al programa. Entre las tareas conjuntas orientadas a la gestión de la Quebrada<sup>253</sup> se encuentran la realización de cursos de capacitación<sup>254</sup> que se brindaron en varias de las localidades de la Quebrada, las tareas orientadas a mejorar la señalización vial y la señalización turística dentro de las localidades<sup>255</sup> y la puesta en funcionamiento del centro de visitantes de la Quebrada en la localidad de Volcán<sup>256</sup>.

---

consecuentemente, el control depende de los interesados en desarrollar estos proyectos). Este tema se abordará con más detalle en el capítulo 12.

<sup>253</sup> Otras tareas del PROFODE (aquellas referidas a los intentos por incorporar a la población local en los procesos de apropiación de beneficios generados por el turismo) serán abordados en el capítulo siguiente.

<sup>254</sup> Los cursos de capacitación se orientaron a las siguientes temáticas: gestión turística municipal; cartelería turística artesanal; organización y operación de turismo receptivo; formación de formadores en turismo; atención al cliente; cocina regional; manipulación de alimentos y tecnología de la información y comunicación.

<sup>255</sup> La señalización turística abarcó la realización de cartelería artesanal para colocar en la entrada de cada una de las localidades (en las que se incluía junto con el nombre de la localidad, el logo de la UNESCO) y otros carteles que señalaban sitios de interés turístico al interior de estas localidades y circuitos menores en las cercanías de las mismas. Esta cartelería se elaboró en el marco de los cursos de capacitación sobre esta temática que brindó el PROFODE.

<sup>256</sup> El PROFODE financió la creación del Centro de Interpretación de la localidad de Volcán. Se trata de un centro de informaciones turísticas en el extremo sur de la Quebrada en una antigua edificación ferroviaria. La puesta en funcionamiento de este centro se realizó en conjunto con la Unidad de Gestión de la secretaría provincial, la cual se dedicó al diseño interior de las salas del centro en relación con la disposición de los objetos exhibidos y la información en los paneles de las distintas salas que guía la interpretación de los objetos, además de la cartografía exhibida en la que se describen y localizan distintos aspectos de la Quebrada. También este espacio sirvió para promocionar el proceso y las modalidades de gestión del

#### 9. 4.2. La incorporación de la población local a la gestión

Siguiendo las tendencias actuales en materia de gestión patrimonial, la creación de una Quebrada de Humahuaca turística y patrimonial incorporó la participación de la población local al igual que lo hicieron los proyectos de desarrollo del turismo que se diseñaron para la zona (véase el capítulo 10). Esta incorporación de la población local en todo el proceso de patrimonialización estuvo presentada, desde un principio, como garantía del éxito de la gestión del patrimonio. Así, la población de la Quebrada ofrecería el cuarto pilar para consolidar el proceso de patrimonialización del lugar: la participación, que se sumaría al accionar político administrativo y la certificación científica e institucional. Las tareas encaradas desde la política provincial y nacional respecto del patrimonio y la valorización turística del mismo se llevaron adelante convocando en varias instancias la participación de la población de la Quebrada<sup>257</sup>. De alguna manera, estas instancias participativas eran informativas, si bien también tuvieron un carácter resolutivo al crear, por ejemplo, los mecanismos para la conformación de las Comisiones Locales de Sitio, integradas por representantes de la población de las distintas localidades comprendidas dentro del área patrimonial<sup>258</sup>.

Como se mencionara, la participación de la población local en las distintas instancias planteadas por el gobierno provincial fue considerada como garantía del éxito de la gestión patrimonial. Así, al momento de la declaración como Patrimonio de la Humanidad el gobernador Fellner destacaba el rol que se le daba a la participación: “Yo creo que el éxito del proyecto radica en haberle dado gran participación a las comunidades aborígenes. Hablo de una participación real: se hacen talleres en las diferentes zonas, se debaten los temas, se evalúan soluciones” (“Entrevista exclusiva a Eduardo Fellner en París”, *Jujuy al día*, 6 de julio de 2003). Efectivamente y como afirma el funcionario, la participación fue real. Se realizaron las reuniones en las distintas localidades de la Quebrada antes y después de la declaración patrimonial. Estas reuniones son descriptas en el texto de la postulación:

“Talleres participativos de concientización. Desde Diciembre del año 2001 se llevan a cabo talleres participativos en cada una de las localidades que conforman la Quebrada de Humahuaca para *concientizar* a la población sobre el Patrimonio y la *imperiosa necesidad* de lograr organización a nivel local. Este es un proceso que debe dar como resultado la conformación de las Comisiones de Sitio locales

---

área; en efecto, la información presentada en uno de los paneles incluye referencias a la gestión de la Quebrada, resaltando sus características como proyecto participativo.

<sup>257</sup> La convocatoria a la participación comenzó cuando se organizaron los talleres de difusión e información sobre la entonces pretendida designación como Patrimonio de la Humanidad entre diciembre de 2001 y enero de 2002. A esta primera instancia participativa le siguió otra en la cual se eligieron los representantes de las comisiones de sitio (mayo a julio de 2002).

<sup>258</sup> A partir de 2002 se convoca a reuniones periódicas en las cuales se debate acerca de cuestiones vinculadas a la gestión de la Quebrada. Durante el 2004 se elaboró, en forma conjunta con las comisiones, el texto de la resolución de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia (N°164/04) en la que se establece la creación, misión, confirmación, funcionamiento y facultades de las comisiones locales de sitio.

de tal forma que la misma tenga la representatividad necesaria” (Gobierno de la Provincia de Jujuy, 2002: 267-268; el destacado es mío).

El consenso tan deseado de ser alcanzado en las instancias participativas y la “imperiosa necesidad de organización a nivel local” requerirá de la tarea de concientizar o sensibilizar a la población local de la importancia y trascendencia de la labor que se propone la entidad política (sobre el tema de la concientización véase el capítulo siguiente, en el cual se realizan algunas reflexiones al respecto que valen también para lo señalado en este capítulo).

En cambio, la situación de conocimiento o desconocimiento de los destinatarios de esta concientización es menos precisa. En un artículo periodístico se recogen declaraciones del gobernador de la provincia al momento de recibir el diploma que certificaba la inclusión de la Quebrada en la lista de Patrimonio Mundial:

“Por su parte, Fellner reconoció el esfuerzo de las Comisiones de Sitio, que trabajaron ‘muy fuertemente en un futuro distinto, estando involucrados para este fin aquellos hombres y mujeres de nuestra Quebrada de Humahuaca, *incluso sin llegar a saber muy bien qué era esto del Patrimonio de Humanidad*” (“Entregan el diploma “Quebrada Humahuaca Patrimonio Mundial”, [www.noticiasdeturismo.com.ar](http://www.noticiasdeturismo.com.ar), 14/04/ 2004; el destacado es mío).

En esta declaración elocuente, el gobernador afirma que la población no sabía muy bien de qué se trataba la declaración patrimonial y así y todo, esta población trabajó muy fuertemente en relación al tema. Esto abona algunas declaraciones de residentes en la Quebrada que hacen referencia a que estas instancias participativas estuvieron orientadas a presentar propuestas ya diseñadas por el gobierno provincial sobre cómo valorizar a la Quebrada patrimonial y turísticamente. En efecto, esta gestión patrimonial participativa recibió varios cuestionamientos, e incluso algunos de ellos hablan de una propuesta de patrimonialización impuesta por el poder político provincial. Esta idea forma parte de una visión generalizada, al menos en la localidad de Tilcara. Así, se expresa un empresario turístico originario de Tilcara:

“...las Comisiones de Sitio fueron creadas únicamente para justificar lo que querían imponer dentro del patrimonio... [...] Acá han integrado a los indígenas, a fulano, a zutano y claro hacían reuniones... [...]Ellos [los representantes en las Comisiones] dijeron cosas importantes en el proyecto que han hecho, han aportado... pero no lo tuvieron en cuenta porque ya estaba cocinado de antemano. [...] Fue una pantalla únicamente para decir: ‘le dimos participación. A las Comisiones de sitio le dimos participación. Fijate que nos firmaron esta acta, va con el aval de esta gente’. Pero decime de todas las reuniones que tuvieron ¿qué transcribieron de lo que planteo la Comisión de sitio al proyecto final? Plantearon esto del crédito, ¿dónde está?”<sup>259</sup>

---

<sup>259</sup> Entrevista a José, empresario hotelero de Tilcara, 17/01/2007.

Por su parte el intendente quebradeño más opositor a la gestión provincial también manifestaba su impresión acerca de que la propuesta estaba definida con anterioridad a las instancias participativas, ironizando además acerca de la utilidad, la relevancia y la llegada a la población local de este tipo de políticas:

“El patrimonio lo han impuesto... se han hecho sendos libros que nadie lee. No sirve un libro así de alto y te lo hago ver. ¿Qué vamos a hacer con esto? Yo lo uso ¿sabés para qué? Mirá. Para apuntes. Porque es la pura verdad. La gente tiene otra visión”. [...] “Las cosas impuestas no sirven para nada. [...] La gente ve ‘ah ¡qué bonito!’, aplaude, come una empanada y después sigue normalmente su camino. Cuando las cosas vienen impuestas, la gente lo escucha y después sigue lo mismo”<sup>260</sup>.

El Secretario de Cultura de Tilcara secunda al intendente en su apreciación, aclarando que la población quebradeña avaló la postulación:

“La participación en los talleres para la postulación no se hizo desde la Municipalidad. Se convocó a punteros políticos de la localidad para que participaran. Vinieron de la provincia con una idea armada. Las Comisiones de sitio se armaron después. La comunidad avaló la postulación. Se acrecienta la servidumbre, la dependencia. Los empresarios de San Salvador de Jujuy compran las tierras para los hoteles, para gastronomía”<sup>261</sup>.

Otros de los puntos que se cuestionan respecto al proceso de patrimonialización se vinculan con la representatividad de los miembros de las Comisiones de Sitio, algunos de ellos removidos de esa función. La conformación de estas Comisiones así como la representatividad de sus miembros fue cuestionada, especialmente en Tilcara, acusando a estas personas de autoimponerse como representantes<sup>262</sup>.

Desde la Unidad de Gestión de la Quebrada de Humahuaca se defiende el accionar estatal haciendo hincapié en la constancia del personal y el crecimiento del trabajo que desde este organismo se realiza con las Comisiones de Sitio. Sin embargo, desde el personal de la Secretaría de Turismo y Cultura se reconoce que muchas veces el trabajo por ellos realizado se pierde en decisiones que se toman a nivel político en la misma institución. Las decisiones adoptadas por estos mecanismos participativos pueden ser descartadas si eso es considerado lo apropiado por los funcionarios de la

---

<sup>260</sup> Entrevista a Félix Pérez, intendente de Tilcara, 18/01/2007 (en el segundo párrafo de esta cita hace referencia a la gestión del patrimonio y también a las instancias participativas que tuvieron lugar durante el diseño del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la provincia).

<sup>261</sup> Entrevista a Juan Carlos Torrejón, Secretario de Cultura de la Municipalidad de Tilcara, 16/01/2007.

<sup>262</sup> Parte de estas críticas proviene de algunos aborígenes: “Cuando yo te decía que las comunidades estaban de acuerdo con la declaración de patrimonio, llevó a que algunos sectores se autoeligieran representantes de las comunidades y son los que están ahora dentro de las comisiones de sitio. De hecho son poco representativas. Y las comunidades... no se entiende como habría que participar en eso porque a nosotros nunca nos preguntaron si queríamos ser o no patrimonio. Es una estrategia nueva del gobierno para conducir las comisiones de sitio” (Entrevista a Omar, guía turístico aborígen de Tilcara, 13/03/2006).

Secretaria. Según lo expresado en algunas entrevistas, muchas veces algunas de las cuestiones planteadas en las instancias participativas son desvalorizadas por los funcionarios del organismo aduciendo que “responden a intereses políticos”.

Más allá de su participación en la gestión, a la población de la Quebrada también le estaría reservada otra función respecto al patrimonio: la de protectores. En efecto, existieron distintas propuestas y acciones concretas orientadas a proteger el patrimonio que tenían como protagonistas a los residentes en el área de la Quebrada. En las propuestas, ellos mismos ejercerían la custodia de los bienes patrimoniales, especialmente arqueológicos<sup>263</sup> como lo hacen los habitantes de Hornaditas, que se turnan para custodiar la visita al sitio arqueológico de Sapagua (además de cobrar una entrada por la visita) o como lo realiza un grupo de custodios ambientales de Humahuaca que voluntariamente monitorean la zona<sup>264</sup>.

Este rol de la población local como guardiana del patrimonio ha sido cuestionado por el escritor humahuaqueño Sixto Vázquez Zuleta:

“En cuanto al turismo, las comunidades se lamentan de que las autoridades las consideren perros guardianes del Patrimonio y ser como animales de un zoológico donde el dinero de la entrada lo reciben otros” (“Un conflictuado Patrimonio de la Humanidad”, en [www.toqo.com.ar](http://www.toqo.com.ar)).

Otras voces se expresaron en el mismo sentido, especialmente miembros de comunidades aborígenes, que reclaman un rol protagónico fundamentalmente en lo referente a la posibilidad de obtención de ingresos a partir del turismo.

Más allá de estos cuestionamientos, la política participativa se muestra como un proceso exitoso por parte de la gestión. La propuesta de una gestión de la Quebrada que formalmente se plantea como “desde abajo hacia arriba”, atendiendo a los desarrollos propositivos dominantes de los más variados especialistas en turismo, patrimonio y desarrollo, devino en una prueba de “tarea bien hecha” desde la gestión provincial. Y, de alguna manera, era lo que siempre se le había demandado: la atención hacia un área relegada dentro del contexto provincial.

Por otro lado, es posible pensar el proceso de patrimonialización de la Quebrada en los términos que plantea Minca (2006) para Jamma El Fna: como procesos en los que existe un tratamiento que puede ser entendido como infantilización de la población local en la medida en que el “saber cómo proceder” está en manos de la gestión

---

<sup>263</sup> Esto es lo que se propone, por ejemplo, en el informe realizado sobre el sitio arqueológico de Inca Cueva (Rolandi, Aschero, Podestá y Re, 2004).

<sup>264</sup> Así rescata esta tarea un artículo periodístico: “Los guardas comenzamos a reunirnos para frenar la tala indiscriminada del cardón, la quinua y los churquis, actividad prohibida incluso en terrenos privados por la desertización que provoca [...]” afirma Gutiérrez [uno de los guardas ambientales, empleado de la Municipalidad de Humahuaca] mientras camina sobre las piedras de su pueblo, Coctaca, donde también trabaja en el rescate de los andenes de cultivos prehispánicos”. [...] “Los guardas salen a caminar y controlan desde la basura que se tira hasta la flora y la fauna, relevan la zona, se aseguran de que nadie tale sin permiso y libran actas de inspección, incluso hacen multas” (Los lugareños se unen para proteger los andenes de Coctaca”, *La Nación*, 22/01/2005).



política secundada de un grupo de expertos y respaldada por un organismo internacional, y todos ellos se harán cargo de aquello para lo que la población local no está capacitada. En las palabras elocuentes del autor:

“It is within these encounters that we can identify the ideologies driving the preservation of cultural and archeological heritage (including even the preservation of a supposed ‘oral heritage’, as in the case of the Jamaa el Fna) by a cadre of ‘international experts’ and organisations. The assumption driving such attempts is a simple one: the present-day inhabitants (‘natives’) of the places that contain such priceless testimonies of past civilisations are not able – for economic, political or ‘cultural’ reasons – to guarantee the proper preservation and valorisation of the treasures of their ancestors. They must, therefore, be taught how to do it – or, better yet, they must be stripped of their exclusive claim to these vestiges, by rendering their inheritance part of a “universal cultural heritage”. This loss of sovereignty is legitimised and decreed through the ‘adoption’ of the place by an international agency such as UNESCO, and through its ‘sacralisation’ within the tourist imaginary. Such expropriation, carried out in the name of a higher ‘common interest’, reaches also the culture of the present, as in the case of the Jamaa el Fna, aiming to ‘protect’ its oral heritage from... the Moroccans themselves” (Minca, 2006:165-166)<sup>265</sup>.

Además, como se expresa en la cita, una declaración patrimonial emitida por la UNESCO implica, entre otras cosas, una pérdida de soberanía de la población local sobre el patrimonio: el carácter “excepcional” de este último demandará ciertos “cuidados especiales”. En efecto, este tipo de cuidados estaría fuera de las posibilidades de la población local (más aún, ésta podría atentar contra el patrimonio), por lo cual deberán delegarse las tareas de gestión al poder político, el saber experto y los organismos internacionales, actores “idóneos” para llevar a cabo esas tareas.

El gobierno provincial se hace eco de las propuestas de organismos internacionales como la UNESCO que aduciendo el carácter patrimonial para colectivos más amplios de ciertos rasgos, elementos o lugares se autodesigna como protectores, administradores y custodios de ese patrimonio. Los herederos de los rasgos patrimoniales de la Quebrada no son solamente los quebradeños; la relevancia del lugar y sus rasgos en tanto patrimonio trasciende al lugar y requiere, por eso mismo, la administración por determinadas instituciones competentes.

De esta manera no sólo la población no sabría como administrar el patrimonio, sino que también era necesario difundir ciertos valores respecto de ese patrimonio (cómo debe valorizarse, qué significados deben estar atribuidos a esos elementos patrimoniales, quiénes son los que deben usar y disfrutar de ese patrimonio). Para ello

---

<sup>265</sup>En esta última apreciación coinciden Cruz y Seldes para el caso específico de la Quebrada: “En la lectura de la propuesta oficial queda claro que el principal factor en contra de los Bienes Patrimoniales de la Quebrada es la propia población local o al menos aquellos sectores populares que no representan la imagen folklórica, ecologista y turística proyectada para la región” (Cruz y Seldes, 2006: 171).

fue necesario encarar la tarea de concientización o sensibilización sobre la necesidad de proteger, rescatar, en definitiva, revalorizar ese patrimonio. En este sentido, es interesante observar cómo se expresa Liliana Fellner, quien cuenta la experiencia de los primeros acercamientos de la Secretaría de Cultura a la población de la Quebrada:

“... un grupo de jujeños ‘vallistas-capitalinos’ en una camioneta facilitada gratuitamente, con una cámara digital prestada, una notebook que contenía un power point con una gran cantidad de imágenes de la Quebrada, con una muchas veces estudiada y al fin determinada metodología de acción, con un claro objetivo y con un espíritu inquebrantable salimos a la Quebrada detrás de lo que parecía una utopía: hablar de patrimonio, su significado, su importancia, su conservación y preservación, sentir nuestra identidad y su autoafirmación [...] Las reuniones se convirtieron en un oasis en medio del caos nacional y convencidos que cuando al patrimonio lo hacemos propio y comprendemos que está a nuestro servicio se convierte en una fortaleza social invaluable, pronto consensuamos con los ‘quebradeños’ un objetivo común, que a cada paso se enriquecía, tenía más sentido, renovaba nuestras fuerzas que a pesar de las adversidades nunca claudicaron” (Fellner, 2003: 8-9).

El texto informa que los significados y las ideas sobre cómo manejar el patrimonio son compartidas entre la gestión provincial y la población quebradeña, consenso (y sensibilización) mediante. Por otro lado, se da cuenta del lugar relegado que se le otorgaba de antemano a la población local en la idea y el proyecto de lograr la patrimonialización de la Quebrada, ya que la gestión provincial tenía un “claro objetivo”, un “espíritu inquebrantable” y además iban detrás de lo que parecía una “utopía”. La utopía (la patrimonialización consensuada de la Quebrada) requeriría de un trabajo sobre ideas acerca del patrimonio que no preexistían como tales en la Quebrada. Es decir, era necesario explicar qué significaba patrimonio, en qué radicaba su importancia, por qué era importante protegerlo, ya que éstas parecerían ser ideas o nociones con las cuales la población de la Quebrada no estaba familiarizada. El trabajo que le tocaría hacer a la gestión implicaría establecer qué patrimonio se definiría como tal, cómo se administraría, cómo se lo transformaría en referente identitario. Y este trabajo implicó lograr un consenso con la población local en un proceso de sensibilización que parece estar muy cercano al “convencer”, en la medida en que se importaban las ideas y formas de valorizar ciertos elementos (ver capítulo 10). Por otro lado, el resultado del proceso de patrimonialización iba a estar, en gran medida, mediado por una desigualdad entre los actores intervinientes en las instancias de diálogo marcadas por el acceso a un capital cultural diferenciado. Así, una de las dimensiones que marcan esta desigualdad es el acceso al conocimiento y la información. La gestión detenta el conocimiento (trabaja con un conjunto de expertos que afirman que la ciencia valida la relevancia de los elementos patrimoniales) y además, ella sabe cómo hacer para poner en valor el patrimonio, y tiene la capacidad política y administrativa de hacerlo.

Además, la política provincial implementó los medios para lograr la legitimación de su accionar. Como se menciona en las citas que hablan del patrimonio “impuesto” y “cocinado de antemano” las instancias participativas eran necesarias para una política patrimonial, no sólo porque así lo sugiere la bibliografía de carácter propositivo que

orienta actualmente la política, sino porque también constituye una forma de evitar los conflictos que pueden sucederse a partir de la intervención del gobierno provincial implementando un plan que implicaría, en cierta manera, la apropiación (y la intromisión en la gestión) de elementos culturales de la población quebradeña para valorizarlos turísticamente.

La participación de la población local en la gestión, sumada a los argumentos suministrados por el saber experto, pueden ser pensados como las bases para la legitimación de la política de patrimonialización y valorización turística del patrimonio en la Quebrada de Humahuaca. La propuesta de puesta en valor del patrimonio tenía como condimento atractivo la promesa de los beneficios que llegarían con el turismo. Sin embargo, dentro de las instancias participativas creadas por la gestión patrimonial, y también por fuera de ellas, se alzaron algunas críticas a esta gestión desde la población quebradeña. Así, las críticas cuestionan el consenso y la participación: “a nosotros nunca nos preguntaron si queríamos ser o no patrimonio”, “así no queremos un Patrimonio de la Humanidad en la Quebrada”. En algunos casos se volvieron más radicales cuestionando todas las bases y la lógica de la protección de objetos y lugares vigentes en la actualidad: “Si quieren que esto siga siendo Patrimonio de la Humanidad no hagan nada, dejen como está e impidan que vengan a destruir la gente que viene a construir”<sup>266</sup>.

Algunas de las diversas críticas que recogió el gobierno provincial en el proceso de patrimonialización de la Quebrada se orientaron a cuestionar la administración patrimonial por parte del estado. En septiembre de 2005, las comunidades aborígenes de la Quebrada denunciaron la situación en la que se encontraba la población de la Quebrada afectada por las transformaciones que imprimía el turismo pero sin que esas transformaciones hayan implicado algún tipo de beneficios. En esta oportunidad, reclamaron la creación de una legislación que los colocara en un lugar central en la gestión patrimonial, que además, les permitiera el acceso al manejo de recursos económicos:

“Referentes de las comunidades aborígenes de la Quebrada de Humahuaca, se manifestaron ‘dueños históricos de esta tierra, que mantenemos sin ayuda de nadie nuestra herencia cultural y somos los principales interesados en resguardarla’, a la vez que reclaman un aporte (dinero) por parte de los visitantes, para la concreción de obras y atención de diferentes necesidades.

Hemos visto pasar por nuestros caminos las riquezas de los virreinos y de las repúblicas independientes sin que nada quedara para el poblador originario; ahora vemos cada vez en más cantidad pasar el turismo, al que se le venden nuestros paisajes y nuestras manifestaciones culturales y del dinero que pagan no queda sino migajas para nosotros’, enfatizaron.

Más adelante dijeron que ‘además, los inversionistas foráneos y los especuladores de tierras nos están explotando y despojando aceleradamente, por lo que pensando en nuestro porvenir y en el de nuestros hijos, hemos decidido que esta injusta situación no debe continuar’.

---

<sup>266</sup> Entrevista a César, miembro de una agrupación aborígen de Tilcara (16/03/2007).

En este marco sostuvieron que ‘como medidas inmediatas y sin perjuicio de otras que podamos exigir más adelante, pedimos a nuestros legisladores leyes que dispongan que la gestión y administración de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad esté en manos de las comunidades que viven en ella; que se faculte a las comunidades aborígenes para percibir de cada turista que entre al Paisaje Cultural, un importe, que será distribuido entre ellas para la ejecución de obras y atender otras necesidades y que toda venta de tierras o emprendimiento económico, social o cultural dentro del Patrimonio y su zona de amortiguación, sea de gobiernos, empresas, ONGs u otros, cuente previamente con el permiso de las comunidades, quienes podrán otorgarlo o denegarlo” (“Pobladores originarios reclaman derechos”, en *El Pregón online*, 2/09/ 2005).

Si bien hasta 2007 el gobierno provincial no tomó ninguna medida respecto de estos reclamos, ésta formaría parte de una serie de manifestaciones contra el proceso de patrimonialización de la Quebrada que se abordarán con detalle en el capítulo 12.

### **9.5. La designación patrimonial y la promoción turística**

Una de las dimensiones importantes en el proceso de patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca fue la promoción que se realizó de la nueva condición adquirida. La intención de atraer turistas a este lugar incentivó las tareas de promoción, fundamentalmente a cargo del gobierno provincial. Sin embargo, también la Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad se publicitó desde organismos nacionales, como la Secretaría de Turismo de la Nación y municipales. Así, la patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca aportó un nuevo elemento en la conformación del retrato cambiante de este lugar que la promoción terminaría de moldear y difundir.

La promoción de la Quebrada como patrimonio se inició mucho antes de la efectiva designación. En efecto, desde el momento en que se realiza la propuesta ante la UNESCO (enero de 2002) hasta que se efectiviza la designación (julio de 2003) el gobierno provincial encaró varias tareas de promoción turística basadas en el hecho que el destino había sido *postulado* como Patrimonio de la Humanidad. Estas tareas incluyeron la confección de materiales gráficos, especialmente folletería y posters, que tuvieron amplia difusión en la ciudad de San Salvador de Jujuy, en la ciudad de Buenos Aires y en las localidades de la Quebrada (ver imagen 9.1).



Imagen 9.1. Poster que promociona la postulación de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad (2002)

Los textos y las fotografías que se utilizaron para la elaboración de estos materiales de promoción fueron los mismos empleados en el texto elaborado para la postulación. Es decir, que este documento (parcialmente) se reprodujo y difundió por diversos medios. En relación con esto, las características de la Quebrada que se promocionaban turísticamente eran las mismas que las invocadas para justificar su inclusión en la Lista de Patrimonio Mundial. Las tareas de promoción turística se intensificaron recurriendo a esta nueva condición del área, y de esta forma la postulación, y posteriormente la designación, se utilizaron como un medio para reforzar el perfil turístico del lugar, ilustrando el carácter de atractivo turístico que el patrimonio (más aún un sitio Patrimonio de la Humanidad) tiene en la actualidad.

Por otro lado, el carácter de Patrimonio de la Humanidad de la Quebrada también fue promocionado por algunos prestadores de servicios turísticos en la zona que incluían alguna leyenda sobre esta nueva condición del área sumando esta característica distintiva del lugar a sus productos ofrecidos (ver imagen 9.2).



Imagen 9.2. Folleto turístico de un local gastronómico de Tilcara (2003)

Estas tareas se intensificaron a la vez que también se expresaba cierta preocupación por el crecimiento del turismo. Simultáneamente a la promoción turística, desde el gobierno provincial se señalaban los cuidados que deberían adoptarse en relación con esta nueva área patrimonial, la cual podría verse amenazada por el incremento en la visita de turistas y el posible aumento de los emprendimientos turísticos en la zona. En una entrevista mantenida con un periódico provincial, la secretaria de Turismo y Cultura Liliana Fellner expresó, poco después de la declaración:

"Ahora depende de nosotros, los jujeños -dice la secretaria de Turismo y Cultura-. Tenemos que aprovechar la oportunidad. Esto tiene que servirle a la gente de Jujuy. Tenemos que ponernos en marcha; está claro que la inclusión en la lista significara mucho más turismo, pero no tenemos todavía la infraestructura adecuada. Y tampoco queremos hacer las cosas mal: la Quebrada no soportaría una avalancha turística, por lo que mi idea es apuntar a la diversificación. Si todos los visitantes van al Pucara de Tilcara, será un caos. Al turista hay que mostrarle todas las posibilidades del lugar, que son muchas, para de tal modo evitar la saturación, que sería contraproducente" ("Reportaje exclusivo a Liliana Fellner en la sede de la UNESCO", *Jujuy al día*, 4/07/ 2003).

Más allá de la actitud precavida que parecía guiar la política turística y patrimonial de la Quebrada existía una intención de atraer turismo a través de esta designación evidenciada por la promoción que se hizo desde el gobierno provincial antes y después de obtener este reconocimiento. En este sentido en el documento de la

postulación, en el apartado sobre “planes adoptados concernientes al bien” se hace referencia a ciertos planes para desarrollar el turismo<sup>267</sup> a la vez que se mencionan, por ejemplo, otras obras llevadas adelante en el área de la Quebrada, entre ellas la habilitación del Paso de Jama (a partir del asfaltado de la ruta nacional N°52) del cual se dice que “permitirá una comunicación con Chile y el Pacífico, y una reactivación del turismo en la Quebrada” (Provincia de Jujuy, 2002: 248).

Además, es claro que no se ignoraba que la declaración generaría un aumento de turistas y en este sentido parece apropiada la síntesis de Kirshenblatt-Gimblett<sup>268</sup> recogida por Aa (2005) que afirma que “el patrimonio convierte a los lugares en destinos turísticos”. De hecho, se prevé este aumento para todos los sitios declarados patrimonio, ya que la UNESCO exige explicitar las formas de manejo de visitantes y turistas en el texto elaborado para postular distintos bienes. Respondiendo a esta exigencia, en el documento de la postulación, el gobierno provincial asegura que, si bien existe una legislación que ordena el turismo, la misma no se pone en práctica, y responsabiliza de esta situación a la relación que mantienen los gobiernos municipales con las comunidades. Por otro lado, manifiesta una preocupación por la falta de ordenamiento en la edificación, lo cual evidentemente, se relaciona con la presencia de visitantes y turistas (y más directamente con los emprendimientos turísticos, especialmente aquellos orientados al alojamiento y gastronomía)<sup>269</sup>.

La promoción del turismo en la Quebrada en relación con la declaración de Patrimonio Mundial formó parte de un accionar del gobierno provincial que se mostraba, por un lado, entusiasta frente a la posibilidad de un aumento de la llegada de turistas y por otro, que mostraba cierta prudencia en torno a esta posibilidad. Sin embargo, esto último no fue óbice para que se llevaran adelante tareas de promoción de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad que aumentaron la visibilidad del lugar enfatizando en su nueva condición. Esto reforzaría el proceso de construcción de atractividad de la Quebrada, marcando ahora un nuevo rumbo, ya que el lugar ostentaba una marca de distinción que permitiría abrir el camino a nuevos procesos de valorización económica, cultural y simbólica del lugar. En este sentido, la promoción de la Quebrada como lugar turístico y como lugar patrimonial no constituye un accionar neutro, en la medida en que está señalando (y *construyendo* en la justificación de la patrimonialización) las

---

<sup>267</sup> Los planes que aparecen mencionados son el Plan de Desarrollo Turístico de Jujuy de 2001 y el Plan de Desarrollo Turístico Sustentable en Comunidades Rurales de la Provincia de Jujuy-Tumbaya Grande como Caso de Estudio, iniciado en 2000.

<sup>268</sup> Se trata del libro de B. Kirshenblatt-Gimblett *Destination culture: Tourism, museums, and heritage*, del año 1998 editado por la Berkeley- University of California Press.

<sup>269</sup> “Actualmente, y debido al gran incremento del turismo en la Quebrada, ya se han detectado algunas externalidades negativas, producto seguramente de la falta de preparación de los gobiernos locales y sus comunidades. Esto se debe a la falta de comunicación entre el gobierno municipal y la comunidad. Y decimos que este es el motivo, ya que las normas legales, tanto provinciales como municipales, son abundantes, aunque no abarcan a la totalidad de la problemática, pero si se aplicaran, la situación no sería tan dramática. La falta de ordenamiento legal se advierte, especialmente en lo que se refiere a la unificación de un Código de Edificación para toda la región, mejora en el tratamiento de los residuos, planificación en el manejo de la cuenca del Río Grande, etc. Seguramente este será motivo de estudio para el Plan de gestión que se está actualizando” (Provincia de Jujuy, 2002: 277-278).

características únicas e irreproducibles que hacen de este lugar un lugar excepcional, y por lo tanto, digno de ser considerado como destino de un viaje turístico.

Asimismo, las vinculaciones entre patrimonio y turismo, más precisamente la naturalización del patrimonio como atractivo turístico, se hacen evidentes en los discursos generados en varios niveles de la política; estos discursos dan cuenta de la generalización de la idea de que la puesta en valor turística del patrimonio es el fin único de los objetos patrimoniales. Además, que esa asociación es la combinación para arribar a una situación exitosa de generación de beneficios económicos (que en principio serían ampliamente distribuidos)<sup>270</sup>.

## 9.6. Las lecturas del patrimonio

El carácter patrimonial de la Quebrada siempre fue presentado como objeto de un conocimiento profundo de la sociedad local que se encontraba más vinculada con el lugar, con la cultura, es decir, la población que por generaciones habitaban la Quebrada. Sin embargo, la población local no fue la única que aportó conocimientos para conformar la versión patrimonial que se elaboró de este lugar. En efecto, otros actores, con distintos intereses y roles en el lugar participaron en la generación de múltiples lecturas sobre el patrimonio quebradeño.

En términos generales, el discurso oficial habla del rol de la población quebradeña en los procesos de patrimonialización de la Quebrada y la señala como portadora de un saber que será plasmado en la caracterización patrimonial que impulsó la patrimonialización del lugar. Un diputado nacional por la provincia de Jujuy, al proponer la declaración de beneplácito en relación al nombramiento de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad, expresó:

“Hay que destacar en esta presentación que es la primera de nuestro país que incluye a las comunidades originarias y sus culturas, a la vez que las mismas han participado activamente en este proyecto *nutriendo de conocimiento sobre su historia ancestral y saberes de la región*” (Dip. Julio C. Moisés, Orden del día N°2453 del 21 de agosto de 2003, Comisión de Cultura de la Cámara de Diputados de la Nación; el destacado es mío).

Sin embargo, los conocimientos de las comunidades a los que hace referencia el diputado no estuvieron solos definiendo el carácter patrimonial de la Quebrada. Ellos

---

<sup>270</sup> Estas ideas quedarían expresadas, por ejemplo, en declaraciones que hiciera el entonces vice-presidente de la Nación cuando la Quebrada fue declarada Patrimonio de la Humanidad: “Privilegiando la preservación de nuestro patrimonio podremos generar importantes microemprendimientos que eleven la calidad de vida de los pobladores ayudándolos, en muchos casos, a superar la pobreza a partir de la generación de recursos genuinos aportados por el turismo” (“Scioli en Francia. La Quebrada de Humahuaca es Patrimonio de la Humanidad Se aprobó hoy en la UNESCO la propuesta argentina” Gacetilla de prensa, Dirección de Prensa, Senado de la Nación, 2/07/03).



fueron acompañados por el conocimiento detentado por el saber experto sobre ciertos rasgos del lugar que constituirían su carácter patrimonial.

Como se mencionara anteriormente, la selección de las características que le permitirían acceder a la categoría de Patrimonio de la Humanidad a la Quebrada de Humahuaca fueron definidas por el saber experto a partir del conocimiento académico sobre distintos aspectos del área. De alguna manera, estos procesos son impulsados por actores que no son del lugar y que además de su mirada científica, poseen, en términos más generales, una mirada desde afuera. Así, el interés por lograr un reconocimiento para estos elementos, el accionar para alcanzar este reconocimiento y la revalorización de elementos patrimoniales guiados por inquietudes científicas, se suman a apreciaciones más generales sobre ciertos objetos del pasado, de otras culturas o de ambientes amenazados, propias de una sociedad de la que estos actores forman parte.

La construcción de este conocimiento patrimonial (y la selección de rasgos de la Quebrada que implicó) no culminó con la declaración de la UNESCO, sino que continuó influyendo en las formas en que ese patrimonio es comprendido. Con posterioridad a la designación, algunos mecanismos de difusión de esta versión patrimonial del lugar (que se suman a la promoción antes mencionada) sugerirán formas en que este patrimonio puede ser interpretado. Algunos de estos mecanismos estuvieron a cargo del poder político provincial, en gran medida también actuando “desde afuera”.

En efecto, una de las formas de difundir esta propuesta sobre cómo interpretar el patrimonio se realizó a través de la distribución de una publicación con parte de la información contenida en el texto de postulación de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad:

“Con la intención de que los alumnos de Nivel Medio, EGB 3 y Polimodal de la Provincia cuenten con un material permanente de consulta sobre la Declaración de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad, se distribuyen libros en establecimientos estatales y privados de toda la Provincia.

[...]

En la oportunidad la legisladora nacional [Liliana Fellner] explicó que desde hace bastante tiempo junto al diputado provincial Miguel Morales estaban buscando la manera de canalizar todo el material que contiene el libro sobre Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad de manera de formar a los más jóvenes en esa materia. *Aseguró que si no sabemos que tenemos y no conocemos que es el bien patrimonial de la Quebrada de Humahuaca no sabremos bien que proteger.* Sostuvo que algunos lo utilizan solo del lado del turismo y eso es un gran error porque también está la cultura, la identidad, las raíces y es eso lo que estamos entregando a las escuelas, a través del libro, para que de esa manera se tome conciencia de lo que significa el término Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad. Puntualizó que con la declaración de la UNESCO Jujuy cuenta con la herramienta más importante para defender nuestro territorio, mejorar la calidad de vida de la gente que vive allá y sobre todo preservar nuestra cultura. Es por eso que se decidió entregar el material bibliográfico a las escuelas de nivel medio, EGB 3 y Polimodal para formar a nuestros chicos en base a esas herramientas conseguidas hace un par de años en beneficio de todos, concluyó” (“Entregan

bibliografía sobre la Quebrada de Humahuaca”, *Jujuy al Día*, 21/10/2005; el destacado es mío).

Esta publicación, tal como se afirma en el artículo, informaría sobre qué es lo que los jujeños poseen en materia patrimonial, para orientar su protección. Más allá de la distribución en los establecimientos escolares, existen otras formas de difusión de este texto que expone las características patrimoniales de la Quebrada<sup>271</sup>. Una de ellas es a través de los gobiernos locales. El texto de la postulación también se encuentra en las municipalidades de la Quebrada. Más allá del uso como borrador que le destinara el intendente de Tilcara, en la Secretaría de Cultura de esa municipalidad el texto se encuentra a disposición de los alumnos de las escuelas que quieran consultarlo. Si bien la difusión del texto no implica que la versión patrimonial de la Quebrada se asimile sin más por parte de la población del lugar o que no haya lugar para otra lectura del patrimonio e incluso del texto, lo cierto es que es probable que esta caracterización tenga mayor difusión que otras versiones patrimoniales.

Así, la forma en que la Quebrada en su versión patrimonial es presentada por este texto no sería indiferente para la población quebradeña. El secretario de Cultura de Tilcara reconoce el impacto que generó la declaración patrimonial en la Quebrada, especialmente en lo que se refiere a la valorización que la población realiza en relación a aquellos elementos consignados como patrimonio. A la negatividad asignada al proceso de patrimonialización de la Quebrada y sus consecuencias, entre ellas algunas manifestaciones de descontento (ver capítulo 12), se le opone una positividad a propósito de la función de rescate y la revalorización de ciertos elementos patrimoniales que implicó la patrimonialización. Así el funcionario afirma:

“Hoy gracias al patrimonio tenemos orgullo de ser collas”

“Lo positivo del patrimonio es que hay un montón de cosas que estamos aprendiendo y adoptando que eran de nuestros abuelos pero que ya no usábamos”<sup>272</sup>

Estas declaraciones llaman la atención por varios motivos. Uno de ellos es porque parecería reconocerse que un proceso iniciado por personas que no son de la Quebrada, aunque investidos de la autoridad que les otorga su conocimiento en la materia, está contribuyendo a reforzar o redefinir la identidad de la sociedad quebradeña reforzando como referentes patrimoniales e identitarios a ciertos elementos “olvidados”. Otro de los motivos es la forma en que se retoma la adscripción a un grupo étnico o cultural. Por la manera en que está expresada la idea, se está haciendo referencia a un orgullo por pertenecer a un grupo (collas) que antes parecía

---

<sup>271</sup>En efecto, fragmentos de este texto han sido reproducidos en materiales de promoción turística elaborados por la misma Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia, en publicaciones dedicadas al turismo como por ejemplo, *Carta Abierta Jujuy* que reprodujo en ediciones sucesivas de la publicación fragmentos de ese texto durante el año 2003.

<sup>272</sup>Entrevista a Juan Carlos Torrejón, Secretario de Cultura de la Municipalidad de Tilcara (16/01/2007).

no existir o no expresarse con frecuencia (ver capítulo 6). En el contexto actual de revalorización de lo aborigen lo colla es valorizado positivamente desde un afuera, y revalorizado también desde adentro, por los mismos miembros de este grupo cultural que en algún momento se vieron denostados en su condición de aborígenes. Aquí cabría preguntarse si el entrevistado está haciendo referencia a procesos de reafirmación identitaria a partir de procesos de patrimonialización.

El mismo funcionario de la cita anterior, hablando de la planificación del área patrimonial desliza una frase que pone en evidencia su concepción acerca de quiénes encabezan el proceso de valorización, rescate y puesta en valor del patrimonio, a la vez que deja entrever una aceptación de esta versión patrimonial propuesta:

“La objeción que se hace [al accionar del gobierno provincial respecto del patrimonio] no es a la caracterización (*de última son más indígenas que nosotros mismos, defienden más que nosotros*) el problema es la planificación. El patrimonio no se puede proteger porque no hay fondos, todas las recomendaciones de la UNESCO no se pueden hacer” (el destacado es mío).

En esta declaración, la caracterización patrimonial de la Quebrada, es decir, el contenido del texto que informa sobre el patrimonio quebradeño no es cuestionado en su precisión (como sí lo es la gestión patrimonial). Por otro lado, la afirmación deja ver que en opinión del entrevistado, quienes llevaron adelante el proceso de patrimonialización de la Quebrada son personas que al menos él no reconoce como vinculadas directamente con la Quebrada (o específicamente con el grupo étnico).

Además del poder político, luego de la designación, los emprendedores turísticos también se ocuparon de “mantener” el carácter patrimonial de la Quebrada<sup>273</sup>. Ellos muchas veces son quienes denuncian las “aberraciones” que atentan contra el patrimonio, como la decoración de una esquina de Tilcara con motivos importados de Quilmes (Tucumán). La decoración de ese espacio fue denunciada por no respetar las características artísticas de la zona; igual suerte corrió una figura en chapa utilizada como portón en un inmueble de Tilcara con un motivo calchaquí. De cierta manera estos empresarios turísticos también son reconocidos por la población originaria de la Quebrada como quienes revalorizaron objetos y técnicas utilizadas con anterioridad:

“Los inversores que vinieron a Tilcara ellos son los primeros que iniciaron esto, retomar los hilos antiguos, ayudó un poco a la propia gente porque los albañiles, que en Tilcara hay, son mayormente picapedreros y dicen: ‘queda lindo’, ‘entonces tu casa la puedes hacer así’ ¿por qué tienen que ser de cemento, de bloque? Entonces empieza ya la convulsión social, a volver a sus materiales. En el año 2002, 2003 cuando fue la inflación, cuando pasamos del uno por uno al tres por uno, ahí no más chapa, no más ladrillo, no más cemento, una gran ventaja”<sup>274</sup>.

---

<sup>273</sup> Por supuesto que esta tarea también es llevada adelante por el saber experto en los distintos campos del conocimiento y desempeño profesional, quienes muchas veces son consultados y contratados por los organismos encargados de la gestión turística y patrimonial del área para hacerlo.

<sup>274</sup> Entrevista a Félix Pérez, Intendente de Tilcara, 18/01/2007.

También los mismos empresarios se reconocen ellos mismos como protectores del patrimonio: “Nosotros somos los que conservamos, los que hacemos todo esto”<sup>275</sup>, afirmó un empresario turístico afectado por las actitudes discriminatorias de la población local para con los empresarios, haciendo referencia a los estilos arquitectónicos y decorados que se utilizan en los nuevos hoteles. Esto coincide con lo expresado por la dueña de otra posada, quien manifestó que a partir del uso de los materiales de inspiración autóctona la población local revalorizaba su cultura<sup>276</sup>.

Poder político, poder económico, saber científico compartiendo cierto capital cultural, todos proponen una versión patrimonial de la Quebrada que funcionará como un (*sin los*) *nosotros de los otros* (Prats, 1998) para la población quebradeña, es decir, una versión patrimonial concebida desde afuera. A su vez, estas ideas patrimoniales irán permeando las formas de entender su propio patrimonio de la población del lugar. La versión patrimonial de la Quebrada también será adoptada por algunos quebradeños a medida que van conociendo las ideas que sobre el patrimonio se manejan en el mundo profesional del turismo (el saber experto que conoce qué demanda el turista) (ver capítulo 11). Aquí también cobra relevancia el concepto de etnicidad reconstruida de MacCannell (1992 [1981]) en la medida en que la sociedad quebradeña se retrata a sí misma según las demandas del turismo.

Así, se adoptan nuevas concepciones respecto a cómo debe verse este lugar, influenciada por una mirada foránea. Un empresario turístico quebradeño cuyos hijos estudian turismo, pone de manifiesto cómo la mirada turística y foránea moldeó su propia mirada acerca de cómo debía lucir la Quebrada y de qué manera eso era importante para conservar un estilo y recuperar técnicas y saberes locales:

“...si las autoridades no toman conciencia que esto hay que revertir, si las autoridades no toman conciencia que en vez de poner adoquines de cemento en las calles... Por eso te digo, que a lo mejor las personas que vienen lo ven al pasar y no se dan cuenta, pero nosotros que vivimos acá sí, nosotros, *no te voy a decir que entendemos... Entendemos porque a nosotros nos hacen entender nuestros hijos que están estudiando eso. Hay un cambio en la concepción de uno mismo de lo que es el turismo. [...] Lo que yo te digo... ¿no podrían haber hecho de piedra? Mirá como trabaja la gente la piedra. [...] No. La hicieron de cemento. Las dos calles principales de Tilcara las hicieron de cemento; adoquinado, feo, mal hecho, hay pozos por todas partes*”<sup>277</sup> (el destacado es mío).

En este testimonio la propuesta de adaptación de la imagen de la Quebrada a las demandas turísticas también tiene una dimensión económica, en la medida en que este conocimiento sobre las demandas turísticas y las transformaciones en función de

---

<sup>275</sup> Entrevista a Sergio, propietario de un local gastronómico en Tilcara, antiguo propietario de un establecimiento de alojamiento turístico, originario de Jujuy, 3/02/2007.

<sup>276</sup> Entrevista a Andrea, empresaria hotelera de Tilcara, originaria de Córdoba, 17/01/2007.

<sup>277</sup> Entrevista a José, empresario hotelero de Tilcara, originario de Tilcara, 17/01/2007.

las mismas que se puedan incorporar harán más competitivo al lugar al colocar elementos para otorgarle un aire conveniente y adecuado para un pueblo de la Quebrada.

La aceptación de las voces foráneas que intentan marcar la relevancia de la protección de ciertos elementos patrimoniales, sin embargo, no es bienvenida unánimemente. Probablemente la única voz que se reconoce autorizada es la que proviene de la ciencia. Para los empresarios turísticos, pero más especialmente para el poder político en tanto administra el patrimonio, resta el rechazo por cierta intromisión en cuestiones culturales e identitarias en las que se considera que no deberían tener injerencia. Así, se han manifestado objeciones al diseño de los calendarios turísticos elaborados por la Secretaría de Turismo y Cultura provincial, a la información contenida en los materiales de promoción turística elaborados por dicho organismo y a la información que brindan los empresarios hoteleros y gastronómicos sobre aspectos culturales de la población del lugar. De alguna manera, también los quebradeños hacen valer su condición de locales como garantía de veracidad de la información que brindan, frente a la palabra de personas de afuera en general. Esto también sirve de argumento, por ejemplo, para cuestionar la presencia de guías turísticos no quebradeños que llegan acompañando a los turistas en los tours organizados; los guías locales argumentan que los guías foráneos no cuentan con una información precisa sobre el lugar como ellos. La disonancia del patrimonio se expresa aquí apelando a cuestiones identitarias en la medida en que es la sociedad quebradeña la que se muestra a sí misma como autorizada para decidir sobre los usos y la gestión del patrimonio. Esta disonancia, por el contrario, no parece reflejarse con respecto a la versión patrimonial propuesta por el saber experto, de quien se reconoce su autoridad en la producción de conocimiento sobre los aspectos naturales y culturales de la Quebrada.

Las interpretaciones posibles sobre el patrimonio quebradeño pueden dar lugar a numerosas lecturas de parte de distintos actores. En principio, puede decirse que la versión de la Quebrada patrimonial refrendada por la UNESCO, como viene sosteniéndose en este capítulo, es producto de los intereses y el accionar del poder político provincial en su intento de crear un lugar patrimonial valorizado turísticamente. Así, quedarían descartadas las posiciones que afirman que la versión patrimonial provino de la población de la Quebrada en una transmisión aséptica hacia las autoridades provinciales: antes bien, este tipo de explicaciones pretende legitimar el accionar político respaldándose en esta versión sobre el proceso. Por otro lado, tampoco existe una única voz al momento de interpretar el patrimonio, sino varias. El poder político, el saber experto, los empresarios turísticos, los funcionarios locales, la población quebradeña, todos proponen lecturas sobre el patrimonio a la vez que reconocen o desconocen a otras como legítimas.

También puede sospecharse algún proceso de apropiación de estas versiones patrimoniales que circulan en la Quebrada como referentes identitarios, toda vez que sean aceptadas como versiones válidas de la identidad de ciertos grupos. Así, el patrimonio puede pensarse como resultado de la intervención de varios productores de patrimonio, o de creadores de versiones patrimoniales. Aquellos que detentan un capital cultural mayor, entre ellos el saber experto (arqueólogos, antropólogos, arquitectos), junto con otros que también son voces autorizadas marcando tendencias

(chefs, diseñadores), crean y difunden una versión patrimonial que puede llegar a ser adoptada como propia por la población del lugar, a quienes se los reconocen y se reconoce a sí mismos como herederos de ese patrimonio. Así, no es extraño encontrar residentes de la Quebrada que se refieren al patrimonio quebradeño en los mismos términos en que fue y es formulado por actores que, en general, provienen de fuera del lugar, o que revaloricen ciertos rasgos patrimoniales que habían sido dejados de lado.

De alguna manera se actúa para rescatar ciertos elementos patrimoniales que no deben ser perdidos en tanto elementos juzgados científicamente como valiosos pero que también son valorizados turísticamente. Además, de manera más o menos intencional estas versiones patrimoniales (e identitarias) serán una herramienta a partir de la cual se sugerirá a audiencias amplias -entre las cuales se encuentran los herederos patrimoniales (la población jujeña)- las formas en que este patrimonio puede ser interpretado en términos identitarios.

Las formas en que ciertas lecturas sobre el patrimonio van imponiéndose, generalizándose y siendo adoptadas y también siendo cuestionadas en este proceso de redefinir a este lugar turístico a partir de la puesta en valor de su patrimonio no se agotan en lo trabajado aquí. Uno de los aspectos en los que este proceso es más evidente es en relación a la transformación de la Quebrada en los últimos años orientada a su consumo turístico. Estas transformaciones, las ideas que las guiaron y los conflictos que generaron serán abordados en el capítulo 10.

### **9.7. A modo de cierre. La Quebrada de Humahuaca como lugar patrimonial**

La declaración patrimonial por la UNESCO constituye un punto clave en el proceso de valorización turística del patrimonio de la Quebrada de Humahuaca: por un lado, es un acontecimiento, un hito histórico en el lugar que marcará su historia futura; por otro, al tratarse de un área delimitada, creará un ámbito geográfico preciso, definido por los expertos que propusieron la declaración patrimonial, que se verá afectado por ciertas acciones, procesos, etc. de manera diferencial con respecto a otros ámbitos. Asimismo, la patrimonialización marcará fuertemente la imagen turística de la Quebrada, reforzando muchos de sus atractivos. Además, el lugar en su carácter de patrimonio será disputado como herencia por distintos grupos, a la vez que dará lugar a la redefinición de identidades vinculadas con el mismo.

Los procesos que ocurrían en la Quebrada, la configuración de tramas de actores, cambian cuando se diseñan ciertos planes para el lugar que incluyen su transformación en lugar turístico y patrimonial. Este paisaje cultural, caracterizado por una historia tan profusa en cambios, según es presentado por la provincia y reconocido por la UNESCO, inicia una nueva serie de transformaciones a partir de la obtención del sello de distinción internacional que ahora ostenta. A partir de ese momento, las transformaciones estarán marcadas por su condición patrimonial y esa distinción brindará la posibilidad para que diferentes actores desarrollen numerosas estrategias que le imprimirán nuevas características al lugar. La definición de la

Quebrada como patrimonio además, brinda la posibilidad de sumar otra forma de caracterizar a la Quebrada, agrega una dimensión más que complejiza al lugar, a la vez que da origen a una nueva mirada (una nueva manera de definir e interpretar el lugar). Este es un proceso que en los sucesivos capítulos seguirá siendo analizado para comprender de qué manera el lugar se redefine en sus múltiples dimensiones.

Asimismo, la patrimonialización de la Quebrada implicó la creación de una institución patrimonial (la Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad) con una dimensión areal que además requería una gestión especial. La patrimonialización institucionaliza a la Quebrada y crea un territorio. En este sentido, el poder político provincial propone y construye una entidad patrimonial con una dimensión territorial que es reconocida por la UNESCO, población local, los empresarios, entre otros. Esta institucionalización implica transformaciones para el lugar que se manifiestan, por un lado, en la creación de una nueva imagen (turística) para la Quebrada presente en las descripciones de este sitio patrimonial y, por otro, en el comienzo de nuevos procesos que redefinieron las formas en que los actores con injerencia en el lugar se vinculan. Así, con la patrimonialización el lugar toma nuevos significados, a la vez que produce una nueva configuración de la trama social que también redefinirá al lugar: la UNESCO, el gobierno provincial, la Secretaría de Turismo de la Nación, las Comisiones de Sitio, los empresarios turísticos, las comunidades aborígenes redefinen nuevos vínculos entre sí, donde si bien todos cuentan con cierta cuota de poder, el gobierno provincial y los empresarios turísticos se constituirán en los actores con las cuotas de poder más altas.

En la creación de una Quebrada patrimonial el poder político provincial tuvo un rol central al iniciar el proceso, convocar a otros actores, gestionar el área y proponer lecturas sobre ese patrimonio. Los empresarios turísticos, por su parte, propusieron también lecturas de ese patrimonio (reforzándolo y recreándolo), a la vez que se constituyen en protectores del mismo. El saber experto y la UNESCO, como institución competente, respaldan el proceso iniciado por el poder político provincial, acompañados por la población quebradeña. Sin embargo, esta última también cuestionó gran parte de la propuesta patrimonial (en especial lo referido a la gestión).

Como señala Prats (1998) la correlación entre intereses, valores y un determinado contexto histórico permiten comprender las formas que toma la activación patrimonial. El caso de la Quebrada de Humahuaca podría ser interpretado a partir de la necesidad de reinstalar un destino turístico en el mapa del turismo nacional e internacional que llevó a iniciar procesos de activación patrimonial encabezados por el poder político, el cual, recurriendo al saber experto, presentó una versión patrimonial de la Quebrada orientada a lograr una designación por la UNESCO. Las características que tomó este proceso, y que fueron expuestas en este capítulo, permiten interpretarlo como resultado de una decisión del poder político provincial aunque presentado como una iniciativa colectiva en la medida en que se convocó a la población quebradeña a participar de este proceso de patrimonialización y de la gestión del sitio, si bien esta participación fue limitada y la gestión resultante, fundamentalmente dirigida por los impulsores del proceso.

La elaboración de la versión de la Quebrada patrimonial se encuentra signada por un proceso de selección de atributos pasibles de ser patrimonializados dependiendo de las ideas y valores existentes en la actualidad. Las culturas no occidentales, los paisajes imponentes, la armonía entre naturaleza y cultura, las tradiciones mantenidas en la actualidad y los procesos y objetos que dan cuenta de la presencia de distintas culturas en el lugar fueron elementos que orientaron la elaboración de esta versión de la Quebrada patrimonial. Estos atributos, así como la condición de Patrimonio Mundial, serían altamente promocionados para instalar al destino entre las opciones de turistas y entre las opciones para realizar inversiones.

La intención de atraer turismo a través de la designación de Patrimonio de la Humanidad se hace evidente en la promoción que se hizo desde el gobierno provincial antes y después de la designación. Así, el gobierno provincial llevó adelante un proceso de patrimonialización orientado no sólo a lograr un reconocimiento patrimonial para un área dentro de la provincia, sino que, junto con esto, logró jerarquizar a un destino turístico al posicionarlo en el escenario del turismo mundial. Como ha sido analizado en otro lugar (véase Almirón, Bertencello, Troncoso, 2006) aquí la patrimonialización y la construcción de atractividad confluyen, dando lugar a que el turismo participe del proceso de patrimonialización, en la medida en que son atractivos turísticos ya reconocidos los rasgos que están presentes en la caracterización patrimonial de la Quebrada de Humahuaca. De este modo, este proceso de patrimonialización que buscó implícitamente el desarrollo del turismo, definió en función de ese propósito el patrimonio de la Quebrada. Así, es interesante lo que plantea Prats (1998) en este sentido: la patrimonialización se orienta a definir rasgos vinculados a la identidad de un grupo, una cultura en función de lo que otros esperan que sea, en este caso el turismo, a través del cual se consumirá este patrimonio como atractivo turístico.

La patrimonialización de la Quebrada puede ser comprendida en los términos de Prats (1998) como un proceso que tiene en su base, no intereses identitarios sino comerciales vinculados al consumo de este patrimonio, que en el caso de la Quebrada será fundamentalmente un consumo turístico. La creación de una versión del lugar preparada para su comercialización, para un consumo externo y en definitiva moldeada por demandas externas sería aquello a lo que Prats hace referencia como la activación patrimonial orientada por el (*sin los*) *nosotros de los otros*, es decir, una versión patrimonial que refleja más las demandas de un otro que las propias. También desde un afuera se influirá en las formas en que se define el patrimonio, en especial por un conjunto de actores que comparte el acceso a cierto capital cultural. El compartir cierto capital cultural entre saber experto, poder político y empresarios turísticos les permite compartir la misma visión sobre el patrimonio. La versión que propone el saber experto, que es legitimada por el poder político y la UNESCO, es compartida por los empresarios turísticos y algunos grupos de turistas.

Esta forma de definir un patrimonio puede también ser apropiada de tal manera de dar lugar a reformulaciones identitarias que, en el caso de la Quebrada, van de la mano de lecturas del patrimonio que en cierta medida tienen una presencia más fuerte que otras. Sin embargo, más allá de las reformulaciones identitarias, existen múltiples lecturas sobre el patrimonio. En el caso de la Quebrada lo manifestado por los



entrevistados sugiere que la caracterización patrimonial que se presentó a la UNESCO no es fuertemente cuestionada. Los cuestionamientos vinculados con el patrimonio se relacionan con las formas que toma su administración. Así, los quebradeños cuestionan la intromisión de gente de fuera de la Quebrada (y su propia exclusión) en la gestión patrimonial y los beneficios que la puesta en valor turístico de ese patrimonio podrían generar.

El sentido de lugar pensado para el caso de la Quebrada se complejiza con estas versiones patrimoniales e identitarias que manejan una caracterización del lugar surgida desde un afuera. De alguna manera puede pensarse en la conformación de un *global sense of place* como el que sugiere Massey (1996 [1991]), en la medida en que estas ideas asociadas a un lugar y que pasarán a formar parte de los vínculos identitarios que se establecen con la Quebrada, estarán marcadas por demandas, intereses, miradas (en gran parte turísticas) que se producen en otros contextos sociales fuera del lugar. El patrimonio como representación identitaria también será reformulado en la relación que la Quebrada establece con el mundo: nuevas ideas sobre la relevancia patrimonial y turística de ciertos rasgos del lugar, nuevas ideas sobre cómo presentar el lugar a los turistas, la adopción de nuevos elementos vinculados a la tradición revalorizados, etc. marcarán la adopción de cierta forma de ver la Quebrada más propia de los foráneos que de los locales.

La patrimonialización y la valorización turística del patrimonio quebradeño se encuentra en una intersección entre procesos globales de valorización de las particularidades de los lugares y consumo de las mismas a partir del turismo, y las transformaciones que se manifiestan en la Quebrada, mediadas por su especial trama social, complejizada a partir de la presencia de nuevos actores que redefinen las particularidades de este lugar.

Entre los múltiples abordajes que pueden ser realizados en relación a estas transformaciones en este lugar patrimonializado, se analizan en los capítulos sucesivos distintos aspectos de la valorización turística de la Quebrada, poniendo atención en el acceso desigual en la participación de los beneficios que generó la puesta en valor turística de la condición patrimonial de la Quebrada, las transformaciones del lugar en su adaptación a nuevos usos y las disonancias que el proceso de patrimonialización y puesta en valor turística de la Quebrada han suscitado.

## **Capítulo 10. En busca del desarrollo para la Quebrada de Humahuaca a través del turismo: la legitimación de la política turística**

Este capítulo analiza la política turística orientada al desarrollo para la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad y las transformaciones que ella generó, respondiendo al tercer objetivo específico de la tesis. Las características que tomaron estos dos procesos pueden interpretarse formando parte de una intención política y económica de transformar a la Quebrada en un lugar valorizado turísticamente a partir de su patrimonio natural y cultural. Dado que algunos aspectos de la política turística provincial que afectan a la Quebrada de Humahuaca se cruzan con la gestión del área como Patrimonio de la Humanidad (especialmente en lo referido al accionar de la Unidad de Gestión de la Secretaría de Turismo y Cultural provincial), las características de esta política se completan con lo presentado en el capítulo anterior.

Aquí se exponen los principales supuestos en los cuales se apoyan los proyectos de desarrollo del turismo, los que se caracterizan por inscribirse bajo los postulados del desarrollo sustentable y/o local que en términos generales, tienen como objetivos explícitos obtener beneficios para la población de la Quebrada. Se revisan las principales propuestas de estos proyectos y el accionar en relación a las mismas en torno a tres ejes: 1) la participación en la gestión turística de la población de la Quebrada, 2) su participación en el mercado laboral y 3) la generación de emprendimientos turísticos a partir del acceso al crédito. Se afirma que esta política turística, con escasos resultados en relación a las propuestas realizadas, es parte del proceso de legitimación política que despliega el gobierno provincial. El capítulo se cierra con una revisión de las premisas que sostienen la formulación e implementación de la política turística para la Quebrada de Humahuaca.

### **10.1. Apelando a las virtudes de la relación entre turismo y patrimonio**

El proceso de patrimonialización y la puesta en valor del patrimonio de la Quebrada de Humahuaca a partir del turismo, pueden ser interpretadas como parte de una política más o menos explícita de redefinir este lugar como destino turístico. Como parte de este proyecto se definirá qué se ofrece para ser consumido turísticamente (atractivos turísticos, entre ellos el patrimonio) y cómo deberá verse el lugar para ser atractivo (y para que responda a la designación de paisaje cultural con la cual fue distinguido). El poder político provincial será uno de los principales impulsores de este proyecto y lo llevará adelante intentando legitimar su accionar buscando el apoyo de la sociedad quebradeña y de la sociedad en general. El apoyo de la sociedad de la Quebrada lo

encontrará al apelar al turismo como motor del desarrollo; el apoyo de la sociedad en general, al mostrar sus acciones en pos de proteger un patrimonio en vías de extinción frente al avance de ciertos procesos globales que hacen desaparecer formas culturales alternativas a la occidental.

En este capítulo la atención está centrada en las formas en que se buscó la legitimación de este proyecto turístico-patrimonial para la Quebrada a través del diseño y puesta en marcha de una política turística (y patrimonial) que apuntaba, al menos en su dimensión discursiva, al desarrollo de la Quebrada. En este proyecto político se reeditaron las ideas generales sobre la positividad del turismo, a la vez que aparecían nuevas fórmulas que vinculan exitosamente turismo y patrimonio, ya comentadas en el capítulo 4: turismo + patrimonio= desarrollo<sup>278</sup>. La promoción de la cultura a través del proceso de patrimonialización sería una vía para generar desarrollo y esto estaría asegurado por el consumo turístico de ese patrimonio. El turismo con todas sus características positivas asociadas sería la garantía, el pasaporte<sup>279</sup> al desarrollo.

Como se mencionara en la primera parte de la tesis, la virtud de la relación positiva que el turismo establece con el patrimonio quedaría garantizada por la participación de la población del lugar, conocedora del patrimonio y legítima merecedora de los beneficios de su explotación. Numerosas son las referencias a esta tríada exitosa; en relación específicamente al caso de la Quebrada, se recogen algunas de las expresiones de una de las profesionales consultadas a propósito del proyecto de patrimonialización del lugar:

“Por su parte la arquitecta Carmen Rivas Montes de la Universidad Nacional de Tucumán (UNT), aseguró que el logro de los objetivos propuestos depende casi íntegramente del convencimiento que sobre este proyecto tengan los pobladores de esa zona. [...] Señaló que si la Provincia de Jujuy consigue obtener el reconocimiento de la UNESCO será un triunfo de todo el NOA ya que brindará a la región una oferta turística espectacular.

Pero primero, puntualizó, se debe diseñar un plan para evitar que el turismo que ha hecho tanto mal en otros lugares del mundo se desboque aquí y alteren ciertos puntos que le dan el valor que tiene.

Explicó que en estas reuniones que se mantendrán con los pobladores y autoridades de la zona permitirán interpretar un plan de gestión que surja de la propia comunidad de manera que puedan entenderlo para que vean que se están preservando esos valores” (“Planificar para el futuro para preservar la identidad”, Parte de Prensa N° 268, 29/11/ 2002).

---

<sup>278</sup> Esta fórmula es puesta en cuestión por Prats (2003) en su artículo “Turismo + Patrimonio = desarrollo?”. Los intentos por solucionar los problemas de la pobreza recurriendo a la cultura también fueron puestos en cuestión en el trabajo de María Carman (2006) en su análisis de las transformaciones recientes del barrio del Abasto. En este trabajo la autora cita una frase del jefe de gobierno porteño: “si hay mucha cultura vamos a tener menos pobreza” que se transforma en toda una premisa (ampliamente impulsada y aceptada) sobre el poder de la cultura para resolver problemas eminentemente propios de estructuras y dinámicas sociales.

<sup>279</sup> Nuevamente la referencia a otro trabajo que puso en cuestión las premisas que vinculan turismo con desarrollo: De Kart *Turismo: pasaporte al desarrollo?* originalmente publicado en 1979.

Esta política, gestada fundamentalmente desde el gobierno de la provincia, estuvo orientada por las ideas de desarrollo que alientan distintas formas de participación de la población de los destinos turísticos, ya señaladas en el capítulo 2. Desde el poder político provincial se mostró el interés por involucrar, incluir, hacer participar a la población de la Quebrada y esta participación implicaría su intervención como co-gestora en materia de turismo (y patrimonio, como se viera en el capítulo anterior) y como beneficiaria de las transformaciones producto del crecimiento del turismo.

## **10.2. La política turística para la Quebrada de Humahuaca: las bases de su accionar**

Apelando a la relación virtuosa entre turismo y patrimonio, la política turística provincial basará su accionar en ciertas premisas que caracterizan a las políticas turísticas en la actualidad, fundamentalmente su base participativa, y en las expectativas que el turismo genera.

### 10.2.1. El contexto y las premisas

La política turística gestada desde el poder político se inserta en un contexto provincial de crisis de las actividades económicas tradicionales desarrolladas aproximadamente hasta la década de 1990 y que además generaban una considerable demanda de mano de obra. Como fue mencionado en el capítulo 6, entre estas actividades se encontraban la explotación minera, el funcionamiento del ferrocarril, la producción siderúrgica y la producción azucarera, todas actividades en crisis o en plan de reducción de personal a partir de la década de 1990. En este contexto, desde comienzos de la década de 2000 el turismo aparece, desde el discurso del gobierno provincial, como una alternativa a esas actividades económicas en crisis. De hecho, en la presentación del Plan de Desarrollo Turístico de la provincia en 2006 se afirmó que “el turismo puede y debe ser uno de los principales motores para revertir el atraso estructural” (Howarth Argentina, 2006).

En consonancia con las tendencias actuales de desarrollo del turismo, los programas pensados para la Quebrada expresan la necesidad y la voluntad de poner en valor turístico ciertos atributos del lugar, que en gran medida se refieren a características naturales y culturales, las cuales además se encuentran comprendidas en el compendio de atributos que convirtieron a la Quebrada en Patrimonio de la Humanidad. Además, a partir de esta puesta en valor se expresa también la intención de incluir a la población local en estos proyectos, a través de su participación en las decisiones que se toman en materia de gestión del turismo. Esto se llevará adelante apelando a la idea generalmente aceptada (e instituida por los lineamientos del desarrollo local y la descentralización) que dice que sin participación de la población local no se puede generar desarrollo.

Otra de las premisas clave a la hora de proponer el desarrollo del turismo se relaciona con la generación de beneficios económicos, o que apuntan al mejoramiento de la calidad de vida en general. Estos beneficios tienen un destinatario prioritario: la población local. Como se señalara en términos generales en el capítulo 2, en la mayoría de las propuestas de desarrollo del turismo, y también en el caso de la Quebrada, éstas apuntaban a una apropiación de los beneficios generados por la población que reside en esa área turística y patrimonial. De esta manera, las distintas formas de intervención en la Quebrada vinculadas a la patrimonialización y al desarrollo del turismo estuvieron marcadas por la explícita aplicación de fórmulas participativas, orientadas por la idea de que la población local debe aprovechar su riqueza cultural para generar recursos económicos en su beneficio. Así se expresa en un documento del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable para la provincia de Jujuy; según el cual sus líneas de acción se apoyan en las ideas de desarrollo sustentable que caracterizan a la mayoría de las propuestas de desarrollo en la actualidad:

“Partiendo del diagnóstico y la interpretación de toda la información obtenida mediante los distintos procesos metodológicos, cada Línea Estratégica se construyó bajo el paraguas general de la sustentabilidad en su concepción más amplia, que implica la preservación de los recursos naturales, culturales e históricos, a la vez que apunta a la participación de la población en el “Producto Turístico”, generando oportunidades de participación activa de un amplio espectro de la comunidad, es decir, considerando al residente como el beneficiario de las medidas propuestas” (Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy-CAF- Howarth Consulting, 2006: 27).

De cierta manera, la asociación entre turismo, patrimonio y participación aseguraría el éxito de la empresa, reforzando la fórmula: turismo + patrimonio + **participación**= desarrollo. La política turística, a través de sus planes aseguraría las vías para la participación de la población de la Quebrada.

#### 10.2.2 Las expectativas acerca del turismo

La propuesta de actividades económicas alternativas para una provincia en crisis fueron así bienvenidas. Por otro lado, la Quebrada tenía algo que ofrecer: un conjunto de atributos que colaboraron en la institucionalización del área al transformarla en un sitio Patrimonio de la Humanidad. Así, estas propuestas de desarrollo del turismo, no generaron mayor oposición, al menos en un comienzo, al tiempo que forjaron expectativas en torno al desarrollo del turismo en la zona.

A nivel discursivo, los beneficios del turismo se asociaron rápidamente con el incremento en la llegada de turistas a la provincia y así fueron mencionados en los balances de la gestión del gobierno provincial. Así, claramente se presenta la relevancia del turismo en la economía de la provincia como lo expresa el gobernador en el discurso que dirigió en el inicio de las sesiones del congreso provincial de 2005:

*“Es evidente que Jujuy ha experimentado durante el año 2004 y lo que ha transcurrido del presente, una generalizada mejora en el crecimiento de su actividad económica general y las perspectivas que se avizoran son francamente*

*positivas. A una más que importante inversión pública, que impacta directamente en el circuito económico de la provincia, se debe agregar el mejoramiento sensible experimentado en áreas de la agricultura, agroindustria, hotelería, gastronomías y otras vinculadas al turismo”*

Más adelante afirma que:

*“Día a día el turismo se va consolidando como una de las principales actividades económicas de Jujuy. El crecimiento anual en el período 2003/2004 de llegada de turistas a nuestra Provincia se sitúa en alrededor de un 15%, pero proporcionalmente se ha incrementado en mucho la presencia de turistas extranjeros, particularmente europeos, y el tiempo de permanencia aumentó, en promedio, de 2 a 3 días, con lo que el movimiento económico que se genera por calidad y tiempo es mayor”.*

No sólo la visita efectiva de los turistas sería puesta de relieve, sino también las expectativas sobre la puesta en valor turístico del patrimonio:

“El Gobernador Eduardo Fellner sostuvo que las expectativas turísticas que genera la Quebrada de Humahuaca, tras ser declarada en julio pasado como Patrimonio de la Humanidad, son una muestra de que Jujuy ‘se está posicionando en el ámbito nacional e internacional”. Millones de potenciales turistas que planifican sus vacaciones consultan por internet el sitio de la UNESCO, y se interesan por los patrimonios mundiales, existiendo ahora la opción de Jujuy”.

[...] “El patrimonio debe ser preservado y explotado para permitir el desarrollo de la región, lo cual se está encarando por intermedio del Plan de Gestión que es un manejo integral de todo el ecosistema e incluye las obras públicas necesarias, como es el caso del Ferrocarril, la conservación del medio ambiente y la preservación del aspecto cultural y arqueológico” (en Parte de Prensa N° 79, 13/04/ 2004).

Esta información se encuentra en consonancia con las promesas de un turismo creciente que se multiplicaron en los documentos y otros textos a través de los cuales se expresaron los funcionarios provinciales, nacionales e internacionales. En el Resumen Anual “Acción de Gobierno 2002” de la provincia se hace referencia a la visita de Daniel Scioli (vicepresidente de la Nación) y se afirma que él “destacaba el potencial turístico y cultural de la provincia y consideraba que el objetivo, sería acrecentar la cantidad de visitantes mediante la promoción de sus paisajes y fiestas regionales. Enfatizaba el funcionario que ‘había consenso unánime para sostener este desafío, la *única* alternativa para el desarrollo sustentable” (Gobierno de la provincia de Jujuy, Resumen Anual Acción de Gobierno 2002; el destacado es mío). Otra fuente recoge otro testimonio del funcionario cuando afirmó, luego de la declaración de Patrimonio Mundial de la Quebrada: “*Ahora* las comunidades locales van a poder desarrollarse y preservar su cultura” (“Patrimonio cultural en peligro”, *La Nación*, 24 de febrero de 2005; el destacado es mío). La puesta en valor turístico del patrimonio aparece en estas afirmaciones como *única* opción que *ahorásí* finalmente permitirá el ansiado desarrollo para la Quebrada.

El crecimiento del turismo para la Quebrada fue propuesto como un crecimiento controlado y dirigido, y se le dio un carácter de actividad planificada que no había tenido con anterioridad en la provincia. La necesidad de planificar el turismo venía de la mano de la distinción patrimonial de la Quebrada que estuvo acompañada de algunas advertencias que sugerían un control sobre el crecimiento desmedido de la visita al área.

### 10.3. Los proyectos para incentivar el turismo

El accionar de la política turística para la Quebrada de Humahuaca tiene como actor principal al gobierno provincial, a través la Secretaría de Turismo y Cultura<sup>280</sup>. La Quebrada también es alcanzada en materia de política turística por planes diseñados desde el gobierno nacional (este es el caso del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable). En menor medida, desde los gobiernos municipales también se lleva adelante un accionar en materia de turismo. En el cuadro 10.1. se presentan todos los planes de desarrollo turístico para la Quebrada surgidos durante la década de 2000.

Las líneas de la política turística actual en la Quebrada quedan definidas fundamentalmente por la implementación del PROFODE (Programa de Fortalecimiento y Estimulo de Destinos Turísticos Emergentes) ya finalizado y del Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable de la provincia (enmarcado en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable) que se encuentra en una etapa muy inicial (lanzado en 2006). Éstos tienen antecedentes en el Plan de Desarrollo Turístico diseñado por la Secretaría de Turismo de la provincia junto con el CFI en el año 2001 (CFI-D'Agnillo, 2001), cuya elaboración se realizó un diagnóstico sobre el turismo en la provincia y se delinearon ciertas acciones a llevar adelante, aunque nunca se implementó<sup>281</sup>. Por otro lado, también se habían realizado con anterioridad un Informe sobre el turismo en el noroeste del país encarado por el CFI en 1997 (*Informe Base sobre la Región del Noroeste Argentino*), un *Informe de desarrollo turístico de la región del noroeste argentino NOA* en 2001 (actualización del anterior y publicado en 2001) llevado adelante también por el CFI y una propuesta de desarrollo del turismo impulsada por la embajada de Francia (*Algunas propuestas para el desarrollo global*

---

<sup>280</sup>Si bien este organismo concentra gran parte de las acciones en materia de política turística para la Quebrada, el mismo articula su accionar con otras instituciones como la Secretaría de Turismo de la Nación, otras dependencias del gobierno nacional y provincial, el CFI (Consejo Federal de Inversiones), la CAF (Corporación Andina de Fomento), consultoras, entidades financieras, etc.

<sup>281</sup> Aunque no fuera implementado este plan estuvo guiado por los mismos objetivos generales que los planes posteriores. En el texto de la postulación de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad se dice de ese plan: "El objetivo central es: Incrementar el desarrollo turístico de la provincia planteando las políticas y estrategias conducentes a su logro. Dichas estrategias articulan lineamientos políticos, orientaciones, y directrices que permiten consolidar al turismo como un instrumento de desarrollo para la provincia en general y el Sitio en particular, generar escenarios propicios para la revitalización del tejido económico y social, recuperar la potencialidad de la oferta turística de la provincia, generar acciones que favorecen el posicionamiento en determinados segmentos y mercados de referencia" (Gobierno de la provincia de Jujuy, 2002: 246-247).

de la Puna Andina, de los Valles Calchaquíes y de la Quebrada de Humahuaca gracias al desarrollo del turismo y al relanzamiento de las actividades tradicionales). Si bien muchas de las propuestas que realizaron estos documentos no fueron implementadas (en especial aquellas realizadas por el Plan de Desarrollo Turístico para la provincia de 2001 que apuntaba a brindar herramientas para la gestión), varias de las ideas planteadas en los mismos se retomaron en los planes posteriores.

Cuadro 10.1. Planes de desarrollo turístico con alcance en la Quebrada de Humahuaca surgidos durante la década de 2000

<b>Planes de desarrollo turístico</b>	<b>Instituciones/actores involucrados</b>
<b>Planes no implementados</b>	
Plan de Desarrollo Turístico (elaborado en 2001)	Secretaría de Turismo de la provincia de Jujuy- CFI
Algunas propuestas para el desarrollo global de la Puna Andina, de los Valles Calchaquíes y de la Quebrada de Humahuaca gracias al desarrollo del turismo y al relanzamiento de las actividades tradicionales (elaborado en 2002)	Embajada de Francia en la Argentina- Gobiernos de las provincias de Jujuy, Salta, Catamarca y Tucumán
<b>Planes implementados</b>	
PROFODE (Programa de Fortalecimiento y Estimulo de Destinos Turísticos Emergentes) (2004-2006)	Secretaría de Turismo de Nación - Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social - CFI - Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy
Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (iniciado en 2005)	Secretaría de Turismo de la Nación- CFI
Plan de Desarrollo Turístico Sustentable para la provincia de Jujuy (iniciado en 2006)	Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy- Howarth Consulting S.A. – CAF (Corporación Andina de Fomento)
<b>Otros proyectos</b>	
Turismo Rural en Comunidades Indígenas (2003-2004)	Xunta de Galicia - AECI (Agencia Española de Cooperación Internacional)
Proyecto de ecoturismo cultural en Hornaditas (iniciado en 2004)	Comunidad Aborigen de Hornaditas- consultor turístico independiente



### *PROFODE (Programa de Fortalecimiento y Estímulo de Destinos Turísticos Emergentes)*

Como se mencionara en el capítulo anterior el PROFODE, puesto en marcha en 2004, fue diseñado por la Secretaría de Turismo de Nación junto con el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, el CFI y la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy<sup>282</sup>. Estaba destinado a promocionar destinos turísticos que tenían potencialidades para atraer turistas pero que, por diferentes causas, no se habían consolidado como destinos turísticos<sup>283</sup>.

La secretaría nacional utilizó como documento de base el Plan de Desarrollo Turístico elaborado por la provincia y el CFI en el 2001, el trabajo previo de las oficinas técnicas de la secretaria y la información aportada por el Ministerio de Trabajo en cuanto a situación del empleo en la provincia, empleo turístico y competencias laborales. Esto llevó a la elaboración de un prediagnóstico con el cual arribaron a la provincia para la presentación del plan. En este documento se realiza un análisis de situación que incluye una caracterización general de la provincia de Jujuy en sus aspectos socioculturales, medioambientales y económicos y una caracterización de la oferta, demanda e inversiones turísticas (PROFODE, 2004a).

El programa planteaba como resultados esperados:

- Optimizar la autogestión de la competitividad turística en los destinos emergentes.
- Incrementar la capacidad de gestión local en el área de proyectos turísticos en los destinos en los que se aplique el programa.
- Promover la generación de nuevos proyectos en el área de turismo y fortalecer los ya existentes, integrando al PROFODE los proyectos que puedan ser potenciados.
- Aportar al desarrollo socioeconómico de diferentes regiones de nuestro país utilizando al Turismo Responsable como inductor de riqueza y empleo.

Y preveía la realización de acciones de fortalecimiento en relación con tres módulos:

- I. Gestión para la optimización del sistema turístico, cuyo objetivo general es potenciar el desempeño de los actores del sistema e involucrar a las comunidades donde se aplicará el programa.
- II. Proyectos de inversión y empleo, cuyo objetivo general es articular los proyectos seleccionados con los diversos programas y planes nacionales y con las líneas de financiamiento para el sector.
- III. Marketing y promoción de productos, cuyo objetivo general es desarrollar estrategias de competitividad del destino.

---

<sup>282</sup> De los \$457.890 que componían el presupuesto del PROFODE, el 75% lo aportaba la Secretaría de Turismo de la Nación, el 13% Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, el 12% el Consejo Federal de Inversiones (CFI) y la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia se haría cargo del sueldo de la persona del programa que trabajó en Jujuy y de facilitar la movilidad a distintas localidades de la provincia.

<sup>283</sup> En la provincia de Jujuy este programa se planteó primero como un trabajo focalizado en la Quebrada de Humahuaca, pero también incluyó (en un trabajo de menor envergadura) los circuitos turísticos provinciales de las yungas y los valles.

Con anterioridad al trabajo de campo, la secretaría nacional también aplicó un análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) a la provincia. A partir del mismo identificó como fortalezas: la “variedad de recursos turísticos que se caracterizan por grandes contrastes paisajísticos. La reciente declaración de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad le otorga un valor agregado muy importante y de reconocimiento en el mercado internacional. La arraigada identidad cultural se constituye en uno de sus principales atractores aunque se percibe un inadecuado aprovechamiento de dichas fortalezas” (PROFODE, 2004a: 7-8); como debilidades: la falta de hotelería con plazas necesarias para la operación de circuitos por parte de tour operadores, la escasa conectividad aérea, la falta de infraestructura básica, el bajo nivel de profesionalización y la falta de una política de promoción y comercial; como amenazas: la organización de la oferta de servicios desde la ciudad de Salta y la pérdida de identidad cultural; y como oportunidad el creciente interés de extranjeros en realizar inversiones en el rubro turístico.

El programa fue presentado en la provincia a partir de reuniones realizadas en la Quebrada con los sectores involucrados en el turismo (municipalidades, prestadores de servicios y la comunidad en general) durante la segunda semana de marzo de 2004. También se realizaron en San Salvador de Jujuy entrevistas personales con personal del sector (cámaras de turismo, agencias de turismo receptivo, hoteles, ONGs vinculadas con la actividad) y con el personal técnico de la Secretaría de turismo provincial<sup>284</sup>. En estas reuniones se recogieron algunas de las demandas que plantearon los asistentes. Éstas remitían a la preservación de sitios arqueológicos y a los rasgos de la arquitectura local, el acceso a formas de crédito especiales que contemplen la situación de la población local (dificultad para competir con inversores de fuera) y la implementación de capacitación para las personas involucradas con la prestación de servicios turísticos.

Luego de las entrevistas mantenidas en la provincia se elaboró un diagnóstico (PROFODE, 2004b) en el que se identificaron las líneas de acción. Ellas se organizaron en cuatro ejes: 1. Capacitación y Asesoramiento Técnico<sup>285</sup>; 2. Obras; 3. Materiales y Equipamiento y 4. Material Institucional de Promoción (ver cuadro 10.2 en el anexo 1 con el detalle de las líneas de acción para cada eje). Entre las acciones llevadas adelante, la puesta en funcionamiento del Centro de Visitantes de Volcán se realizó entre la Unidad de Gestión de la Quebrada de Humahuaca y el PROFODE (que financió el proyecto). Éste era preexistente a la implementación del programa. Durante la ejecución del PROFODE no se presentaron otros proyectos que podrían haber contado con financiamiento. Según la información aportada en las entrevistas mantenidas con el personal que trabajó en el PROFODE la falta de proyectos en la Quebrada se explica porque no existe una capacitación y práctica sobre cómo elaborar

---

<sup>284</sup>En Tilcara, por ejemplo, participaron de esta reunión representantes de la Secretaría de Turismo de la Nación y de la provincia, el director de turismo de la municipalidad, prestadores de servicios de la localidad y representantes de la Comisión de Sitio de Tilcara (conformada a partir de la declaración de Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO).

<sup>285</sup> Para la capacitación y asesoramiento técnico se destinó el 34% del presupuesto; para obras el 43%; para materiales y equipamiento el 10% y para material institucional de promoción el 13%.

y presentar este tipo de documentos. En este sentido, se reconoce que se desaprovecharon recursos económicos con los que contaba el programa.

Otras observaciones realizadas por el personal del PROFODE señalan que no existe una planificación turística en los municipios de la Quebrada, motivo por el cual se implementaron los cursos sobre gestión turística municipal, con el objetivo de brindarles herramientas para el trabajo en planificación (estos cursos se daban a los responsables y al personal de las reparticiones encargadas del turismo y también participaron las áreas de obras públicas y desarrollo social). En relación con lo anterior, se señaló que las municipalidades no tienen equipos técnicos formados en turismo (sólo el director de turismo de Tilcara tiene formación en el área). Por otro lado, en algunas localidades como Huacalera, aunque hay un vocal de la Comisión Municipal encargado de los temas de turismo, éste no participó de los cursos; y en Maimará, el turismo no logra continuidad como área dentro de la estructura municipal.

La evaluación que se realiza del PROFODE en la Secretaría de Turismo de la Nación y la Secretaría de Turismo y Cultura provincial es positiva. Sin embargo, se reconoce que algunos aspectos no fueron resueltos en el marco de programa. Entre ellos los vinculados con el empleo: se preveía la creación de Oficinas de Empleo Municipal incluyendo la confección de 400 historias laborales, diseño de 50 proyectos ocupacionales, elaboración de un registro de empleadores y realización de acciones para la inserción de desocupados en el sector turismo, que no se llevaron adelante. Tampoco se pudo llevar adelante el asesoramiento sobre cómo elaborar proyectos y cómo acceder a microcréditos ni se concretó la creación de una red de alojamientos rurales ni la provisión de equipamientos (conexión a Internet en las municipalidades de la Quebrada). La propuesta que se realizó sobre estos aspectos pendientes fue dejarla a cargo de la secretaría provincial para trabajarla en una instancia posterior a la conclusión del PROFODE.

### **Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable**

En paralelo con la implementación del PROFODE, la Secretaría de Turismo de la Nación lanzaba su Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, el cual definía cuatro campos de actuación en las seis regiones en las que dividió el país<sup>286</sup>: Gestión de la Calidad, Desarrollo de la Oferta, Promoción y Marketing y Inversiones y Formas de Financiamiento Público-Privadas. En el documento de este plan (Secretaría de Turismo- CFI, 2005) la Quebrada de Humahuaca aparece señalada como un área con vocación turística, o sea, como “porción territorial con concentración de recursos turísticos de jerarquía como para atraer una demanda turística significativa pero que presenta problemas de accesibilidad, conectividad y servicios mínimos, como así también de gestión en la planificación de productos/destinos, marketing y promoción.

---

<sup>286</sup> Las regiones son: norte (Jujuy, Salta Tucumán, Santiago del Estero y Catamarca), cuyo (La Rioja, san Juan, San Luis y Mendoza), litoral (Formosa, Chaco, Santa fe, Misiones, Corrientes y Entre Ríos) centro (Córdoba) Buenos Aires (ciudad de Buenos Aires y provincia de Buenos Aires) y Patagonia (La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego).

El Turismo como actividad económica no ha cobrado aún suficiente entidad” (Secretaría de Turismo- CFI, 2005:40). La Quebrada se encuentra contenida dentro de la región norte, en lo que se definió como el corredor central norte, el cual une San Miguel de Tucumán con La Quiaca al cual la Quebrada le otorga jerarquía<sup>287</sup>.

El plan planteó una modalidad participativa que dio lugar a la organización de talleres en cada una de las regiones. El taller de la región norte tuvo lugar en Rosario de la Frontera entre el 9 y 11 de setiembre de 2004. Esta reunión convocó a representantes del sector privado, del sector público y de la universidad para discutir sobre los cuatro campos de actuación, identificando conflictos y potencialidades para cada uno de ellos. Como consecuencia de lo discutido en el taller se elaboró un mapa de oportunidades que definió las áreas con prioridades para la inversión pública y privada; en esta instancia se decide que la Quebrada de Humahuaca sea un área prioritaria<sup>288</sup>.

### **Plan de Desarrollo Turístico Sustentable para la provincia de Jujuy**

En el marco del plan nacional antes mencionado se formula el Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la provincia de Jujuy. Con anterioridad al diseño del mismo, y según lo expresado en entrevistas mantenidas con el personal de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia, el accionar de este organismo no se regía por ninguna planificación turística y las decisiones sobre distintas cuestiones que involucran al turismo estaban marcadas por la resolución puntual de asuntos que iban surgiendo en el sector.

---

<sup>287</sup> “La Región Norte se caracteriza por la presencia de un eje de encadenamiento de atractores de alto valor patrimonial actual, denominado Corredor Central del Norte que se desarrolla, desde La Quiaca hasta San Miguel de Tucumán. Este sistema se ve jerarquizado con la Quebrada de Humahuaca (*Declarada Paisaje Cultural Mundial por la UNESCO*), los Valles Calchaquíes, los alrededores de los centros urbanos como Jujuy, Salta y San Miguel de Tucumán, dentro de este corredor” (Secretaría de Turismo- CFI, 2005, Anexo I: 35).

<sup>288</sup> En estos talleres se planean como estrategias a desarrollar: crear un Ente regional de Planificación turística sustentable (mixto público-privado); promover el fortalecimiento del patrimonio cultural como producto dinamizador del turismo en la región, promover el fortalecimiento del patrimonio natural como producto dinamizador del turismo en la región; estimular el desarrollo de circuitos integrados y la definición de productos; crear un ámbito de capacitación turística continua; promover la concientización turística; estimular el fortalecimiento del desarrollo profesional del sector; desarrollar un Plan de promoción y marketing regional integrado; desarrollar estrategias de fortalecimiento técnico y promoción a proyectos sustentables.

En 2005 el gobierno de la provincia de Jujuy firma un convenio para la implementación de un Plan de Desarrollo Turístico Sustentable para la provincia de Jujuy con la consultora Howarth Consulting S.A. quien tuvo a cargo la elaboración del plan presentado ante la Secretaría de Turismo y Cultural provincial el 11 de mayo de 2006. El trabajo fue financiado Corporación Andina de Fomento (CAF) mediante un subsidio no reintegrable<sup>289</sup>.

Este plan también fue diseñado a partir de un modelo de gestión participativa y como argumentación para la creación de este tipo de política se apeló a una supuesta tradición de modalidades organizativas consultivas arraigadas en las comunidades de la provincia, que remite a la visión de sociedad homogénea y armónica de las propuestas de desarrollo local:

“...la implementación de procesos de participación social incorporados a estrategias de desarrollo sustentable del turismo, resulta una condición imprescindible en la Provincia de Jujuy, teniendo en cuenta que existe una tradición cultural profundamente arraigada de modalidades organizativas consultivas en sus comunidades” (Vía y Barilá, 2005: 4)

La ejecución del mismo quedó en manos de la provincia de Jujuy, con un apoyo de la consultora durante los tres primeros meses de implementación. Al enmarcarse dentro del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, comparte con este los principales ejes: calidad, infraestructura, inversiones y promoción y marketing<sup>290</sup>.

A partir del diagnóstico que realizara la consultora se destacan como principales aspectos del turismo provincial los siguientes puntos:

- Escasas actividades generadoras de riqueza
- El Estado es el principal impulsor de la actividad económica
- Necesidad de mayor inversión pública y privada
- Multipolaridad de códigos sociales que necesitan ser ordenados y de alguna manera integrados
- Deficitaria infraestructura de base que limita las posibilidades del crecimiento y desarrollo turístico

---

<sup>289</sup> Este subsidio fue aprobado por Resolución de la Presidencia Ejecutiva N° 4648/04, de fecha 29 de octubre de 2004. El convenio incluye otro convenio firmado con la Fundación Pro Yungas. Éste se orienta a desarrollar un proyecto de desarrollo sustentable en Los Andes, que abarca áreas de Bolivia, Salta y Jujuy. También incluye la realización de otros proyectos turísticos en la provincia de Jujuy: Corredor Ferroviario, Reordenamiento Territorial y Corredores Viales.

<sup>290</sup> Al respecto de la implementación del plan en un parte de prensa del gobierno provincial se expresa lo siguiente: “el Secretario [de Turismo y Cultura de la provincia] Jorge Noceti, indicó que se espera que a partir de este Plan acordado, se comiencen a diseñar estrategias consensuadas, para poder aplicar las políticas del Estado con una línea y metodología de trabajo definida, evitando trabajar a ciegas o por intuición y darle una orientación definida a la gestión de Gobierno”. Asimismo, se consigna que el secretario sostuvo que “la idea del Gobierno es la de construir una Provincia turística, es decir, pasar de ser una Provincia ‘con turistas’, a ser una Provincia ‘como destino turístico’” (Parte de prensa N° 77).

- Destacados y diversos atractivos naturales y culturales con importantes riesgos en su preservación
- Necesidad de una importante mejora en los caminos provinciales
- Oportunidad latente para Jujuy de convertirse en parte y nodo de un importante cruce de caminos proyectados Norte-Sur y Este-Oeste en el corazón del Cono Sur del continente sudamericano
- Oportunidad latente de convertir a Jujuy en el referente turístico y cultural del norte argentino

En este diagnóstico, con respecto a la Quebrada se destaca la poca importancia otorgada a aspectos como la organización, preservación, protección y sustentabilidad por actores públicos y privados, en especial después de su designación como Patrimonio Mundial. Puntualmente se afirma que “la Quebrada de Humahuaca se ha visto en un proceso de puesta en mercado, previo al necesario proceso de puesta en valor. Dicha puesta en mercado, sin considerar su capacidad autóctona de organización y sin prever los recursos financieros necesarios para establecer parámetros de desarrollo homogéneos para la puesta en valor, ha generado un desequilibrio entre los intereses de los diversos sectores públicos, privados e intermedios” (Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy-CAF- Howarth Consulting, 2006: 31)<sup>291</sup>.

Según lo expresado por el Director de Turismo de la provincia, este plan tuvo como estrategia fundamental trabajar a partir de la participación de los actores involucrados en el sector turístico. Así, en el marco del plan se realizaron talleres durante 2005 en distintas áreas de la provincia y con diferentes actores vinculados al turismo que apuntaron a recoger las demandas de los distintos sectores (sector público provincial y municipal, sector privado, sector académico, otras instituciones relacionadas con la actividad turística, ONGs, miembros de comunidades originarias). Las tareas se formularon dentro de un Plan de Trabajo para la Formulación Participativa que incluyó una fase preparatoria, la conformación del equipo y la realización de rondas de trabajo en campo realizadas entre mayo y junio de 2005; una fase de organización, diseño metodológico y convocatoria, realizadas entre julio y agosto de 2005 y la realización de las Jornadas de Formulación Participativa regionales, sectoriales y generales entre agosto y octubre de 2005.

En el plan se expresa como visión surgida de los talleres: “Hacer de Jujuy un *referente turístico* de la Región Norte Argentino, con una oferta turística de *excelencia* bajo un *marco regulatorio adecuado*, con una decidida *participación* de la comunidad y de los actores involucrados, fortaleciendo la *identidad cultural jujeña* como su principal recurso, que atraiga a los turistas del mercado regional, nacional e internacional, haciéndoles *vivir una experiencia única*” (Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy-CAF- Howarth Consulting, 2006: 17).

---

<sup>291</sup> Concluye que “más allá de los esfuerzos y recursos que la Provincia ya ha destinado a la zona y que son proporcionales a su responsabilidad con respecto a la calificación como Patrimonio de la Humanidad, la realidad indica que para que la Quebrada de Humahuaca continúe siendo un atractivo turístico en el corto, mediano y largo plazo, tal y como existe en la actualidad, deberán tomarse importantes y urgentes medidas de organización e inversión, así como de protección y preservación, señalados por la UNESCO y por muchos otros observadores” (Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy-CAF- Howarth Consulting, 2006: 31).

A partir de esta visión, el plan se diseñó con un esquema que contemplaba ciertas líneas estratégicas: Preservación y Monitoreo de los Recursos; Creación del Observatorio Turístico; Calidad; Oferta y Puesta en Valor; Plan de Marketing; Gestión; Proyectos Motores. Estas líneas estratégicas se consideran la “solución para la problemática turística de Jujuy” y la forma de lograr el objetivo central, acordado por los participantes en los talleres, actores y autores del plan: “minimizar el impacto negativo del turismo y universalizar sus efectos positivos, medidos en términos de generación de fuentes de trabajo, ingreso y de oportunidades para un estrato de población lo más amplio posible” (Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy-CAF- Howarth Consulting, 2006: 48).

Con respecto a la Quebrada se señalan acciones a llevar adelante orientadas a una reorganización del destino, la cual tiene como propuesta central la reconfiguración de la oferta turística y la creación de cuatro portales de la Quebrada. Estos últimos tendrían la función de brindar información y material de concientización a los visitantes; medir el flujo de acceso a la Quebrada; identificar el perfil y hábitos del visitante; transmitir costumbres y cultura a través de la venta de artesanías, gastronomía típica de la Quebrada, centros de interpretación, etc. Pero la función más destacada reservada a estos portales es el cobro de un canon<sup>292</sup> por el acceso al área patrimonial<sup>293</sup>. Este proyecto implicará la creación de un ente regional supramunicipal encargado de la organización y regulación de la Quebrada, la Unidad de Gestión, dependiente de la Secretaría de Turismo y Cultura y creada para la gestión del área declarada Patrimonio Mundial.

#### *Otras acciones orientadas al desarrollo del turismo en la Quebrada*

Otras instituciones no estatales también intentaron instalar el turismo en la Quebrada de Humahuaca. Uno de los proyectos hincados por estas instituciones es el ya mencionado para el caso de Hornaditas, luego retomado dentro de la política turística provincial. Otro de estos proyectos es el financiado por la AECI que desarrolló la instalación de una posada turística en Tumbaya Grande. Este proyecto se denominó *Turismo Rural en Comunidades Indígenas* y dejó como resultado la posada administrada de manera colectiva que si bien funcionó durante un tiempo.

La Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia ha lanzado en noviembre de 2006 el Programa de Turismo Rural de Base Comunitaria que intenta dar continuidad a algunos de los proyectos de desarrollo del turismo comunitario que se habían iniciado con anterioridad en la provincia. Uno de ellos, radicado en la Quebrada es el que se

---

<sup>292</sup> En el plan esto no se expresa como algo a ser implementado, sino que se propone analizar su factibilidad.

<sup>293</sup> Recientemente se ha anunciado la creación de centros de acceso a la Quebrada de Humahuaca como espacios que concentrarían funciones múltiples (centros de interpretación turística, paradores de gastronomía y artesanías locales). Se prevé que los mismos estén ubicados en Volcán, Tres Cruces, Purmamarca e Iruya (“Crearán Portales Turísticos en la Quebrada de Humahuaca”, [www.hostnews.com.ar](http://www.hostnews.com.ar), 27/06/2007).

lleva adelante en Hornaditas en el departamento de Humahuaca. El desarrollo del turismo en este paraje surgió como el *Proyecto de ecoturismo cultural en Hornaditas*, producto de una iniciativa de una de las familias del lugar y un consultor independiente. Allí las familias brindan servicios turísticos alternándose para recibir a los turistas en sus casas. Uno de los productos que se asoció a los servicios brindados en la localidad son las caravanas hacia Salinas Grandes que realizan la Ruta de la Sal una vez por año en el mes de abril, como un intento de reactivar antiguas formas de transporte y comercialización de productos entre Quebrada y Puna, al cual podían sumarse los turistas<sup>294</sup>. También es esta comunidad la que ha participado activamente en las obras de cercado del área del yacimiento arqueológico de Sapagua, tiene funciones de custodia del lugar y cobra una entrada a los visitantes.

Este programa se articula con el proyecto de Turismo Comunitario lanzado en 2006 desde la Secretaría de Turismo de la Nación, el cual también surge como una forma de inclusión de la población, ya que menciona como objetivo promover el aumento de la capacidad de autogestión de las comunidades anfitrionas induciendo al arraigo, la interrelación entre familias y a la reafirmación de valores. Busca, entre otras cosas, favorecer el fortalecimiento de las poblaciones locales y su inclusión local<sup>295</sup>.

El caso del desarrollo del turismo en Hornaditas es interesante por varios motivos; por un lado, se constituye en un intento deliberado por atraer turistas a una localidad que se encuentra en el tramo menos transitado de la ruta nacional N°9, el que cubre el trayecto de Humahuaca hasta La Quiaca. El proyecto surge de la mano de un productor originario de la localidad (con aspiraciones a participar en la política provincial y residente en San Salvador de Jujuy) que se contacta con un profesional que asesoraba un proyecto de desarrollo de ecoturismo en comunidades de Salta. Ellos comienzan a organizar excursiones con grupos reducidos de turistas hacia la localidad de Hornaditas desde San Salvador de Jujuy y Tilcara para pasar el día, dormir y compartir algunas comidas en las casas de familia. La idea original era que las familias se turnaran para atender a los turistas que llegaran y que cada una de ellas se especializara en la realización de alguna tarea que pudiera enseñarse a los turistas: tejidos, artesanías, elaboración de comidas.

Una vez que este proyecto estuvo en marcha, la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia intervino para articularlo con el PROFODE de crear una red de turismo rural para insertar en el turismo a los residentes de ámbitos rurales. En la actualidad el turismo en Hornaditas como una forma de turismo rural en comunidades aborígenes de la Quebrada de Humahuaca es ampliamente promocionado en las secciones

---

<sup>294</sup> El proyecto de volver a transitar la ruta de la sal fue modificado respecto de las intenciones originales, porque luego de algunas experiencias se percataron de las dificultades de los turistas que no resistían la realización de la travesía. En la actualidad se cubre sólo la mitad del trayecto.

<sup>295</sup> Haciendo referencia a este proyecto, el Secretario de Turismo de la Nación mencionó que “El turismo comunitario contribuye a generar modelos de desarrollo turístico equitativos, que permitan el alivio a la pobreza” (Secretaría de Turismo de la Nación, Gacetilla, 27 de noviembre de 2006).



dedicadas al turismo de periódicos<sup>296</sup> y por la gestión turística tanto provincial como nacional. En efecto, el caso de Hornaditas sirvió para presentar el Programa de Turismo Rural Comunitario de la provincia de Jujuy y el programa de Turismo Comunitario de la Secretaría de Turismo de la Nación. Sin embargo, la presencia del turismo creó algunos conflictos. Por un lado, la oferta turística está concentrada en una sola familia (que es la que aparece como referente en todas las promociones del destino que se realizan), lo que provocó conflictos con el resto de las familias, (en tanto el proyecto inicial implicaba un reparto equitativo de ingresos). Consultado el jefe de la comunidad actual sobre el tema, manifestó que todas las familias están alojando turistas (información que coincide con la brindada desde la coordinación del proyecto de Turismo Comunitario de la Secretaría de Turismo y Cultura provincial); sin embargo, tanto el asesor que impulsó el desarrollo del turismo en este lugar como personal de la Unidad de Gestión reconocen que este proyecto está en manos de una sola familia.

Por otro lado, un guía de turismo y empresario hotelero de la zona de la Quebrada mencionó que se trató de un proyecto pensado para turistas europeos (que de hecho fueron traídos por el asesor que contactaran en Hornaditas) pero que se trata de una oferta turística para un público muy específico: "...se basa en un turismo que hacen los europeos, que duermen o comparten experiencias con los nativos, aborígenes, pero eso no existe acá. [...] Para el turismo que hay acá... ellos no quieren dormir en un catre, no tener agua caliente ni baño"<sup>297</sup>. Explayándose sobre la experiencia de Hornaditas, señaló que quienes están visitando la localidad son turistas mochileros<sup>298</sup> que en lugar de adaptarse a los ritmos de la población de ese paraje (tal cual se había propuesto en un comienzo) los modifican.

A nivel municipal la Municipalidad de Humahuaca ha lanzado en 2005 su plan de turismo sustentable junto con un programa de ordenamiento territorial que apuntan a organizar la disposición de residuos sólidos y verificar el estado de tenencia y ocupación de las tierras en la zona. Por otra parte, en Tilcara la Municipalidad brinda cursos de capacitación, especialmente para los guías que trabajan en la zona. Pero la política turística de este municipio se caracteriza especialmente por la reducción selectiva en los montos correspondientes a las habilitaciones mensuales que se cobran en la localidad a los emprendimientos turísticos (como ya se mencionara en el capítulo 7). Esta medida provocó la reacción de los empresarios turísticos instalados recientemente en la localidad, quienes adujeron ser víctimas de un tratamiento discriminatorio por parte de las autoridades locales. En la localidad de Purmamarca, por otro lado, se instrumentaron ciertas medidas en el mismo sentido, aquí en relación con la oferta de servicios turísticos vinculados a las excursiones a Salinas Grandes. Luego de la inauguración de la ruta nacional N°52, pavimentada las Salinas se

---

<sup>296</sup> Algunos de los artículos periodísticos en los que se menciona Hornaditas como destino de turismo rural, aborígen o comunitario son: "Coplas a la Pachamama", *Página 12*, 27/06/2004; "Jujuy: la ruta de la sal", *La Capital*, 15/02/2004; "Vida de kollas", *Página 12*, 16/09/2007; "Como un lugareño más, entre cabras, maíz y telares", *La Nación*, 27/05/2007.

<sup>297</sup> Entrevista a Gerardo, empresario turístico y guía de turismo de Tilcara, 21/01/2007.

<sup>298</sup> Véase el capítulo 12 donde se realiza un tratamiento más detallado sobre las formas de considerar a los turistas mochileros en la zona.

hicieron más accesibles desde Purmamarca y esto, sumado a la creciente presencia de turistas, dio como resultado un crecimiento de la oferta de excursiones para realizar ese trayecto. Desde la Comisión Municipal de Purmamarca se decidió que esos servicios serían brindados exclusivamente por quebradeños residentes, para asegurar la apropiación de ingresos para personas de la localidad.

#### **10.4. La participación como propuesta de inclusión**

Tal como se señalara más arriba, las propuestas de desarrollo siempre estuvieron presentadas como proyectos orientados a la población local. Así, la referencia a ésta como beneficiaria de la política era ineludible en las declaraciones de funcionarios y en los documentos. El secretario de Turismo y Cultura de la provincia, José Noceti al referirse al plan de Turismo Rural de Base Comunitaria afirmó que "...se realizaron varios talleres destinados a fortalecer el crecimiento de la actividad turística a nivel comunitario [...] con la intención de lograr que ésta se constituya en una oportunidad destinada a mejorar la calidad de vida y el desarrollo económico de los pobladores" (Secretaría de Turismo y Cultura, Semanario de turismo, 2/06/2006). En el mismo sentido se expresaba el gobernador de la provincia inmediatamente después que la Quebrada fue declarada patrimonio: "El gran desafío es generar, de manera inmediata, acciones que vayan en beneficio de la gente. Si esto significa un diploma de la UNESCO, nada más, no sirve para nada. Tiene que ser una herramienta para mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Antes de fin de año terminaremos el plan de gestión turística, que estará basado en el turismo solidario. Esto significa buscar mecanismos y programas para que la misma gente del lugar sea prestadora de servicios turísticos" ("Entrevista exclusiva a Eduardo Fellner en París", *Jujuy al día*, 6/07/2003). Todos los planes implementados desde el gobierno provincial y nacional (así como uno de los antecedentes más directos, el Plan de Desarrollo Turístico de 2001) contaban con instancias de inclusión de la población de la Quebrada en las discusiones y decisiones que se llevaban adelante. También en el resumen del texto de la postulación ante la UNESCO se afirma que:

"Con el convencimiento que el objetivo sólo podía alcanzarse con la participación de todos y cada uno de los actores involucrados en la conservación del sitio, el Gobernador de la Provincia propone un nuevo plan de gestión que será puesto en plena marcha en el transcurso del año 2002, para la defensa, conservación, cuidado y uso del bien a proteger, *consensuando las medidas, planes y proyectos* que deben llevarse a cabo en cada lugar de acuerdo a las características propias sin perder de vista *un proyecto integral y armonioso y en total acuerdo con el artículo 169 de la Organización Internacional del Trabajo*" (Gobierno de Jujuy, 2002; el destacado es mío).

El consenso al que se alude es el que pueda ser acordado fundamentalmente con las comunidades aborígenes. Esto es evidente por la mención al convenio 169, el cual había sido ratificado dos años antes de la elaboración del texto.

Para el Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la provincia la participación forma parte de una estrategia metodológica, según se afirma en el texto de presentación del plan<sup>299</sup>. En él la certificación de la participación de la población local queda expresada en forma de listado de actores por regiones, en los cuales figuran nombre y apellido de los asistentes a los talleres así como el nombre de la localidad a la que pertenecen y filiación institucional en el caso de los participantes de comunidades aborígenes. A nivel nacional también se ha buscado una metodología participativa a la hora de diseñar la política turística nacional. El PROFODE, por un lado, realizó talleres con anterioridad a la elaboración de un diagnóstico sobre el turismo en el área durante los cuales se recogieron las demandas de los asistentes a estos talleres de las distintas localidades (PROFODE, 2004). El Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, por otro, plantea también la participación como elemento clave para la planificación turística:

“El Plan [Federal Estratégico de Turismo Sustentable] ha buscado ir construyendo estas convicciones<sup>300</sup> de un modo participativo, desde abajo hacia arriba, con casi 600 actores protagónicos del turismo actual en el país, con la consigna de superar la condición de actores para transformarse en co-autores de los planteamientos aquí contenidos. El proceso transitado, conduce a todos los participantes a transformarse en custodios de la aplicación del Plan y sus sistemáticas actualizaciones” (Secretaría de Turismo de la Nación- CFI, 2005: 16).

En los puntos siguientes interesa indagar acerca de las formas que adquirió la participación en el marco de la política turística. Para ello se aborda la forma en que se planteó la participación en la gestión del turismo (ampliamente promocionada en los proyectos), y las formas en que la política trabajó para asegurar la participación de la población quebradeña en los beneficios económicos que generaría el turismo a través de la inserción al mercado laboral y el acceso al crédito (menos desarrollada, aunque presentada como uno de los objetivos de esta política).

---

<sup>299</sup> “La metodología aplicada para la realización del trabajo estuvo basada en técnicas que favorecieron una amplia participación de todos los miembros de la comunidad que voluntariamente así lo decidieron. En el importante nivel de participación que se verificó quedaron representados, a nuestro entender, los principales actores turísticos de la Provincia de Jujuy, a saber: 1. Sector público provincial y municipal; 2. Sector privado; 3. Sector académico; 4. Otras Instituciones relacionadas con la actividad turística; 5. ONGs; 6. Miembros de Comunidades Originarias. [...] Dos marcos conceptuales, complementarios entre sí, subyacen en la formulación participativa que se utilizó:

-La formulación participativa del Plan concebida como un *proceso de cambio planificado*, que considera como condición inicial la construcción del vínculo de trabajo de todos los actores institucionales convocados y la necesaria construcción de consensos para realizar la tarea.

-La perspectiva de la investigación participativa, que orienta la recolección de información, discusión, sistematización y devolución de aquella en forma coordinada con todos los involucrados en el proceso de formulación participativa del Plan Estratégico” (Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy-CAF- Howarth Consulting, 2006: 11).

<sup>300</sup> El texto hace referencia al manejo descentralizado y la concertación federal.

#### 10.4.1. La participación en la gestión del turismo

Tanto en el marco del PROFODE como en el del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable, se realizaron talleres participativos orientados a recoger las demandas, sugerencias, propuestas de los actores involucrados con el turismo, así como de la población en general de la Quebrada. En ambos casos estos talleres se realizaron en etapas iniciales de implementación de los programas. Esto diferencia estas formas de participación con aquellas implementadas en el marco de la gestión patrimonial de la Quebrada, las que tuvieron cierta continuidad en el tiempo.

En el caso del PROFODE las reuniones se llevaron adelante durante el 2004 por localidades y sectores (con agencias de viaje, organismos públicos, ONGs). A partir de los registros que el PROFODE tiene de las reuniones realizadas en estas instancias participativas, es posible conocer la diversidad de demandas de los asistentes a dichos talleres. Si bien no todas las demandas fueron atendidas en el marco del PROFODE o de la política turística en general, las instancias participativas constituyeron eventos en los cuales se pusieron de manifiesto algunas de las problemáticas vinculadas al turismo que visualizaban al menos algunos de los actores con injerencia o intereses a nivel local.

Las demandas<sup>301</sup> planteadas en los talleres del PROFODE comprendían cuestiones tan diversas como las vinculadas a la infraestructura (mejoramiento de caminos, nuevo trazado para la ruta nacional N°52, obras hídricas para mitigar el efecto de las inundaciones, instalación de cableado subterráneo), tratamiento de residuos sólidos, mejoramiento del sistema de servicio domiciliario de agua potable, alternativas para el tratamiento de aguas servidas, señalización y promoción del turismo, equipamiento para las oficinas de turismo, capacitación para el personal en las oficinas de turismo y para los prestadores de servicios, tareas de protección de edificaciones, definición de un perfil de turista para la Quebrada, recuperación, certificación y comercialización de artesanías locales, creación de oficinas de informes, regularización de la tenencia de la tierra, acceso al financiamiento para emprendimientos, preservación del patrimonio arqueológico, descentralización del flujo turístico y asesoramiento para iniciar un emprendimiento turístico.

El trabajo que desde el PROFODE se realizó en el tiempo de su implementación recogió algunas de estas demandas y definió ciertas líneas de acción. Teniendo en cuenta el tiempo disponible se definen como problemas prioritarios sobre los cuales actuar los siguientes:

- 1- Falta gestión de producto turístico
- 2- Insuficiente implementación de controles y escaso hábito de cumplimiento de normas.
- 3- Crecimiento espontáneo de la oferta turística
4. Información de la demanda turística no esta sistematizada

---

<sup>301</sup> Las demandas que surgían de los talleres realizados dentro de este programa se encuentran sistematizadas en el Informe final elaborado por el programa (PROFODE, 2004b).

## 5- Comunicación turística insuficiente en imagen y calidad

Estos problemas agrupaban una selección de necesidades registradas en las reuniones realizadas al tiempo que otras demandas registradas no fueron seleccionadas para ser trabajadas. Algunas de estas últimas explícitamente se plantearon para ser resueltas en instancias posteriores al PROFODE como, por ejemplo, el accionar referido al acceso al crédito para la población quebradeña y al trabajo con las comunidades rurales aborígenes.

En el caso del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable, los talleres se realizaron durante el año 2005 en las distintas localidades de la provincia con distintos actores interesados en el turismo. La organización de estos talleres fue regional, dividiendo a la provincia en áreas (puna –norte y sur-, quebrada –norte y sur-, valles, yungas) y también sectoriales, convocando a tres actores particulares de la provincia, con fuerte presencia en la Quebrada (Asociación de Turismo de Quebrada y Puna, Comunidades Indígenas, Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia).

Los talleres dieron lugar a la presentación de ciertas demandas<sup>302</sup> de los participantes que en gran medida, coinciden con las planteadas en los talleres realizados por el PROFODE. Entre estas demandas pueden mencionarse: el desarrollo de infraestructura y servicios (presentada en los talleres de Quebrada sur, Quebrada-puna norte y comunidades indígenas), apoyo a la autogestión (en los talleres de Quebrada sur), el hacer del turismo un generador de fuentes de trabajo y de diversificación de recursos y de desarrollo de políticas ambientales, el acceso a créditos para comunidades -marcado como componente crítico-, la reactivación del ferrocarril (Quebrada-puna norte), regularización de los territorios de las comunidades (Quebrada- puna norte y comunidades indígenas -marcados como urgente-), el apoyo financiero y la posibilidad de realizar emprendimientos turísticos manejados por la comunidad (demandado en los talleres con las comunidades aborígenes) y la consideración del turismo como política de estado (en las reuniones mantenidas con la Asociación de Turismo de Quebrada y Puna).

Las líneas estratégicas definidas por el plan (preservación y monitoreo de los recursos; creación del observatorio turístico; calidad; oferta y puesta en valor; plan de marketing; gestión; proyectos motores) quedaban moldeadas por diferentes objetivos (ver cuadro 10.3 del anexo 1) que comprenden el accionar sobre varias cuestiones planteadas como demandas en los talleres. Sin embargo, como en el caso del PROFODE, otras demandas señaladas en la documentación como cuestiones urgentes no quedan incluidas en los objetivos planteados dentro de las líneas estratégicas definidas. Entre ellas están las propuestas para que los emprendimientos turísticos sean manejados por la comunidad (como se había solicitado en los talleres con las comunidades indígenas) y la regularización de los territorios de las comunidades (planteada en las reuniones mantenidas con los grupos de Quebrada y puna norte, y los de las

---

<sup>302</sup> Las demandas manifestadas en el marco del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable se encuentran plasmadas en planillas y cuadros preliminares que luego fueron sistematizados en el informe final (Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy-CAF- Howarth Consulting, 2006).

comunidades indígenas y marcados en los informes que se elaboraron dentro del plan como “componentes críticos”).

Las demandas acerca del apoyo a la autogestión (Quebrada sur), el desarrollar al turismo generador de fuentes de trabajo (Quebrada puna norte) y como diversificación de recursos (Quebrada puna norte), el acceso a créditos para comunidades -también señalado como un componente crítico- (quebrada puna norte), y el apoyo financiero (comunidades indígenas), parecerían estar contenidas en el último punto de la línea estratégica del modelo de gestión en el objetivo “desarrollar una herramienta que facilite la generación de micro emprendimientos turísticos”.

Las demandas que se vertían en estas instancias de participación varían de acuerdo a las localidades y también a distintos actores. Las localidades que reciben más turistas planteaban demandas relacionadas con la presencia de visitantes, mientras que en las localidades menos frecuentadas las demandas se vinculaban a intentar conocer las formas de sumarse a la actividad o se planteaban demandas vinculadas con otro tipo de actividades. Por ejemplo, en Maimará, localidad que no recibe un número importante de turistas, por un lado, demandaban información sobre la posibilidad de acceder a un crédito al tiempo que planteaban cierto temor por los efectos negativos del turismo. Por otro lado, en los talleres organizados por el PROFODE en la localidad de Tumbaya se demandó la clasificación del ganado para obtener un sello bromatológico y acciones para mejorar la producción de productos orgánicos; en Huacalera se planteó la necesidad de financiamiento para comprar materiales para biblioteca y en Tres Cruces demandaron maquinaria agrícola<sup>303</sup>.

Lo planteado en los talleres también varía de acuerdo a los actores que participaron. Esto es relevante porque, más allá de los mecanismos que se implementaron desde el poder político para crear instancias participativas, las distintas demandas permiten conocer las ideas que manejan los distintos actores sobre el accionar de la política sectorial. Los empresarios turísticos ya instalados demandan que el turismo sea una política de estado, que se resuelva la disposición final de residuos, que se actúe en relación con el estilo arquitectónico, que se creen caminos de acceso para algún establecimiento en particular; aquellos que quieren sumarse al turismo consultan sobre las posibilidades de acceso al crédito, sobre los trámites que hay que realizar, reclaman la gestión comunitaria de emprendimientos turísticos como formas

---

<sup>303</sup> Una de las personas que trabaja en la Unidad de Gestión se explayaba acerca de las demandas que surgen en las distintas localidades en las instancias de participación, señalando que el turismo está instalado como una posibilidad de mejorar la situación económica de las personas: “Cuando se trabajaba el tema de los problemas y necesidades de cada comunidad Humahuaca, Tilcara, Purmamarca, son las que plantean problemas relacionados con el turismo, en cambio pueblitos como Tres Cruces, como Tumbaya, Huacalera que son localidades de paso plantean otro tipo de necesidades. Pero lo que si se nota es que el tema turismo esta muy instalado no sólo como preocupación en la gente de la Quebrada sino como posibilidad, que es lo interesante del tema. Por un lado, preocupa lo que está pasando, pero por otro, lado se lo ve también como una posibilidad de mejoramiento económico, entonces ese sería el desafío, ver de qué forma trabajar con la comunidad, que la comunidad se vea beneficiada pero que el turismo también sea respetuoso de la comunidad, de las costumbres, de los hábitos, del entorno” (Entrevista a Marcela, integrante de la Unidad de Gestión, 14/03/2006).

alternativas para competir a la hora de brindar servicios turísticos y la efectiva participación de la sectores más amplios de la población a través de la demanda de una “definición de un modelo de desarrollo con participación de la comunidad no solo de los prestadores” (PROFODE); desde las direcciones locales de turismo se pedía equipamiento mínimo para trabajar (básicamente, se demandaban computadoras)<sup>304</sup>.

Este accionar institucional en materia de implementación de planes y proyectos vinculados con el turismo o el patrimonio ha sido cuestionado por varios sectores, entre ellos los gobiernos municipales de la Quebrada, las organizaciones aborígenes y los empresarios turísticos. Uno de los grandes aspectos cuestionados del accionar institucional se refiere a los procesos de participación. Así, al igual que en el caso de las instancias participativas de la gestión vinculada con el patrimonio, las críticas también llegaron, y se manifestaron especialmente en referencia a lo actuado respecto del Plan de desarrollo turístico provincial. Las críticas vertidas por el intendente de Tilcara, estuvieron en consonancia con las opiniones que vertiera en relación a la política patrimonial provincial:

“El plan de turismo lo impuso el gobierno, por eso hay cosas que no deben ser así... [...] Plan de turismo a nosotros no nos hace falta. Dibujar las grandes urbes edilicias... y si no tengo el agua, no tengo la infraestructura en condiciones, ¿de qué me sirve? Para mí el plan de turismo nace de la gente que quiere, que le gusta, que esta en esto. [...] Pero ¿de qué sirve que haga un plan de turismo se habla en términos bonitos y nunca se haga nada?”<sup>305</sup>.

Con respecto a los talleres que se realizaron como parte del diagnóstico del Plan de Desarrollo del Turismo Sustentable de la provincia de Jujuy, el Director de Turismo de Tilcara afirmaba en marzo de 2006, antes del lanzamiento del plan:

“Nosotros no salimos muy conformes con este plan, que todavía no ha visto la luz. Hemos visto que estaba muy dirigido ya [...] Igual nosotros hemos puesto toda nuestra voluntad para gestar este plan de desarrollo turístico sustentable en la provincia de Jujuy. No sé qué va a salir, igual nosotros vamos a seguir “controlando” que es lo que sale porque nosotros tenemos documentado un poco todo lo que hemos aportado y teníamos claro qué es lo que no debe faltar en un plan de turismo para la provincia de Jujuy”.

[...] “Me parece que fue todo muy técnico, estaba muy dirigido. Ellos querían que determinados temas se plantearan y otras cosas no se tocan porque crean conflictos. [...] Lo prioritario aquí es que se faciliten los créditos para que la comunidad local pueda realizar su propio emprendimiento, sus unidades

---

<sup>304</sup> En las palabras de una de las personas que trabaja en la unidad de gestión se manifiesta la diversidad de actores, posiciones, cosmovisiones, intereses, intenciones que confluyen en la Quebrada: “Es complejo el tema. La región Quebrada está habitada por gente que es de la Quebrada, por gente que no es de la Quebrada, por emprendedores que son quebradeños, por emprendedores que no son de la Quebrada, entonces hay una multiplicidad de condicionantes que están dando vueltas en la Quebrada. Ideologías de todo tipo, formas de ver la vida de todo tipo. Entonces lo que buscamos en primera instancia es mínimamente un acuerdo de cómo tendríamos que trabajar” Entrevista a Marcela, integrante de la Unidad de Gestión, 14/03/2006.

<sup>305</sup> Entrevista a Félix Pérez, intendente de Tilcara, 18/02/2007.

productivas, algún mecanismo se tiene que buscar, porque no puede ser que el que tienen el capital es el único que puede tener respaldo y se le da más<sup>306</sup>.

También el PROFODE fue blanco de críticas. Entre ellas las emanadas desde los grupos aborígenes. Según lo expresado por un guía aborígen de Tilcara:

“El problema que tenemos las comunidades [aborígenes] con los proyectos nacionales es que la comunidad no participa en el diagnóstico o en la elaboración de determinados proyectos, todo lo que son las técnicas por lo general vienen de Nación. Esto si ellos quieren hacer algo de gastronomía no tiene sentido que venga un chef de Buenos Aires a enseñarme a hacer humita o tamales. [...] Porque después hay todo un manejo político de cuáles son los proyectos que se impulsan desde Nación para las comunidades son manipulados políticamente. En los lugares donde funciona es porque hubo algún interés político dentro de la provincia a través de subsidios que manda Nación. Las comunidades se enteran dos o tres días antes que termine la fecha de presentación de los proyectos<sup>307</sup>. Salvo que la comunidad tenga una relación con algún funcionario político vos podés llegar a integrarte a estos proyectos. Hay un desconocimiento por parte de las comunidades que tiene que ver con un manejo de la información<sup>308</sup>.

Si bien algunas personas e instituciones participaron en los talleres, existe una idea generalizada acerca de cómo está funcionando la presencia del turismo en la zona y como actuó la política provincial al respecto que le imprime cierta cautela a las expectativas creadas. En general, dentro del conjunto de personas empleadas en establecimientos turísticos y aquellas que no estaban directamente vinculadas con el turismo, pocas fueron las que participaron de estas instancias. Sin embargo, la participación en ellas fue útil para ciertas instituciones, como por ejemplo, la Asociación de Turismo de Quebrada y Puna, la cual pudo realizar algunas demandas desde una posición ganada a partir de la acumulación de cierta cuota de poder en su consolidada presencia en la zona. Para las comunidades aborígenes también constituyeron instancias que permitieron posicionarlas como instituciones que luchan por su participación en los beneficios del turismo a través de la administración colectiva de recursos. Para aquellas personas interesadas en desarrollar un emprendimiento turístico las expectativas en este tipo de encuentros están puestas en las pistas que puedan dar los expertos para presentar las “carpetas”, o sea, la información que puedan brindar acerca de cómo llenar los formularios para tramitar créditos<sup>309</sup>.

---

<sup>306</sup> Entrevista con Eduardo Escobar, Director de Turismo de la Municipalidad de Tilcara, marzo de 2006.

<sup>307</sup> Se refiere a proyectos de desarrollo del turismo en alguna localidad que se presentan ante los organismos de crédito que financian los proyectos. Dentro del accionar del PROFODE los dos únicos proyectos que se aprobaron fueron los de construcción del Centro de Visitantes en Volcán y la construcción de los baños de la capilla de Tumbaya (que no se llevó adelante).

<sup>308</sup> Entrevista a Omar, guía aborígen de Tilcara, marzo 2006.

<sup>309</sup> Por supuesto que llenar los formularios no es el principal obstáculo que deben sortear para lograr el acceso al crédito. Sin embargo, el desconocimiento acerca de cómo llevar adelante un trámite formal (tarea que por ejemplo en la tramitación de créditos agropecuarios para



#### 10.4.2. La participación en el mercado laboral turístico

La participación no sólo fue pensada y presentada como participación en la gestión del turismo, también existían intenciones manifiestas de incluir en el mercado laboral turístico a determinados sectores de la sociedad quebradeña, con vistas a solucionar problemáticas acuciantes como la falta de empleo y las escasas posibilidades de generar emprendimientos por cuenta propia para amplios sectores de la Quebrada. A partir de la idea que el turismo generaría fuentes de trabajo para la zona<sup>310</sup>, la propuesta desde la política turística era capacitar a la mano de obra para satisfacer las demandas del mercado. El incentivo más fuerte para este tipo de inclusión se dio de la mano del PROFODE.

El PROFODE implementó, como una de sus más importantes líneas de acción, la capacitación y el asesoramiento técnico, pero a pesar de las entusiastas declaraciones cuando se puso en funcionamiento el proyecto<sup>311</sup>, se limitó al ofrecimiento de cursos de capacitación, que sólo en algunos casos se vinculaban con el mercado laboral turístico. Esta capacitación se brindó en distintas áreas, tales como atención al cliente, cocina regional, manipulación de alimentos; en algunos casos, cuando las vacantes para los cursos eran limitadas, se daba prioridad en la asistencia a las personas ya empleadas en el sector turístico.

Durante el tiempo que se implementó el PROFODE se trabajó fundamentalmente sobre las líneas de capacitación antes mencionadas, obras de infraestructura y promoción turística. Desde el personal involucrado en llevar adelante este programa se reconoce que algunos aspectos no fueron resueltos en el marco del mismo tal como estaba previsto. Una de las grandes deudas que reconoce el PROFODE es la implementación de algún tipo de accionar vinculado al empleo. Algunos objetivos que se habían fijado en este programa se relacionaban con la recopilación y sistematización de información sobre empleo turístico en la provincia, tampoco pudieron cumplirse.

---

productores es llevada adelante por técnicos asesores) es visualizada como una traba importante para comenzar.

<sup>310</sup> Estas ideas sobre el turismo y el empleo se refuerzan una y otra vez. Con motivo del lanzamiento del PROFODE Juan José Ciáccera, Secretario general del CFI "...destacó que el sector turístico ha tenido especial tratamiento en el CFI, dado que es un sector dinamizador e impulsor de las economías regionales por excelencia que contagia, agiliza el crecimiento de otros sectores productivos de la economía provincial y es un importante generador de mano de obra" *La Razón*, 27/03/04.

<sup>311</sup> Respecto del PROFODE Enrique Deibe, Secretario de Empleo de la Nación, dijo: "el Ministerio de Trabajo cumple con su deber de llevar adelante políticas activas orientadas a la reinserción al mundo del trabajo de los desocupados y ciudadanos que están bajo la asistencia de planes sociales". "Convenio para apuntalar a Jujuy", en *La Razón*, 27/03/04, reproducido por la Dirección de Prensa y Comunicaciones, Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.

Por otro lado, también la empresa Gas Atacama (proveedora de gas en la Quebrada) brindó cursos en distintas localidades de la zona orientados a la capacitación turística, como producto de un acuerdo entre esta empresa y el gobierno provincial. Los cursos estaban destinados al personal empleado en establecimientos de gastronomía y hotelería. Estos cursos fueron de gobernantas, mucamas, inglés básico para atención de turistas, mozos y camareros, orientados fundamentalmente a las personas ya empleadas en el sector. A los que se agregaron los cursos para guías de turismo que se ofrecieron desde la Municipalidad de Tilcara.

Estos cursos de capacitación generaron también algunas críticas. Lo que se cuestiona básicamente es que la política turística se haya reducido finalmente al ofrecimiento de estos cursos que predefinen determinados roles para la población de la Quebrada (especialmente los cursos brindados por Gas Atacama) mientras otros aspectos, tales como el acceso al crédito, no tuvieron mayor relevancia dentro de esta política.

Un guía aborigen local, al opinar sobre los cursos de capacitación, afirma:

“Son productos que son elaborados por gente que no son de las comunidades, hay todo un manejo de fondo y no se ven los resultados concretos en la práctica. Vos hacés cursos de mozo, de un montón de cosas pero si no tenés algo que te diga yo me recibo de esto o termino este curso y puedo integrarme al mercado laboral turístico... pero no funciona salvo casos muy excepcionales de gente que después de haber participado de estos cursos se haya integrado a una prestación de servicios turísticos. Se apunta desde el punto de vista meramente económico y no se tiene en cuenta por ahí lo más importante que nosotros pensamos que el tema de generar consenso, de levantar la autoestima dentro de las comunidades, no hubo una propuesta concreta. La realidad está en hacer que las comunidades empiecen ellas mismas a gestionar cursos de capacitación en las cosas que ellos no puedan resolver...”<sup>312</sup>

Algunos empresarios turísticos tampoco apoyaron la capacitación del personal empleado a través de estos cursos. La dueña de una posada afirmaba que la formación que ofrecían era anticuada y no respondía a las necesidades actuales de brindar servicios turísticos, aduciendo que: “... no sirve de nada que le enseñen a doblar las toallas en forma de flor para colocarlas sobre la cama”<sup>313</sup>. En otros casos, los dueños de los hoteles se ocuparon de capacitar al personal empleado personalmente o contratando los servicios de capacitación.

#### 10.4.3. La participación en la creación de emprendimientos turísticos

La posibilidad de realizar emprendimientos turísticos depende en gran medida del acceso al crédito. Los créditos para los emprendimientos turísticos en la Quebrada y la provincia en general son ofrecidos por dos instituciones: El Consejo Federal de

---

<sup>312</sup> Entrevista a Omar, guía aborigen de Tilcara, marzo de 2006.

<sup>313</sup> Entrevista a Andrea, empresaria hotelera de Tilcara, 17/01/2007.

Inversiones (CFI), que tramita los créditos con el Banco Macro y el Consejo de la Microempresa (dependiente del Banco de Acción Social de la provincia de Jujuy).

Las condiciones impuestas por estas instituciones para el acceso a los créditos sólo pueden ser alcanzadas por algunos de los interesados en ellos. En efecto, una de las condiciones es la presentación de un inmueble como garantía y la mayoría de la población de la Quebrada no es propietaria. En algunos casos la ocupación de los terrenos está realizada de manera precaria, abundando los ocupantes de tierras fiscales o privadas que tampoco han tramitado la titularidad de las tierras (en los casos en que existe la posibilidad de hacerlo). Otro de los impedimentos para el acceso a estos créditos lo constituye la falta de un ingreso salarial en blanco que también se requiere como garantía para el otorgamiento (ver cuadro 10.4).

Cuadro 10.4. Montos y condiciones para acceso al crédito del CFI y el Consejo de la Microempresa

	<b>Montos otorgados (para proyectos turísticos)</b>	<b>Condiciones para acceso al crédito</b>
CFI	Hasta \$50.000 (u\$s 16.000) (microemprendimientos) Hasta \$450.000 (u\$s 143.000) (Pymes)	-a sola firma o con garantías personales a satisfacción del agente financiero (por montos menores a \$20.000 –u\$s 6.300-) -garantía real (con márgenes de cobertura no inferiores al 130% del monto del préstamo)
Consejo de la Microempresa	Hasta \$40.000 (u\$s 12.600)	-garantía personal (a sola firma o con aval de terceros)  -garantía real (hipoteca sobre inmueble con escritura de propiedad)

Fuente: Información provista por las oficinas del CFI y el Consejo de la Microempresa en San Salvador de Jujuy.

La gran mayoría de los emprendimientos turísticos instalados en la zona de la Quebrada en la década de 2000 se han realizado a partir del acceso a este tipo de créditos. La totalidad de las futuras construcciones de establecimientos hoteleros en la provincia de Jujuy (y por ende de la Quebrada) se está llevando adelante con financiamiento de estas instituciones. Por otro lado, en entrevistas mantenidas con el personal de CFI de Jujuy, esa institución estima que entre el 70% y el 80% de los créditos que se solicitaron en el ámbito provincial fueron para realizar inversiones en la Quebrada. Los emprendedores son personas provenientes de fuera de la Quebrada (desde distintas ciudades del país como San Salvador de Jujuy, Córdoba, Buenos Aires). Estas personas residen y administran los establecimientos. Pocos de los actores que realizaron este tipo de emprendimientos son originarios de la Quebrada. Entre ellos se encuentran aquellas familias originarias de la zona que siempre se encontraron en una situación más acomodada desde el punto de vista económico. La

mayoría de los empresarios hoteleros y gastronómicos que accedieron a estos créditos están nucleados en la Asociación de Turismo de la Quebrada y Puna.

Desde el PROFODE también hubo intención de incentivar la participación de la población local en emprendimientos turísticos. Estas intenciones se reflejan en las acciones que tenía previstas el programa en sus instancias iniciales (por ejemplo, la gestión para la optimización del sistema turístico, cuyo objetivo general era potenciar el desempeño de los actores del sistema e involucrar a las comunidades donde se aplicaría el programa). Sin embargo, durante el desarrollo del programa otras áreas del mismo fueron tomando más protagonismo. Otros elementos señalados como demandas desde la población local se dejaron de lado, notablemente aquellos aspectos para fomentar el empleo y los emprendimientos turísticos por parte de la población local. Así, algunas de las acciones de fortalecimiento quedaron momentáneamente relegadas, especialmente la gestión para la optimización del sistema turístico, cuyo objetivo general era potenciar el desempeño de los actores del sistema e involucrar a las comunidades donde se aplicaría el programa y los proyectos de inversión y empleo, cuyo objetivo general era articular los proyectos seleccionados con los diversos programas y planes nacionales y con las líneas de financiamiento para el sector.

Con respecto al Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la provincia de Jujuy el tema del acceso al crédito aparece débilmente planteado como una línea de acción, a pesar del carácter prioritario que tomaba en algunos de los talleres participativos. En general los programas no avanzaron sobre esta línea de acción. Aquellos aspectos concernientes al acceso al crédito fueron dejados de lado, como aconteció también con los intentos por generar alternativas para el mercado laboral.

Las dificultades para el acceso al crédito provienen de las condiciones impuestas por las instituciones financieras, unidas a las condiciones económicas de amplios sectores de la población. Esto es previo al accionar de estos planes y, de alguna manera, podía preverse la inviabilidad del acceso al crédito para los sectores menos favorecidos de la Quebrada antes de las formulaciones. Así, desde todos estos planes se reconoce que las condiciones impuestas por las instituciones que otorgan créditos no pueden ser cumplidas por la población de la Quebrada, y se plantea la necesidad de crear líneas de créditos acordes a las posibilidades de esa población para que se incorporen como prestadores de servicios. Sin embargo, estas soluciones no se brindan en el marco de los proyectos. En uno de los documentos que elabora el PROFODE a partir de la misión exploratoria que realiza en Quebrada se afirma:

“Se han detectado demandas por parte de actores del sector privado, empresarios, microemprendedores e inquietudes por parte de ciudadanos residentes en la Quebrada para desarrollar proyectos vinculados al turismo como por ejemplo de alfareros, tejedores, artesanos del cuero, propietarios de pequeños alojamientos, guías de turismo locales, productores de insumos gastronómicos (agricultores, propietarios de criaderos de truchas y de llamas, productores de quesos y dulces, etc.). En general, los microemprendedores no poseen información sobre los diferentes programas (recursos) con los que cuenta el Estado Nacional para contribuir al desarrollo de sus proyectos como tampoco de las diferentes líneas de crédito existentes para el sector. En aquellos casos que conocen las propuestas

de asistencia financiera, tanto microemprendedores como empresarios, manifiestan que los requisitos no se condicen con la realidad económica de la zona". (PROFODE, 2004b: 8)

Algunas de las demandas planteadas en las instancias de participación convocadas por el sector público no fueron seleccionadas para el desarrollo de los proyectos llevados adelante. En otras ocasiones fueron incorporadas como líneas de acción pero luego tampoco se concretaron en un accionar específico. En esta cita aparecen mencionadas otros de los elementos señalados como demandas para el desarrollo del turismo, especialmente en el marco del PROFODE: la asistencia para la certificación y comercialización de artesanías como otra vía de generar ingresos para la población de la Quebrada que tampoco se llevó adelante en el marco de este programa. El PROFODE, por ejemplo, había seleccionado como una de las necesidades sobre las que priorizaba su accionar el reclamo por un aumento de la competitividad y el valor agregado de las artesanías genuinas (para lo cual proponía acciones tendientes a la concertación con organismos para la obtención de inspecciones y otorgamiento de certificaciones de origen) y la preservación de técnicas artesanales (para los cuales preveía la realización de cursos de capacitación en tejido al telar, corte y confección y música).

En síntesis, no hubo acciones que garantizaran un acceso al crédito para los sectores que frecuentemente tienen dificultades en cubrir los requisitos impuestos; no se diseñó una política de creación de una línea de créditos blandos, con condiciones más flexibles y aún cuando fuera una demanda constante en las reuniones convocadas en el marco de los programas de desarrollo, no se trabajó para mejorar la competitividad.

#### **10. 5. El turismo como oportunidad: de las expectativas de participación a las realidades**

A pesar de las dificultades de inserción en las actividades turísticas, la mayoría de la población de la Quebrada se encuentra vinculada de alguna manera al turismo, y este vínculo se generó por fuera de lo diseñado desde la política turística para estos grupos. En efecto, la dinámica propia del crecimiento del turismo en la zona creó oportunidades de vinculación con el turismo para la gran mayoría de la población de la Quebrada.

Por un lado, la mayoría de los entrevistados en las localidades de la Quebrada coinciden en señalar que el crecimiento en el número de establecimientos turísticos implicó un aumento en el número de puestos de trabajo. Sin embargo, también señalan que los trabajadores empleados en los emprendimientos turísticos se desempeñan frecuentemente en negro (es decir, sin estar legalmente registrados y sin la posibilidad de percibir los beneficios sociales vinculados con la asistencia médica y la previsión social), sólo por temporadas y percibiendo sueldos bajos. En entrevistas mantenidas con el personal de UTHGRA (Unión de Trabajadores del Turismo Hotelero

y Gastronómicos de la República Argentina)seccional Jujuy<sup>314</sup> se manifestó que en la Quebrada aproximadamente un 45% de los trabajadores en el sector turismo se encuentra trabajando en negro. Estas estimaciones concuerdan con las realizadas desde la Dirección Provincial del Trabajo del gobierno de Jujuy<sup>315</sup>. Sin embargo, otras estimaciones realizadas en la Delegación Jujuy de la Agencia del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social señalan que estos porcentajes son mayores en general en toda la provincia<sup>316</sup>. Una concejal municipal de Tilcara afirmó que: “El turismo creó trabajos pero no estables porque están en negro. Hacen figurar 4 horas y los hacen trabajar 10 horas”<sup>317</sup>. Efectivamente, las formas de disimular las condiciones de precariedad laboral con respecto a los salarios pagados son frecuentes, así como también la condición de trabajadores en negro de algunos empleados.

La situación del trabajo en negro, además, se ve alentada por la existencia de los programas sociales, el más importante de los cuales es el Programa Jefes de Hogar<sup>318</sup>. Para complementar el ingreso de los programas, el segundo ingreso percibido debe ser en negro, de lo contrario se pierde la posibilidad de acceso a este tipo de beneficios. De esta manera, la situación del trabajo en negro es conveniente para empleadores y también empleados, al menos en términos económicos y en el corto plazo. La vinculación al mercado laboral turístico en negro no es cuestionada, en muchas ocasiones, porque en la práctica se trata de una oportunidad laboral que no se desperdicia. Sin embargo, se reconoce como una situación desventajosa: en los talleres que se realizaron en el marco del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la provincia se exigía una planificación “sobre el control de los abusos laborales” y se proponía la regularización de “la situación laboral de los empleados que prestan servicios en hoteles, posadas, etc. para evitar el trabajo en negro” (CAF-Provincia de Jujuy, 2005).

Una vecina de Tilcara explicaba la situación de inserción laboral de algunos jóvenes en la localidad, al tiempo que introducía un tema conflictivo respecto de las relaciones laborales en el mundo del turismo en la Quebrada:

“Los que trabajan en hoteles es gente de acá, pero en negro y son mano de obra barata. Eso es anticultural porque la juventud al querer ganar unos pesos van a trabajar, aunque los exploten. Los que trabajan en hoteles integran bandas de sikuris<sup>319</sup> y los hoteles no los dejan salir a la peregrinación”<sup>320</sup>.

---

<sup>314</sup>Entrevista al Secretario gremial de UTHGRA seccional Jujuy, José Vargas, febrero de 2007.

<sup>315</sup>Entrevista a Silvia, funcionaria de la Dirección Provincial del Trabajo del gobierno de Jujuy (8/02/07).

<sup>316</sup>Entrevista a Juan Carlos Murga, Jefe de la Agencia, febrero de 2007.

<sup>317</sup>Entrevista a Rita, miembro del Concejo Deliberante de la Municipalidad de Tilcara, 24/01/2007.

<sup>318</sup> Creado por decreto presidencial N° 565 del 3 de abril de 2002.

<sup>319</sup>Músicos que tocan un instrumento de viento llamado sikus.

<sup>320</sup>Entrevista a Nora, integrante de la Junta de Regantes de Tilcara, brinda servicios de alojamiento en Tilcara, 19/01/2007.

El carácter de “anticultural” del trabajo en el turismo que se menciona en esta cita hace referencia a la falta de consideración para con una fiesta cultural local como es la peregrinación al santuario de la Virgen de Punta Corral, evento en el que participan con un rol central las bandas de sikuris a las que se hace referencia. La participación en algunos eventos culturales en la Quebrada es de carácter insoslayable para la población del lugar (especialmente el carnaval y la peregrinación mencionada). Esto implica que, en el contexto laboral de la Quebrada, ya está establecido un acuerdo más o menos tácito que establece que los días festivos son días no laborables y ningún empleador exigiría la asistencia de sus empleados durante esos eventos<sup>321</sup>.

La proliferación de emprendimientos hoteleros administrados por gente de fuera de la Quebrada y que no se encuentra familiarizada con estas costumbres, creó situaciones conflictivas en relación a las fiestas. Los empleados reclaman su derecho a participar de las fiestas, mientras los empresarios reclaman su presencia en los lugares de trabajo durante las fiestas, precisamente porque esos momentos son los de mayor movimiento turístico dado que las fiestas son un atractivo turístico que provoca picos de aumento de afluencia de visitantes al lugar. La renuncia al puesto de trabajo en estas ocasiones es frecuente, si bien la desventaja que representa perder el empleo hace que algunos empleados sacrifiquen su participación en los festejos.

Además de la participación en las fiestas, otros aspectos muestran ciertos roces entre empleados quebradeños y empresarios turísticos “de afuera”. Por un lado, los empresarios reclaman un trato diferente la población local hacia los turistas, aduciendo que la gente quebradeña es muy callada. Por otro, se quejan de la falta de compromiso de algunos comerciantes y prestadores de servicios, por ejemplo, de lo errático de los horarios de apertura de los negocios y de lo impuntual que suelen ser los guías turísticos. Con frecuencia esto es justificativo para brindar cursos de capacitación al personal empleado. Y en los casos más extremos es excusa para emplear personas de fuera de la Quebrada (de San Salvador de Jujuy, específicamente)<sup>322</sup>.

Por otro lado, una parte importante de la población de la Quebrada se vincula con el turismo desde la informalidad, ofreciendo servicios, especialmente en temporada alta (alojamiento, comida, artesanías, brindando un lugar para guardar los autos, los bolsos, etc. -ver imágenes 10.1, 10.2 y 10.3-). La oferta informal de alojamientos incluye el alquiler temporario de espacios para colocar una cama o disponer bolsas de dormir en patios o ambientes de casas particulares. La venta de comida incluye desde la comercialización en la vía pública hasta la realizada en los domicilios particulares anunciada con carteles en la vereda (ver imagen 10.4). También existe un circuito informal de venta de comida a los establecimientos gastronómicos y a los hoteles que brindan servicio de restaurante. En algunos casos estos establecimientos se

---

<sup>321</sup> La participación de este tipo de eventos culturales es motivo de renuncia al trabajo: en muchos casos las personas prefieren renunciar a su trabajo si no les permiten asistir a las fiestas que perderse estos eventos. Esto también es frecuente en el caso de los migrantes, que llegan todos los años indefectiblemente al menos para el festejo del carnaval.

<sup>322</sup> Los puestos de administración o el de chef (aquellos que requieren más calificación) suelen estar ocupados por personas de fuera de la Quebrada.

abastecen de productos tales como panificados, conservas o comidas regionales elaboradas como locros, humitas, tamales, empanadas que, según algunas entrevistas, son revendidos por los establecimientos turísticos con una diferencia importante con el precio de adquisición<sup>323</sup>.



Imagen 10.1. Oferta de alojamiento en casa de familia en Purmamarca

---

<sup>323</sup>En algunas entrevistas manifestaban que los productos se vendían 4, o hasta 6 veces, más caros (especialmente en el caso de las empanadas, humitas o tamales).





Imagen 10.2. Oferta de alojamiento en casa de familia en Humahuaca



Imagen 10.3. Servicios ofrecidos informalmente durante la temporada alta en Tilcara



Imagen 10.4. Venta informal de alimentos en Tilcara

Esta informalidad que caracteriza a la inserción de la población de la Quebrada en el turismo no es extraña en el contexto provincial, marcado por una informalidad que permea todo el mercado laboral y la economía de la provincia ya que se calcula que el 50% de la economía provincial se realiza en condiciones de informalidad y se estima que el porcentaje es el mismo respecto a las condiciones laborales<sup>324</sup>. Tampoco es algo nuevo para el turismo en la Quebrada ya que la población local siempre estuvo vinculada de manera informal al turismo, aunque en otros momentos no fuese una actividad tan importante en la zona.

Estas diferencias en los precios a los que se comercializan los alimentos son interpretadas con frecuencia como una falta de visión comercial. Algunos quebradeños ven esta falta de visión comercial perjudicial para los locales, porque podrían ganar más

---

<sup>324</sup>Estimaciones realizadas en la Delegación Jujuy de la Agencia del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social señalan estos porcentajes (Entrevista a Juan Carlos Murga, Jefe de Agencia, febrero de 2007).

dinero con precios de venta más altos (más cercanos a los precios de las cartas de los establecimientos turísticos). Los empresarios turísticos, por otro lado, observan que esta falta de visión comercial o empresarial va en contra de la conformación de un destino de calidad (a la vez que representa una competencia para estos empresarios).

Otros interpretan la vinculación de la población quebradeña con el turismo como marcada por cierta falta de interés. Esto se asocia fuertemente a una idiosincrasia local apoyada en la falta de iniciativa empresarial. Uno de los empresarios repetía aquello que señalan los quebradeños:

“Yo no voy a estar lavando las sábanas sucias a los gringos’. La gente no le da bolilla al turismo. [...] No hay interés en invertir. No quieren pagar impuestos. Todos están esperando la dádiva del estado. Hace dos años hubo una reunión importante en el Hotel de Turismo. Se corrió la bolilla que vienen a traer plata, se llamó, estaba todo el pueblo. Todos tenían emprendimientos, todos eran guías. Y uno los conocía y sabía que no era así. Como no dieron plata, desaparecieron todos. Ahora tenés la queja popular de que vienen los gringos, nos sacan la tierra, nos sacan el trabajo pero acá nadie quiere arriesgarse”.

[...]

“Hay una tendencia al lamento, que llorando se consigue algo. Con respecto al turismo se piensa en vender barato y no en ofrecer un servicio de calidad. Los mejores servicios los ofrecen los de afuera. Hay un aumento de las posibilidades laborales para los locales. Pero ellos no lo ven así, dicen: ‘ah, nos quieren para que los sirvamos, para que le lavemos las sábanas a los turistas’”<sup>325</sup>

El rechazo a la presencia de “los de afuera” por algunos sectores de la población de la Quebrada se manifiesta especialmente en aquellos que conciben a los empresarios turísticos como competidores desleales, en tanto cuentan con muchos más recursos para desarrollar los emprendimientos. En palabras del secretario de Cultura de la Municipalidad de Tilcara:

“Nosotros tenemos que rendirle homenaje a los prestadores de servicios. Tienen más conocimiento, más contactos. Consiguen todo. Y la gente de acá se presta para la foto, para el espectáculo”<sup>326</sup>

Pero no es entendido así por quienes están insertos y asentados en lo que constituye la oferta turística y compiten con los nuevos empresarios en las mismas condiciones:

---

<sup>325</sup>Entrevista a Gerardo, empresario hotelero y guía de turismo de Tilcara, originario de Buenos Aires, 21/01/2007.

<sup>326</sup>Entrevista a Juan Carlos Torrejón, Director de Cultura de la Municipalidad de Tilcara, 16/01/2007.

“Yo tengo tres hijos estudiando licenciatura en turismo y el mismo medio, la misma situación nos llevó a nosotros con un hijo a plantearnos una refacción, de ponernos acorde. Las inversiones que vienen, las inversiones que han venido a Tilcara de 5 años a la fecha, de 10 años la fecha, no 5, un poquito más, son importantísimas, para nosotros son importantes. Y entonces ¿cómo te puedo explicar?... mucha gente acá cree que la gente que viene a invertir, que pone plata en los hostales y un montón de cosas viene a quitarles el pan, esa es la concepción generalizada que las mismas autoridades han metido en la gente y yo creo que no es así. Ellos lo han metido el sentido de la competición.

[...] “Pero bienvenido sea las inversiones que viene acá porque esto hace también a Tilcara, porque Tilcara ha crecido, conjuntamente con Purmamarca creo que es el pueblo que más ha crecido en toda esta zona de la Quebrada, no tanto Humahuaca, por ejemplo”<sup>327</sup>.

El turismo forma parte del conjunto de estrategias diseñadas para generar ingresos, en donde se combinan lo percibido por los planes sociales, algún trabajo más estable (en las dependencias públicas, fundamentalmente) y una serie de ingresos informales que incluyen la prestación eventual de algún servicio turístico, especialmente en temporada alta. Así se reconoce que “todo el mundo” realiza algún tipo de actividades para generar ingresos a partir del turismo. Uno de los entrevistados, utilizando el slogan del Enero Tilcareño (“Enero Tilcareño: el mejor comienzo del año”), lo expresaba en estos términos: “Enero Tilcareño, el mejor comienzo del año’, todo lo que hagas en enero rinde”<sup>328</sup>. Otro de los entrevistados afirmaba: “todo el mundo en Tilcara tiene formas de rebusque. Ingresos que no pueden medirse. Lo que se mide muestra una población pobre, de bajos ingresos. Pero hay formas, redes de obtención de ingresos, de comercialización de productos, del contrabando. Las familias suelen tener más de un ingreso”<sup>329</sup>.

A pesar de que el turismo constituye una opción sujeta a condiciones desventajosas, ésta es muchas veces considerada como “la mejor opción”, en el sentido que se prefiere trabajar en negro (percibiendo a su vez el beneficio de los planes sociales) a no trabajar o a tener un ingreso menor con un salario legal. En referencia a esto, el Secretario de Cultura de la Municipalidad de Tilcara manifiesta que, si bien se reconocen como desfavorables las condiciones de inserción al mercado laboral turístico “no hubo manifestaciones porque por lo menos llevan \$300 a su casa, aunque sea en negro y temporario”. Además, la informalidad en el ofrecimiento de los servicios de alojamiento,

---

<sup>327</sup>Entrevista a José, empresario hotelero de Tilcara, originario de Tilcara, 17/01/2007.

<sup>328</sup>Entrevista a Julio, músico, empleado de un museo y empresario gastronómico, originario de la Quebrada, artista y empresario turístico tilcareño, 26/01/2007.

<sup>329</sup>Entrevista a Alberto, artesano de Tilcara, 22/01/2007.

por ejemplo, también es una mejor opción que la formalidad. Poseer un establecimiento formalmente implica tramitar y pagar una habilitación municipal, también el pago de impuestos y el sometimiento a inspecciones municipales durante todo el año, cuando es probable que sólo se brinden estos servicios durante la temporada alta.

Asimismo, la posibilidad de acceso al crédito para realizar emprendimientos turísticos está imposibilitada para amplios sectores de la población de la Quebrada fundamentalmente por las condiciones exigidas por los organismos encargados de otorgar créditos en el ámbito provincial y también por la falta de información sobre el tipo de trámites que hay que realizar. El desconocimiento acerca de los trámites y las dificultades que esto acarrea para las personas de la Quebrada que quieren realizar un emprendimiento, son manifestadas por uno de los entrevistados que accedió a un crédito pero que no desconoce las dificultades que se plantean para la mayoría de los quebradeños interesados en hacerlo:

“sí, nosotros hemos ido a las reuniones con mi hija, como te digo es estudiante de turismo y te ponen cada traba. Ahí tiene que estar el estado municipal para acelerar, poner una persona que lo asesore a uno, que haga los proyectos, que presente las carpetas porque está bien, mi hija, mi hijo, pueden hacerlo pero hay otras personas que no tiene ni idea de cómo preparar un proyecto. ¿Y quién lo va a asesorar? Va a ir a Jujuy para que el CFI lo saquen disparando porque no tienen la voluntad tampoco. Entonces acá tiene que existir una administración donde ayude a hacer esos proyectos para conseguir esos fondos y tratar de reactivar esto de esta manera. Y no se hace. Entonces cada uno hace su historia”<sup>330</sup>.

En términos generales, estas formas de vinculación con el turismo están lejos de aquellas propuestas realizadas desde la política turística, recordando que la población local constituía el principal beneficiario del accionar político. La forma de acceso a un ingreso para la población local, uno de los objetivos de la política turística provincial enunciados en los documentos elaborados, se dio de formas muy distintas a las pronosticadas: la inserción en el mercado laboral es inestable, signada por el acceso a empleos en condiciones precarias, y el ofrecimiento de servicios turísticos es de carácter informal (sin mediar el acceso a formas de financiamiento para la realización de emprendimientos).

El sector empresario es el que más exitosamente se vinculó con el desarrollo del turismo en la Quebrada. Este sector empresarial turístico a nivel provincial cambió de alguna manera su perfil, ya que los que irrumpieron en el sector de la mano del crecimiento del turismo en la Quebrada fueron nuevos empresarios (nuevos actores), diferenciándose claramente de aquellos vinculados al tradicional sector hotelero agrupado en la Cámara

---

<sup>330</sup> Entrevista a José, empresario hotelero de Tilcara, originario de Tilcara, 17/01/2007.

de Turismo. La gran mayoría de estos empresarios son recién llegados (en la década de 2000) y ellos fueron los que accedieron a los créditos del CFI y el Consejo de la Microempresa para construir o refaccionar los establecimientos hoteleros y gastronómicos. Quienes ya ofrecían servicios turísticos (formal o informalmente) en la Quebrada también se vieron beneficiados por el aumento del número de visitantes, al tiempo que aumentó la oferta de puestos de trabajo vinculados al sector.

Los sectores históricamente vinculados menos formalmente con el turismo también participan de la oferta turística de la Quebrada, especialmente aquellos agrupados en comunidades aborígenes. Los grupos aborígenes que se vincularon con el turismo a través de la prestación de servicios turísticos en forma comunitaria constituyen el sector de más reciente incorporación. Para estos sectores, la política les reservó un lugar en las nuevas propuestas de desarrollo rural comunitario. Se trata de las comunidades aborígenes de la zona que, asesoradas, se vincularon con el turismo creando servicios especiales y para una demanda muy específica que incluyen alojamiento, comidas y participación en tareas rurales en condiciones mínimas de confort. Estas experiencias se desarrollaron en un contexto favorable de reconocimiento y exposición de los grupos aborígenes acompañados por la posibilidad de crear entidades de existencia legal (comunidades aborígenes) y de aprovechar el interés del turismo por lo aborígen para la obtención de ciertos recursos. Más allá de los problemas que presentaron hasta ahora (fundamentalmente dificultades respecto a la administración colectiva), estas formas de vinculación con el turismo atraviesan una nueva etapa de la mano de la política provincial y nacional, aún muy recientes y poco numerosas.

El turismo y su capacidad para generar ingresos también desató discusiones en torno a quiénes deberían apropiarse de los beneficios económicos generados por él. Respecto a esto las comunidades aborígenes reclamaban su lugar como legítimas administradoras y beneficiarias de la presencia del turismo en la zona, basando su justificación en una posición de subordinación ocupada desde otros momentos históricos. Como se ilustrara en la nota de *El Pregón* (2/09/05) citada en el capítulo anterior, estas comunidades exigen no sólo la gestión del área patrimonial sino el cobro de ingresos a los turistas.

Así, la inclusión en el turismo no está resuelta para amplios sectores de la población de la Quebrada que parecían ser los principales destinatarios de la política turística. Los beneficios llegaron en forma desigual y amplios sectores de la población de la Quebrada vieron cómo fueron otros (aquellos que tenían más capacidad para realizar inversiones o acceder a créditos) los que se insertaron en los circuitos del turismo. Existe una distancia entre el retrato futuro del turismo en la Quebrada que se presentaba al inicio de los planes y el que se está manifestando en la actualidad y, pese a los intentos por mostrar avances en la política turística, el crecimiento del turismo en la Quebrada es percibido en forma generalizada de una manera negativa. En parte esto es lo que expresa el

secretario de Cultura de Tilcara cuando pone en evidencia los pocos beneficios que percibe la población del lugar: “de los emprendimientos turísticos no queda nada para la comunidad. Sólo los impuestos que pagan, y la gente si no tiene trabajo se va a ir, cuando se vayan los tilcareños, ¿qué le van a mostrar al turista?”<sup>331</sup>

Desde el poder político se asume que todavía hay cosas por resolver y se ofrece como explicación/excusa la velocidad de las transformaciones que se “adelantaron” a la política y sus herramientas de generar una transformación planificada.

#### **10. 6. A modo de cierre. La política turística para la Quebrada de Humahuaca: las bases de su accionar revisadas**

La Quebrada de Humahuaca se concibe para la política provincial como un área a valorizar turísticamente recurriendo a sus atractivos, entre ellos el patrimonio y la condición de Patrimonio de la Humanidad. En efecto, mediante la patrimonialización por la UNESCO y el crecimiento del turismo, se pone en juego una valorización turística de ese patrimonio, que fue pensada -o al menos presentada desde el poder político provincial- como una solución para la situación desfavorable que atravesaba la provincia en términos económicos y laborales. También se insistió en que el proceso de valorización turística de ese patrimonio debería redundar en beneficios para la población de la Quebrada, heredera de ese patrimonio; para ello se diseñó una política turística que apuntaba a ese objetivo.

Se ha visto que algunos aspectos de dicha política y del devenir y las transformaciones generadas por el turismo en la Quebrada, están hablando de otros aspectos de la presencia del turismo que se visualiza como caótica, fuera de control, desbordada, en una apreciación que reúne a todos los actores vinculados con el turismo y el patrimonio en este lugar, inclusive aquellos impulsores de la política turística. Esta Quebrada turística es bastante diferente a aquella que retratan a futuro los planes de la política y que dio forma a ciertas expectativas.

Sin embargo, lo que sucedió en la Quebrada no fue impredecible, por el contrario, se replicó lo que aconteciera en tantos otros destinos turísticos. Estas experiencias previas eran conocidas por la política turística provincial desde donde se preveía cómo sería la situación del crecimiento del turismo en la Quebrada sin planificación. Así lo expresa la secretaria de Turismo y Cultura:

---

<sup>331</sup> Entrevista a Juan Carlos Torrejón, Secretario de Cultura de la Municipalidad de Tilcara, 16/01/2007.

“Esta distinción no debe servir solamente para que los extranjeros pongan hoteles y que los jujeños limpien los pisos de esos hoteles. No quiero eso, para nada. Los jujeños deben capacitarse, deben ser parte fundamental de este proceso” (“Reportaje exclusivo a Liliana Fellner”, *Jujuy al día*, 4/07/2003).

Teniendo en cuenta esta situación, la pregunta que surge es: ¿cómo se aseguraron desde la política turística, los mecanismos para que los beneficiarios presentes en el discurso sobre el crecimiento del turismo (aquellos que aparecían en los planes, o sea la población quebradeña) fueran los beneficiarios efectivos de ese crecimiento? El análisis de documentos y lo expresado por ciertos participantes en el proceso de desarrollo del turismo en la Quebrada evidencian que algunos de los mecanismos fueron insuficientes. Otros, no se diseñaron (ni siquiera se previeron) ya sea por falta de tiempo, de recursos, de voluntad política.

En este capítulo la política turística ha sido analizada en sus propios términos; se expusieron las premisas que sustentan las propuestas de desarrollo del turismo en la Quebrada, las intenciones del accionar de esta política y sus acciones concretas señalando las dificultades de concreción de las intenciones mencionadas en los documentos que dan cuenta de esta política, junto con ciertas falencias o contradicciones de la misma.

En este capítulo también ha sido de interés revisar algunas de las premisas que guían la elaboración de este tipo de proyectos de desarrollo del turismo y que, justamente por ser premisas, no son cuestionadas con frecuencia, menos aún en los proyectos que prevén un accionar en materia de planificación turística. El acercamiento a un caso permite también rever y repensar las formas en que el mundo académico se aproxima a los estudios sobre la relación entre turismo y desarrollo. En general las políticas interesadas en el desarrollo local, endógeno, territorial, etc. y los estudios y análisis de esas políticas se mueven sobre la base de un manifiesto de intenciones (apoyado en ciertos valores) que da lugar a ideas ampliamente compartidas; en efecto, nadie está en desacuerdo con los postulados del desarrollo local, sustentable, participativo, territorial, etc. Pero en general estas concepciones tienen una base interpretativa pobre, que no contempla las relaciones efectivas o reales que establecen los distintos actores sociales involucrados. Y las formas de pensar el desarrollo en la actualidad son masiva y acríticamente adoptadas, velando otras formas de aproximación posible a las sociedades que, en definitiva, se intenta transformar.

Como se ha señalado, la política turística para la Quebrada de Humahuaca se basa en las premisas que funcionan para la gran mayoría de los proyectos de desarrollo (no sólo turísticos) en la actualidad y que podría resumirse en la fórmula: Turismo+patrimonio+participación=desarrollo, donde la política actuaría para garantizar la



participación de la población local en la gestión y en los beneficios que se generarían con motivo de la presencia del turismo en la zona. La política turística provincial efectivamente llevó adelante la creación de instancias de participación en la gestión turística para la población de la Quebrada, en distintas actividades que son parte de las formas de intervención que planeó para el lugar. En ese sentido, la orientación participativa no quedó en los papeles, sino que fue más allá creando instancias de participación que, si bien cuestionadas, permitieron la expresión de algunas posturas y demandas respecto del turismo en la Quebrada.

Sin embargo, en muchas de estas instancias participativas lo que primó fue un intento de presentar algo ya programado, decidido desde la política provincial, dejando a las instancias participativas, como afirma Moreira Braga (2001) como eventos funcionales a las intenciones de legitimación de la política que se estaba llevando adelante. Esta función legitimadora se da en tres sentidos: uno, ante los distintos sectores de la sociedad quebradeña que serían persuadidos de las ventajas de esta política turística; otro, ante la sociedad en términos más amplios, que vería con buenos ojos este proyecto que contaba con el respaldo de la población del lugar, y por último, ante las exigencias del gobierno nacional en materia de implementación de la política turística.

Al igual que en el caso de la gestión patrimonial, el consenso en torno a la política turística requería tareas de concientización de la población local, las cuales se llevaron adelante cuando se trataron las temáticas concernientes a la patrimonialización, así como también cuando se discutió sobre las formas que tomaría la presencia del turismo en la Quebrada. Así queda expresado en el texto de la postulación de la Quebrada ante la UNESCO:

“Desde Diciembre del año 2001 se llevan a cabo talleres participativos en cada una de las localidades que conforman la Quebrada de Humahuaca para *concientizar* a la población sobre el Patrimonio y la *imperiosa necesidad* de lograr organización a nivel local. Este es un proceso que debe dar como resultado la conformación de las Comisiones de Sitio locales de tal forma que la misma tenga la representatividad necesaria” (Gobierno de Jujuy, 2002: 267-268, el destacado es mío)<sup>332</sup>.

En el documento del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable también se menciona la necesidad de concientización de la población local, aunque aclara que esto no debe tener

---

<sup>332</sup>El Secretario de Turismo y Cultura de la provincia se expresa con menos eufemismos sobre el tema en el parte de prensa del gobierno provincial: “[el secretario] También hizo incapie (sic) en la necesidad de sensibilización como materia pendiente, en la percepción de que el turismo puede convertirse en el motor para las economías regionales y darle calidad de vida de los pobladores de la Provincia. ‘*La población tiene que entender al turismo como algo positivo*, y no como una invasión a su cultura o a su modo de vida, y para esto hace falta un Plan que garantice continuidad a lo largo del tiempo’, subrayó” (Parte de Prensa N° 77 Martes 12/04/ 2005; el destacado es mío).

un carácter taxativo. Sin embargo, se exige la alineación de las acciones del estado y de la comunidad con lo sugerido por el plan:

“La capacitación de profesionales turísticos y, en general, la concientización de los visitantes, pero especialmente de la población local, son columnas importantes de la estrategia de preservación. [...] Finalmente, y como parte de un esquema de Política de Estado y de gestión del Plan, estos programas de concientización de la fragilidad y la necesidad de preservar y proteger se llevarán al seno del COPROTUR<sup>333</sup> y del CIFAT<sup>334</sup>, para asegurarse de que todas las acciones del Estado (en todos sus sectores y niveles) y de la comunidad en general estén alineadas con las estrategias sugeridas por el Plan” (Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy-CAF-Howarth Consulting, 2006: 39).

“La necesidad de acelerar los procesos de puesta en valor de la Quebrada deberá además apoyarse en medidas que, sin ser taxativas, ayuden a la concientización propia de los habitantes de la Quebrada” (Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy-CAF- Howarth Consulting, 2006: 43).

En uno de los informes del PROFODE también se afirma que:

“Los empresarios y las autoridades del sector señalan la falta de conciencia turística en la población jujeña en general. No obstante, se percibe que la comunidad está sensibilizada respecto del turismo aunque no tiene conocimiento del real alcance de los beneficios y de los aspectos negativos del mismo”. PROFODE (2004b: 8).

Las formas de intervención con el objetivo de planificar cualquier actividad han utilizado distintos vocablos que dan cuenta de la evolución de las ideas sobre cómo intervenir. Así, de formas más normativas, verticales y autoritarias de pensar y actuar la política se pasó a otras más consultivas, horizontales y consensuadas. De esta manera, vocablos como *convencer* han sido reemplazados por *concientizar* o *sensibilizar*. Más allá de los cambios en la concepción de las formas de intervención y considerando específicamente la práctica, cabría preguntarse si esta forma de referirse al accionar sobre un otro refleja un cambio significativo en este accionar, o si por el contrario, estos nuevos vocablos son eufemismos de “convencer”<sup>335</sup>.

---

<sup>333</sup> Consejo Provincial de Turismo.

<sup>334</sup> Comité Interministerial de Facilitación Turística.

<sup>335</sup> El uso de *convencer* ya no es frecuente; sin embargo puede encontrarse en el *documento Algunas propuestas para el desarrollo global de la Puna Andina, de los Valles Calchaquíes y de la Quebrada de Humahuaca gracias al desarrollo del turismo y al relanzamiento de las actividades tradicionales*, elaborado por la Embajada de Francia en 2002: “Para ser alcanzada y mantenida a lo largo del tiempo, esta necesaria adhesión supone un incansable esfuerzo de explicación y de

Efectivamente, muchas de estas instancias participativas tomaron, entonces, la forma de concientización de la población local. Los beneficiarios del desarrollo del turismo no saben de qué se trata el turismo, y cuáles son las posibilidades que habilita y el poder político en el marco de sus planes informa sobre el tema a los beneficiarios a partir de la concientización. Esta concientización habla más de las intenciones de la política turística que de las necesidades de la totalidad de la población que reside y trabaja en la Quebrada. Asimismo, como también fue señalado por algunos entrevistados, parece hablar más de la imposición de un plan ya concebido que de una consulta sobre si se quería la patrimonialización o la presencia del turismo en la zona y bajo qué condiciones. Más que convocar a la participación la política necesitaba convencer y lograr la legitimación de su proyecto.

Estas observaciones permiten introducir otra idea que forma parte de las premisas en las cuales se apoyó la política turística para la Quebrada: la idea de que el desarrollo vendría únicamente de la mano del turismo. En uno de los talleres del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la provincia y entre todas las propuestas que se esgrimían quedó registrada una propuesta realizada por un grupo que decía: “que la comunidad decida si quiere turismo y qué tipo de turismo quiere” (CAF-Provincia de Jujuy, 2005). Lo señalado por este grupo parecería una cosa aceptable: discutir si se quiere la presencia del turismo; sin embargo, la elección ya estaba hecha y era inapelable, de hecho, se estaba discutiendo dando por supuesto que el desarrollo para la Quebrada se planteaba a partir del turismo. Es lógico que si se trata de una política sectorial, como fue el caso específico de estos planes, el desarrollo se va a pensar desde el sector, pero si se toma en cuenta que la creación de un lugar turístico y patrimonial en la Quebrada fue un proyecto pensado a nivel de la política provincial, ahí sí puede cuestionarse la elegibilidad exclusiva del turismo frente a otras opciones.

La iniciativa de instalar el turismo como opción proviene del poder político. Así, desde el poder político se instala la idea de posibilidad, la idea de oportunidad (y no se mencionan otras) en un accionar que tiene toda la capacidad (el saber y el poder para hacerlo) para “retratar” un panorama positivo a futuro. La política de la provincia no abrió a la discusión si el turismo o, por ejemplo, la producción agraria constituían la mejor opción para la Quebrada. En definitiva, nunca se plantearon otras formas alternativas de desarrollo que no fueran la puesta en valor turístico del patrimonio de la Quebrada. Y en este sentido es curioso que los intentos por generar el desarrollo de un área eminentemente rural no hayan tenido en cuenta la posibilidad de impulsar el desarrollo de actividades productivas

---

consulta. La explicación apunta a convencer a la población que los cambios que se operan van en el sentido de un bienestar creciente para la totalidad de la comunidad”, (Embajada de Francia en Argentina, 2002: 99).

agropecuarias aprovechando la experiencia y conocimientos que en esa materia posee un porcentaje importante de la población de la zona.

Una revisión crítica de la política turística permite interpretar de otra manera el accionar del poder político. Este accionar está caracterizado, por un lado, por el incentivo al crecimiento del turismo en el lugar, y aquí tiene un papel destacado la patrimonialización de la Quebrada. Es decir, se crea un proyecto de valorización patrimonial de la Quebrada con vistas a su uso turístico, que estimula el crecimiento del turismo, el surgimiento de nuevos actores, la presencia de turistas, nuevas condiciones laborales, oportunidades para brindar servicios, etc. A esto se le suman las tareas de concientización de la población sobre la importancia de ese patrimonio, sobre las posibilidades de su explotación y los beneficios que esto generaría, y se le muestran (y se los hace partícipes en parte de) los mecanismos a través de los cuales se garantizaría su inclusión.

En una palabra, se busca la **legitimación** de esa política aunque no parecen estar asegurados los mecanismos para que las propuestas se concreten. Y en este sentido, las ventajas incuestionables del desarrollo del turismo pueden ser interpretadas como un elemento de utilidad al gobierno provincial para legitimar su política de patrimonialización y valorización turística de ese patrimonio y del destino turístico en general. En el discurso se plantea un plan inclusivo, se cumple con las instancias formales de participación de la población, y más aun, se diseñan planes de manejo complejos para asegurar una gestión de abajo hacia arriba. Pero al mismo tiempo se diluyen preocupaciones y demandas manifestadas en esas instancias participativas y se deja hacer, dando vía libre al crecimiento del turismo espontáneo como si no existiera una política turística, como si no hubiera intentos por ordenar este proceso de valorización turística.

En definitiva, puede afirmarse que esta política turística y patrimonial para la Quebrada transita por dos canales paralelos, definiendo dos estrategias que forman parte de la intervención en el lugar de destino. Por un lado, convoca a la participación e inclusión de la población de la Quebrada abriendo el juego al brindar la posibilidad de intervenir en la toma de decisiones; esto garantizará que el resultado se trate de una propuesta consensuada y, de alguna manera, va a legitimar la política provincial que se está llevando adelante, a lo que se suma la concientización que tiende a asegurar el consenso al instaurar cuáles son las ideas que guían los procesos de intervención. Por otro lado, esta política se caracteriza por la omisión o ausencia de acciones decisivas para el ordenamiento del turismo, la no intervención, la falta de normativas, la dilación en la toma de decisiones, en definitiva, la indiferencia hacia y frente a este crecimiento espontáneo del turismo.

Esta contradicción puede interpretarse de una manera superficial como la negligencia en el accionar del poder político, pero también puede pensarse como una contradicción

funcional a los intereses involucrados en el crecimiento del turismo en la Quebrada. Así, mediante esta política, por un lado, se mantiene lo que Britton (1991) llama la “avenida para la acumulación del capital” que constituye el turismo y por otro lado, se busca la forma de legitimar este accionar llevando adelante un proyecto consensuado por todos los sectores de la sociedad. Esto tiende a mantener la situación y las relaciones que los distintos actores tienen entre sí sin cambios. Para ello se cuenta con el poder para hacerlo (el poder político puede gestionar, tramitar, promocionar) y con el conocimiento necesario (brindado por el saber experto sobre el patrimonio, el turismo o el desarrollo).

Como ya se ha señalado en los capítulos 1 y 2, algunas de las propuestas de desarrollo a partir del turismo suelen considerar a la población del destino como una población homogénea. Para el caso de la Quebrada, específicamente, además se asocia rápidamente la presencia de población aborigen con la existencia de vínculos de tipo comunitario orientados por la solidaridad que, si bien puede decirse que existieron en otras épocas, en la actualidad prácticamente están ausente o perviven sólo en algunas áreas rurales. A la asociación positiva del lugar o lo local con la comunidad que señalara Barros (2000), se agrega una dimensión que asocia comunidad con relaciones sociales armónicas (o sea la idea más tradicional de comunidad) en una fórmula que da como resultado, nuevamente, una garantía de éxito en la formulación de propuestas de desarrollo. Es decir, se asume que la política tiene como base de actuación una sociedad caracterizada por la búsqueda del bien común a partir de lazos de tipo comunitario o solidario.

Esta asociación tan fuerte, y en apariencia tan sólida, impide ir más allá en las indagaciones sobre las relaciones sociales que se establecen entre los distintos actores involucrados, en este caso, en las temáticas vinculadas con el turismo. Como prácticamente toda sociedad, la de la Quebrada no es homogénea y no se establecen necesariamente relaciones armónicas o solidarias entre diferentes actores (como se viera en el capítulo 6, ni aún dejando de lado la presencia más reciente de los empresarios turísticos). Esta mirada prejuiciosa sobre las sociedades rurales, aborígenes, poco cercanas al “mundo occidental” impide considerar a estas sociedades en la diversidad de los actores que la conforman y las relaciones que establecen entre sí teniendo en cuenta la cuota de poder que tiene cada uno.

Además, considerar a la Quebrada como un lugar en los términos en que se entiende en este trabajo permite tener en cuenta procesos o condiciones más amplios y que tienen tal vez su origen en otros lugares. Los procesos más generales de consumo (no exclusivamente) turístico de cultura, y en consecuencia de patrimonio, han incentivado la búsqueda de la inserción de determinados lugares en el elenco de destinos a ser visitados. En este proceso se comprende la decisión del gobierno provincial de incentivar

el turismo en la Quebrada, buscando cierta legitimidad de su accionar a partir de las posibilidades que el turismo puede ofrecer en materia de generación de ingresos.

Este proceso benefició a aquellos que, de alguna manera, tenían acceso a información clave sobre la dinámica de los procesos de patrimonialización y valorización turística del patrimonio. A pesar de ello, muchos quebradeños manifestaron que no sabían de qué se trataba ser Patrimonio de la Humanidad ni que esto implicaba una presencia mayor del turismo. El gobierno provincial también reconoció esta situación de desconocimiento por parte de la población del destino. Así, el desconocimiento sobre esto en particular jugó un papel importante permitiendo el avance del crecimiento del turismo sin oposiciones.

Pensar a la Quebrada como un lugar turístico vinculado a una sociedad no necesariamente homogénea o armónica, sino por el contrario signada por la posibilidad del conflicto, aporta pistas para comprender, por un lado, cómo aquellos actores dotados con cierta cuota de capital económico, social, cultural tendrán más recursos para insertarse en actividades vinculadas con el turismo. En el caso del crecimiento del turismo en la Quebrada, el grupo que se insertó en las actividades vinculadas al turismo está representado por los empresarios hoteleros y por aquellos sectores de la población quebradeña que ya tenían una inserción en el turismo, o simplemente aquellos que, siendo propietarios, perciben un aumento de su capital al valorizarse el precio de los terrenos en la zona.

Por otro lado, los empresarios vinculados al turismo también vieron aumentar su cuota de poder no sólo en el contexto de la Quebrada sino también en el de la provincia. Como ya se mencionara, el crecimiento del número establecimientos y la relevancia de la Quebrada como lugar de pernocte permitió que la Asociación de Turismo de Quebrada y Puna desafiara a los sectores económicos vinculados tradicionalmente al turismo en Jujuy que se nuclean en la Cámara de Turismo. Por otro lado, la Asociación redefinió su relación con la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia, organismo que pasó de ignorarla a realizar tareas en conjunto con ella.

Otros procesos también más amplios redefinirán la situación de los grupos históricamente más relegados. Las formalizaciones de comunidades aborígenes le permitieron a este grupo ocupar una posición diferente en la trama de relaciones de poder a nivel local, pero también a nivel provincial y nacional.

Así, hubo algunos cambios respecto a la posición que ocupaban ciertos actores en la trama social: la Asociación de Turismo, las comunidades aborígenes que frenaron los procesos de adquisición de tierras y aquellos que accedieron a la propiedad de la tierra. Sin embargo, con la consolidación del turismo las condiciones desiguales de acceso a determinadas formas de capital para distintos actores de la trama social no cambiaron

demasiado. Aquellos sectores con escaso capital económico o cultural que desconocían los procedimientos a partir de los cuales acceder a la propiedad de la tierra o a los créditos y aquellos que no cuentan con las condiciones iniciales exigidas por los organismos crediticios, no se vieron favorecidos por el crecimiento del turismo. El acceso al crédito, por ejemplo, se apoyaba en una condición desfavorable que no se modificó con la política turística implementada, aún cuando se reconociera *a priori* el significado de estas exigencias para amplios sectores de la Quebrada. En este caso, sin cambios en las condiciones impuestas, sería muy difícil que cambiaran sus beneficiarios.

Sin embargo, también la creación de instancias donde se expresan las necesidades de distintos sectores vinculados con el turismo brinda la posibilidad de que nuevas demandas que surgieron (o se hicieron más visibles) a partir de la presencia del turismo se hagan oír. De hecho, dentro de los ámbitos de participación se plantearon demandas que apuntaban a modificar las características más estructurales del turismo en la Quebrada. Por fuera del diálogo directo con el poder político, por ejemplo, en las entrevistas realizadas para esta investigación también surgieron cuestionamientos a la política turística, que en términos más amplios son cuestionamientos al proceso de creación de una Quebrada turística y patrimonial. Estos cuestionamientos van a incluir la aparición de conflictos durante el proceso de creación de este nuevo perfil para la Quebrada; manifestaciones contra la patrimonialización, denuncia de las consecuencias de la presencia del turismo, creación de barrios de vivienda en tierras ocupadas, reclamos de tierras comunitarias, etc. Así, este proceso de incentivar el crecimiento del turismo en la Quebrada, del cual la búsqueda del desarrollo es un elemento clave, vendrá de la mano de ciertas disonancias. En efecto, en el capítulo 12 se retomarán estas propuestas de desarrollo del turismo para mostrar su contracara en las distintas manifestaciones acompañando a este proceso de redefinición de la Quebrada como lugar turístico.

## **Capítulo 11. La estetización de la Quebrada de Humahuaca: las transformaciones del lugar turístico**

Definidos los atractivos de la Quebrada, aquellos elementos que harán del lugar un lugar distintivo, los intentos por precisar la apariencia de la Quebrada se orientarán a reproducir esa imagen concebida del destino. Fundamentalmente se trata de un lugar que es visto como una combinación armónica de ciertos elementos que reconocen raíces aborígenes articulados con una presencia española y criolla en el área, que deja afuera ciertas características más “modernas” del lugar.

Esta definición de una imagen de la Quebrada estará signada por una estética que está en consonancia, además, con el carácter patrimonial del lugar. Esto implica mantener y preservar la Quebrada tal cual se supone, se piensa o se entiende que debe ser. Así, la Quebrada ideal deberá mantener todos sus atractivos turísticos y aquellos rasgos que justificaron su patrimonialización por la UNESCO.

A partir de esto, resulta interesante preguntarse cómo evoluciona la Quebrada en la actualidad, cómo se transforma. Para dar respuesta a este interrogante, aquí se pondrá el énfasis en dos dimensiones: por un lado, cuáles son los cambios que se producen y por el otro, quiénes y cómo participan de estas transformaciones. Estas preguntas suponen que aquellas formas de transformar un lugar, de embellecerlo, no son neutras, sino que responden a intereses, apelan a gustos formados que, aunque en apariencia son obvios, generan consenso y no son cuestionados. Así, puede pensarse que este lugarestá siendo moldeado por actores concretos, que además tienen cierta cuota de poder para actuar (porque detentan cierto capital económico, social, cultural, simbólico). Estos actores están acompañados por otros cuyas actuaciones no generan consenso y que además se ven como una amenaza a lo que se está constituyendo en la “versión oficial de la Quebrada”. Duncan y Duncan, haciendo referencia específicamente al paisaje, expresan elocuentemente una de las ideas principales que atraviesan el desarrollo del presente capítulo:

“Members of certain communities can mobilize enough economic and cultural capital to create landscapes that have the power to incorporate and assimilate some identities while excluding or erasing others” (Duncan y Duncan, 2001: 387)



Así, en este capítulo se analiza e interpreta el proceso de **estetización** de la Quebrada como parte de las transformaciones acontecidas teniendo en cuenta la organización del lugar para el consumo turístico y la protección del patrimonio, atendiendo al cuarto objetivo específico. En primer lugar se abordan aquellos cambios en el paisaje quebradeño, especialmente en lo referido a la arquitectura, señalización y recorridos diseñados para visitar la Quebrada, para luego poner atención en las adaptaciones del lugar para su consumo turístico. Además se hace referencia a aquellas objeciones pronunciadas hacia distintos rasgos, que lejos de ser considerados parte de la Quebrada patrimonial y turística, son presentados como obstáculos para el consumo turístico del lugar. El capítulo se cierra interpretando las transformaciones de la Quebrada en relación con los actores que las llevan adelante.

### **11.1. El consumo turístico del patrimonio quebradeño**

Una declaración patrimonial como la otorgada a la Quebrada inviste a los atractivos y al lugar con una nueva atraktividad, que los hará internacionalmente reconocidos y este proceso renueva las formas en que el destino es valorizado turística y económicamente. Esta distinción es una manera de otorgarle una característica específica al lugar, que lo hará competitivo en el escenario mundial por atraer capitales y turistas, transformándolo en un destino exitoso. En efecto, la puesta en valor *turístico* de ese patrimonio fue considerada como la única forma de aprovechamiento posible para el mismo, especialmente teniendo en cuenta su capacidad de generar recursos económicos.

Harvey (2002) afirma que una de las tendencias del capital es asegurar la obtención de una renta monopólica a partir del control de ciertos elementos únicos. La declaración patrimonial de la UNESCO constituye una certificación del carácter distintivo del lugar (lo construye como un lugar único) al tiempo que también funciona como garantía de autenticidad y originalidad para los bienes y servicios que se ofrezcan allí o que provengan del mismo.

Si como afirma Harvey el capital tiende a ejercer un control exclusivo sobre ciertos elementos únicos, no reproducibles y pasibles de ser comercializados, no sería extraño que se produzcan intentos por buscar un control sobre el patrimonio por parte de determinados actores sociales y de exclusión de otros. Así, el carácter patrimonial inaprensible e invaluable de la Quebrada se comercializará permitiendo la obtención de rentas monopólicas de manera directa, indirecta y también permitiendo la obtención de ganancias extraordinarias. Esto implica, entre otras cosas, una dinamización del mercado

inmobiliario (en tanto el patrimonio se encuentra implantado en un lugar, y en este caso, tiene un referente arealmente definido) y una reactivación de la comercialización de bienes y servicios asociados al lugar. En el capítulo siguiente se pondrá atención a la dinámica del mercado inmobiliario de la Quebrada a partir de los procesos de valorización turística de su patrimonio; en lo que sigue se dará cuenta de otra cara de este proceso: la proliferación de bienes y servicios ofrecidos para su consumo turístico, convenientemente adaptados a la nueva condición del lugar, que se sumaron a los ya existentes en el destino y que se vieron jerarquizados a partir de su asociación con el carácter patrimonial de la Quebrada.

Esta comercialización de bienes y servicios turísticos asociados a la Quebrada patrimonial sería una de las formas a través de las cuales se generarían los esperados beneficios para la Quebrada a partir de la presencia del turismo. Como ya se comentara en los capítulos 9 y 10, la puesta en valor turístico de este patrimonio, y la generación de beneficios de amplia distribución, fueron ideas que circularon y se difundieron ampliamente, abonando las expectativas que ya de por sí genera el turismo.

Para permitir e incentivar este consumo turístico fueron necesarias ciertas adecuaciones acorde a su condición de lugar patrimonial y a aquella versión patrimonial (y turística) que se había elaborado y promovido de la Quebrada. Estas transformaciones estuvieron orientadas por criterios estéticos, vinculados a la imagen buscada de la Quebrada patrimonial y también atendiendo a las demandas actuales del turismo. Parte de la adaptación de la Quebrada para dar lugar al consumo turístico se manifiesta en los aspectos más materiales del lugar, aquellos consumidos visualmente y asociados a la organización de su **paisaje**. Otros rasgos de la Quebrada también se adaptarán para su consumo, entre ellos edificaciones, festividades y manifestaciones musicales.

## **11.2. Los cambios en el paisaje quebradeño**

Gran parte de las transformaciones que atravesó la Quebrada en su adaptación al consumo son evidentes en la organización física del lugar, en relación a las edificaciones surgidas para proveer de bienes y servicios a los turistas. Estas transformaciones, en general, se mueven entre los intereses que plantean ciertas normativas débiles propuestas desde el poder político y la gestión patrimonial, los de aquellos actores que prestan servicios turísticos y los no vinculados directamente con el turismo.

### 11.2.1. Las normativas

Para “mantener” ciertos rasgos específicos de la Quebrada se ha creado una normativa que dicta qué puede y debe hacerse y qué no, en función del modelo ideal pensado para la Quebrada. La Unidad de Gestión de la Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad es el organismo encargado de velar por el cumplimiento de esa normativa elaborada en el ámbito provincial.

Iniciado el proceso para lograr la designación patrimonial por la UNESCO, desde el gobierno provincial se crea un conjunto de normas en el sentido señalado, algunas de las cuales nunca fueron aplicadas ni reglamentadas (véase cuadro 11.1).

Cuadro 11.1. Normativa sobre protección patrimonial en la Quebrada de Humahuaca (década de 2000)

Ley provincial general de medio ambiente N°5063 (1998)	Ley respecto al medio ambiente
Ley provincial N°5.260 (2000)	Declara a la Quebrada de Humahuaca Paisaje Protegido
Ley provincial N°5.255 (2001) (no reglamentada)	Crea Áreas típicas de conservación en localidades de la Quebrada y la Puna
Ley provincial N°5.379 (2003) (no reglamentada)	Crea el programa de paradores turísticos en la provincia
Decreto del gobierno provincial N°789 (2004)	Reglamenta la ley provincial N°5.260
Decreto provincial N° 2.805 (2006)	Declara montes permanentes a las zonas con cactáceas en el territorio provincial
Ley provincial N° 5.360 (2006)	Declara Monumento Histórico Provincial al Monumento a la Independencia y la Torre de Santa Bárbara

Fuente: Información provista por la Secretaría de Turismo y Cultura y por la Legislatura de la provincia de Jujuy.

En el año 2000 la Quebrada de Humahuaca había sido designada Paisaje Protegido por la ley N°5.260. Esta ley se reglamenta en 2004 (por decreto N°789-G-2004) y tiene como principal referente la ley (provincial) general de medio ambiente N°5.063 (de 1998). De esta ley surgen algunas de las ideas básicas que orientan la reglamentación de la designación de la Quebrada como Paisaje Protegido. De alguna manera, la gestión de la Quebrada hereda varios elementos de la gestión ambiental en el ámbito provincial. En el capítulo II de esta ley (De la Protección Ambiental de los Recursos Naturales Renovables) en su “Sección VII. Del Paisaje” se explicitan las disposiciones más generales respecto de la protección del paisaje en el territorio provincial:

“ARTICULO 121°.- Todos los habitantes de la Provincia tienen derecho a disfrutar de los paisajes naturales y urbanos que, por sus especiales valores escénicos y estéticos, contribuyen a su bienestar físico y espiritual.

ARTICULO 122°.- Corresponde a la autoridad de aplicación, en coordinación con los organismos provinciales con injerencia en la materia, o, en su caso, a los municipios, dentro de sus respectivas jurisdicciones:

- a) Identificar los recursos panorámicos o escénicos que, por sus especiales características, serán protegidos;
- b) Prohibir, en aquellos paisajes protegidos, todo tipo de obra o actividad que pudiera alterar los mismos;
- c) Fijar límites de altura o determinar estilos de construcción para preservar valores estéticos, históricos o culturales;
- d) Procurar que las actividades turísticas se desarrollen preservando la integridad natural, cultural e histórica de cada lugar.

ARTICULO 123°.- En la ejecución de obras públicas o privadas, se procurará la integración de las mismas al entorno, manteniendo la armonía y estética del paisaje natural y urbano”.

En esta legislación aparece con fuerza la idea de gestionar a través de la identificación y la preservación de elementos de cierto valor estético del paisaje que será retomada en la legislación que, con posterioridad, se elabore para la gestión de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad<sup>336</sup>.

La reglamentación de la ley de Paisaje Protegido, inspirada en las ideas antecedentes, puso especial énfasis en el ordenamiento territorial que tenía como punto fuerte el control sobre las edificaciones que pudieran erigirse en la Quebrada. Así, esta reglamentación prevé la creación e implementación de un Plan de Ordenamiento Territorial y estipula un procedimiento de evaluación ambiental para cualquier tipo de obras a realizarse en la Quebrada, así como también para las que se encuentran en ejecución al momento de emitido este decreto. La evaluación ambiental, a realizarse entre los organismos responsables de las cuestiones ambientales, turísticas y culturales de la provincia, está sujeta a la presentación de los documentos de las obras a realizar (proyectos, planos de obra y de localización, memorias descriptivas, cronograma de ejecución, estudios de títulos, memorias de cálculos), las cuales no pueden ser llevadas adelante sin el dictamen emanado de la evaluación.

Lo ambiental en esta reglamentación no implica sólo aquello estrictamente vinculado al manejo de recursos naturales o gestión de residuos sino también a aspectos vinculados

---

<sup>336</sup>Es interesante notar que la única actividad a la que hace referencia explícitamente esta sección es el turismo, la cual es además mencionada como amenaza a la integridad del lugar.

con cuestiones paisajísticas y culturales del lugar. Explícitamente, el decreto dispone que si “se juzgara que la obra afecta el paisaje natural y los valores estéticos, históricos, culturales y arquitectónicos de la Quebrada de Humahuaca, será obligatorio para los titulares o responsables de las mismas la realización de estudios previos de impacto ambiental, a efectos de su debida evaluación [...]” (artículo 4º). Estos estudios serán sometidos a una evolución que dará como resultado un dictamen a partir del cual se “podrán disponer la adopción de las medidas alternativas, correctivas, complementarias o de mitigación que juzguen pertinentes. Estas medidas deberán ser observadas por los titulares o responsables de las obras, bajo apercibimiento de no autorizarse el inicio de los trabajos” (artículo 6º). Además, se aclara que “en los casos en que el impacto de la obra sobre el paisaje o sobre los valores estéticos, históricos, culturales y arquitectónicos del lugar sea significativo, la autoridad de aplicación deberá asegurar la debida difusión de los proyectos sometidos a evaluación, a fin de que los mismos puedan ser consultados por cualquier persona que tenga un interés legítimo para formular observación. Asimismo se preverá la celebración de audiencias públicas con el objeto de someter estos proyectos a consulta de la comunidad afectada de la Quebrada de Humahuaca” (artículo 7º).

Este ha constituido un intento de ordenar las transformaciones que se operan en la Quebrada, atendiendo a algunas de las observaciones que realizara el ICOMOS (en su informe de julio de 2002) sobre los aspectos que debería resolver la provincia para el área patrimonial respecto a las inundaciones producidas por las crecidas de los cursos de agua, la intensificación de la urbanización y los procesos agrícolas, las líneas de energía eléctrica, la construcción en altura y el crecimiento del turismo.

Si bien algunas de las leyes creadas no se reglamentaron (tampoco se derogaron) resulta interesante su revisión para tener una visión acabada de cuáles eran las intenciones para con la Quebrada en un contexto de valorización del área que requería algún tipo de gestión. Entre estas leyes que nunca fueron aplicadas se encuentra la ley provincial Nº5.255 de “Áreas típicas de conservación” (promulgada el 21 de junio de 2001) en la cual se determina que las localidades quebradeñas de Tumbaya, Purmamarca, Tilcara, Humahuaca, Uquía (acompañadas de las puneñas Rinconada y Yavi) son de interés público y se encuentran sujetas a acciones de “conservación, recuperación, mantenimiento, mejoramiento y desarrollo del conjunto de sus bienes tangibles e intangibles, entendiéndose por tales los recursos naturales, culturales, históricos, paisajísticos y turísticos de las mismas, y la defensa de ellos ante acciones, construcciones, usos o instalaciones que las pudieran degradar” (artículo 1). En estas localidades la ley prevé la delimitación de áreas típicas de conservación y reserva. Dentro de estas áreas las actividades culturales y las obras públicas y privadas deberán adecuarse a lo establecido por una comisión integrada por representantes de la Secretaría de Estado de Turismo, Secretaría de Cultura, Municipios, Legislatura de la

Provincia, Dirección General de Arquitectura, por Colegios Profesionales, Asociaciones Civiles y Fundaciones. Curiosamente se designa como organismo de aplicación de esta ley a la Secretaría de Turismo y no a la Secretaría de Cultura (dichas secretarías aún se encontraban separadas al momento de promulgación de la ley). Entre las atribuciones otorgadas a esta comisión se encuentran las concernientes a la fijación del área sujeta a la ley, el ordenamiento del espacio público (estableciendo usos del suelo) y la determinación de qué debe ser conservado y qué no y qué aspecto deben tener estas áreas conservadas. Nuevamente es necesario aclarar que esta legislación no fue reglamentada, pero ilustra las ideas que circulan en el ámbito de la política provincial respecto de la gestión del patrimonio<sup>337</sup>. Interrogados acerca de los motivos por los cuales esta legislación no se reglamentó, los especialistas de la Unidad de Gestión aclaran que la política patrimonial actual dista de aquella que inspiró esta legislación no aplicada, elaborada desde la legislación provincial por políticos no especialistas en las temáticas de gestión del patrimonio<sup>338</sup>.

Las normativas elaboradas no sólo apuntan a normatizar las construcciones. En 2006 se elaboró el decreto N° 2.805-PI por la cual se declaran como montes permanentes a las zonas donde se encuentran cactáceas en todo el territorio de la provincia. En este decreto “se expresa la prohibición de corte y extracción en propiedad fiscales y particularmente en la zona de protección de la Quebrada de Humahuaca, inscripta en la UNESCO como Patrimonio Mundial de la categoría Paisaje Natural (sic)” (Parte de Prensa N° 099 Miércoles 3 de Mayo de 2006). Asimismo, en el parte de prensa que da a conocer este decreto se expresa que “La iniciativa surgió de la necesidad de adaptar la anterior norma legal (Decreto N° 3508), que ya resultaba insuficiente para los niveles actuales de utilización del recurso y especialmente por el nuevo ‘status’, obligando a la readecuación de la legislación para la mejor protección de la especie”. Respecto a estas especies vegetales, es importante recordar que las mismas forman parte del repertorio patrimonial de la flora de la Quebrada, constituyendo un elemento distintivo del paisaje en las caracterizaciones de la Quebrada turística y patrimonial.

Otras formas de protección del patrimonio impulsadas desde el gobierno provincial fueron la campaña tendiente a evitar las pintadas políticas en las paredes de los espacios públicos en las localidades de la Quebrada y las tareas de iluminación en la localidad de Humahuaca (se renovó la iluminación del Monumento a la Independencia, la Torre de Santa Bárbara y algunas de las calles céntricas en 2007). Por otro lado, también se creó

---

<sup>337</sup> Apoyándose en algunos puntos de esta ley, se creó otra (Ley provincial N°5379 de 2003 de creación de paradores turísticos) que tampoco fue reglamentada.

<sup>338</sup> Entrevista a Damián, arquitecto integrante del equipo técnico de la Unidad de Gestión Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad, febrero de 2007.

una nueva declaración patrimonial: mediante la ley provincial N° 5.360 (2006) se declaran como Monumento Histórico Provincial estos dos últimos monumentos mencionados.

Por otro lado, la normativa no sólo modifica o impide la modificación del paisaje, también apunta a consolidar ciertas ideas como hegemónicas en relación a qué y cómo proteger, a partir de su intervención en la educación. En efecto, el decreto reglamentario (N°789-G-2004) de la ley N°5.260 prevé la consolidación de determinadas actitudes respecto de la protección de ciertas características del lugar, mencionando específicamente qué actores deben participar de este tipo de instancias de formación. Así se expresa el Capítulo V (De la educación e investigación ambiental) en los artículos 9° y 10°:

“ARTICULO 9°:La autoridad de aplicación formulará un plan de educación ambiental permanente, de manera que se constituya en uno de los instrumentos básicos para generar en los habitantes de la Provincia valores, comportamientos y actitudes acordes con un ambiente equilibrado que tienda a la preservación de los recursos naturales, del paisaje y de los valores estéticos, históricos, culturales y arquitectónicos del lugar.

ARTICULO 10°: El plan de educación ambiental que se formule se pondrá en práctica progresivamente con la participación activa de las Secretarías de Educación y de Turismo y Cultura, instituciones escolares, aborígenes y habitantes de sitio, generando así una amplia participación de toda la comunidad. Asimismo el plan preverá actividades de fomento y capacitación permanente de recursos humanos para el cuidado del ambiente y la atención del turista.

ARTICULO 11°: La autoridad de aplicación apoyará e incentivará las actividades de investigación científica y artística, relacionadas con la conservación, preservación y mejoramiento del paisaje natural y de los valores estéticos, históricos, culturales y arquitectónicos de la Quebrada de Humahuaca”.

En esta legislación vuelve nuevamente la idea de concientizar a la población local sobre la importancia de la protección del patrimonio. La protección de este patrimonio necesita ser asegurada con la generalización de ciertas ideas sobre su relevancia, que además se reforzarán con la actuación del saber experto y sus dictámenes, como se señalara en el capítulo 9.

A pesar de la existencia de legislación, la efectiva organización de este lugar orientada por esta legislación es sólo parcial. Esto quiere decir que si bien las leyes plantean que los proyectos de construcción edilicia deben ser aprobados por la Unidad de Gestión, este organismo desconoce los proyectos de construcción de obras en la Quebrada y sólo entra en conocimiento de los mismos cuando los interesados en llevar adelante estas obras presentan “voluntariamente” los documentos al organismo para que sea aprobado el proyecto. Es decir que en la práctica, más allá de estar obligados por la ley, quienes emprendan un proyecto edilicio en la Quebrada *optan* por presentar o no la documentación necesaria al organismo encargado de la gestión del lugar.

Intentando incentivar la presentación de los proyectos de construcción en la Quebrada, la Unidad de Gestión distribuyó en el CFI un instructivo sobre qué documentación presentar junto a la solicitud del crédito para construcción o ampliación de construcciones. La documentación a presentar que se exige desde la Unidad de Gestión incluye constancia de la titularidad del inmueble, plano de ubicación del lote en el entorno, planimetría del terreno con ubicación de los volúmenes a construir, plano municipal a escala 1:100, planos con información sobre características arquitectónicas y de equipamiento, memoria descriptiva completa que incluye una descripción de la función de la obra y la tipología arquitectónica.

En los casos en que la documentación es presentada en la Unidad de Gestión se realiza una evaluación de los materiales, las técnicas y la relación de la obra con el entorno. Luego se elabora un informe que es presentado en la municipalidad para su aprobación.

La evaluación y las recomendaciones que emanan desde los municipios tampoco se ajustan a una legislación precisa. La legislación más completa que regula la construcción en los ámbitos urbanos es la de Purmamarca. Esta localidad tiene una ordenanza de 1971<sup>339</sup> que pauta las construcciones, especialmente en lo que se refiere a la altura de las edificaciones. Los criterios por los cuales se pautan este tipo de emprendimientos no están establecidos a nivel municipal como tampoco lo están a nivel provincial. Recientemente (junio de 2006) se firmó un acuerdo entre la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Nación, las Universidades Nacionales de Tucumán y de Jujuy y la Secretaría de Turismo y Cultura para reglamentar la construcción edilicia en la Quebrada. Este proyecto busca homogeneizar la legislación municipal en la Quebrada para regular las construcciones, a partir de un relevamiento de la legislación existente<sup>340</sup>.

Uno de los puntos interesantes según lo propuesto por estas leyes, es que no se trata sólo de conservación, en el sentido de dar continuidad a algo existente, sino que se trata

---

<sup>339</sup> Se trata de la ordenanza N° 006/71, la misma "Declara Reserva Turística a Purmamarca y zonas aledañas. A los fines del uso de suelo establece cuatro áreas: conglomerado urbano, zona de protección del paisaje, zona hotelera y accesos. Establece uso de suelos, línea municipal, altura de edificación, FOS [Factor de Ocupación del Suelo], áreas de estacionamiento, tratamiento de calles y veredas, etc. Indica que deberá mantenerse el carácter y estilo de la edificación tradicional" (Provincia de Jujuy, 2002, gestión).

<sup>340</sup> Al respecto el secretario de Turismo y Cultura de la provincia afirmó: "Todas estas acciones forman parte de los procedimientos fijados tanto por el Plan de Gestión de la Quebrada y de Desarrollo de Turismo Sustentable de la provincia, dado que el primer objetivo de ambos programas es la protección y monitoreo de los recursos, siendo uno de ellos el patrimonio edilicio y las construcciones, que son íconos de una arquitectura muy específica con toda una historia preexistente" ("Importante avance en la regulación edilicia y la protección del patrimonio de La Quebrada", *Jujuy al día*, 08/06/2007).



también de crear algo nuevo. En efecto, el énfasis es más fuerte en reglamentar o pautar lo nuevo que puede ser creado en la Quebrada antes que intentar proteger lo existente. De esto da cuenta no sólo la legislación existente sino las ideas de los especialistas acerca de los nuevos estilos que deben tener las edificaciones construidas en la Quebrada.

### 11.2.2. La nueva arquitectura quebradeña

La nueva estética quebradeña en gestación, atendiendo a las modificaciones en el paisaje, reúne un conjunto de características que intenta recrear, en una versión más occidentalizada y sofisticada, *ciertos* estilos arquitectónicos vernáculos. Entre ellos los consagrados por el saber experto como de valor patrimonial. En términos de lo consagrado como patrimonio en la Quebrada esto equivale fundamentalmente a las construcciones en tierra cruda (adobe en la mampostería y torta en el techo) (ver imágenes 11.1 y 11.2), aunque también incluye las construcciones de estilo colonial o aquellas de fines del siglo XIX y comienzos del XX. Estas ideas sobre la nueva estética de la Quebrada están pautadas desde el poder político a partir de una normativa específica, pero también son compartidas por la visión de los empresarios turísticos y los arquitectos; de hecho, esta nueva estética se encuentra presente en proyectos arquitectónicos anteriores a la legislación provincial referida al tema.



Imagen 11.1. Casa de adobe en Tilcara. Puede observarse el techo de torta



Imagen 11.2. Casa de adobe en Tilcara

El control de las transformaciones que están teniendo lugar en la Quebrada en materia de construcciones queda en manos de la Unidad de Gestión como institución responsable por la aplicación de la normativa: ésta será la que, en el marco del correcto funcionamiento de la legislación, dé el “visto bueno” a las acciones que respondan a los criterios estéticos fijados para la Quebrada. Sin embargo, más allá de la normativa existente sobre el tema, las construcciones turísticas están configurándose con esta nueva estética impulsada por arquitectos que revalorizan los materiales de la zona y los emplean para la construcción o para la decoración exterior de estas construcciones.

Este nuevo estilo de construcción está siendo llevado adelante por varios arquitectos referentes indiscutidos de la nueva estética quebradeña. Uno de los principales exponentes entre ellos es Carlos Antoraz, arquitecto jujeño residente en Purmamarca, que realizó varias obras en la Quebrada, muchas de ellas construcciones dedicadas a establecimientos turísticos. Carlos Antoraz afirma: “vine a Purmamarca hace 15 años y me sorprendí con la forma en que los lugareños descalificaban la tecnología de construcción que se usaba aquí. Me refiero puntualmente al adobe, la torta de barro o la caña, materiales que la gente ya no usaba. Incluso el andino, miraba lo que pasaba en la ciudad y, por copiar, fue perdiendo en alguna medida parte de la identidad propia” (Revista *Emprender*, 2005 año 1, N°3, página 28).

El adobe que tradicionalmente se utilizaba en la zona para la confección de las paredes de las edificaciones, comenzó a ser abandonado en el siglo XX por otros materiales y técnicas de construcción asumidas como más modernas. En la Quebrada los materiales y las edificaciones en sí comienzan a ser más similares a las existentes en las ciudades. El adobe -objeto de las ideas sobre el progreso que lo consideraban dando forma a aquellos “semiderruidos ranchitos” de los que hablaba una guía turística (Morey, 1955)- es eliminado por obsoleto y las viviendas comenzaron a construirse con hormigón, ladrillos y techos de chapa; estos fueron también los materiales que se emplearon en la ejecución de los planes de vivienda en la zona (ver imágenes 11.3 y 11.4).



Imagen 11.3. Utilización de chapa en los techos (Tilcara)



Imagen 11.4. Barrio Malka (Tilcara) construido a partir de un plan de vivienda

Si bien la arquitectura tradicional tiene ciertas ventajas que la hacen apta para la zona (aminora el impacto de las temperaturas exteriores) tiene también ciertas desventajas, especialmente frente a la presencia del agua de lluvia. El barro es sensible al agua por lo que la torta, el adobe y el revestimiento exterior de las paredes se desintegra progresivamente con las precipitaciones. Por estos motivos, las nuevas construcciones utilizan los materiales comúnmente empleados en la construcción en combinación con los elementos locales: básicamente una estructura (cimientos, columnas y vigas) de hormigón e impermeabilizantes junto con los materiales de la arquitectura vernácula en la mampostería (de adobe) y el techo (de barro) combinados con otros elementos como la piedra, la caña y la madera.

En algunos casos, las construcciones se muestran innovadoras con techos horizontales (reemplazando el techo a una o dos aguas) o con el agregado de amplios ventanales. En efecto, algunas de las nuevas construcciones tienen grandes ventanales que aprovechan las vistas y sobre estas diferencias Antoraz elabora una explicación: “Los turistas quieren ver las casitas típicas pero sus necesidades son otras. La gente del lugar pasa el día al aire libre, trabajando en el campo y cuando vuelve a su casa no necesita ver el paisaje por eso tienen ventanas pequeñas. El turista va a estos lugares a ver el paisaje por eso las construcciones tienen amplios ventanales: para ver el paisaje desde dentro”<sup>341</sup>.

Este tipo de emprendimientos turísticos con estas características se localizó especialmente en Purmamarca y le valió a la localidad el apodo de “lugar top de la Quebrada”<sup>342</sup>. Esto está en lógica consonancia con el perfil que la localidad está construyendo en materia turística, que se concentra en brindar servicios exclusivos (ver capítulo 12 en relación a la construcción de la Quebrada como un destino de calidad). Algunas descripciones de los establecimientos dan una idea de la tendencia que se sigue en la localidad, que combina aquellos elementos típicos de la zona con elevados niveles de confort:

“Si está pensando en pasar unos días en familia y aprecia las comodidades de una cabaña, tiene una opción nueva a escasos metros del pueblo. Huaira Huasi tiene cabañas totalmente equipadas, decoradas con buen gusto siguiendo las pautas de la zona. Muebles rústicos, carpintería de cardón, hogar a leña, biblioteca, equipo de audio, heladera y cocina. En pleno centro de Purmamarca se inauguró la Hostería Amauta, diseñada con elegancia arquitectónica y una absoluta comprensión del entorno, fusionando los materiales típicos de la zona con elementos del mejor confort de vanguardia” (“Purmamarca top”, en *Carta Abierta Jujuy*, [www.cartaabiertajujuy.com.ar](http://www.cartaabiertajujuy.com.ar)).

Estas transformaciones en la localidad de Purmamarca son evidentes y muy recientes, al punto que hace unos cuatro años era difícil encontrar un lugar para alojarse en el pueblo y nadie lo habría descrito como un pueblo de antiguas viviendas y nuevos hoteles<sup>343</sup>.

---

<sup>341</sup> Entrevista con Carlos Antoraz, 8/02/2007.

<sup>342</sup> “En los últimos años, Purmamarca ha sido el lugar escogido por los emprendimientos de alojamiento y gastronomía más pretensiosos. Así, hoy va en camino de brindar un servicio de excelencia a los turistas más exigentes y perfilarse como el lugar top de la Quebrada” (“Purmamarca top”, en *Carta Abierta Jujuy*, [www.cartaabiertajujuy.com.ar](http://www.cartaabiertajujuy.com.ar)).

<sup>343</sup> “Pequeña y deliciosa, dentro de la espectacular escenografía natural de su Cerro de los Siete Colores, el cálido rosado intenso del adobe impregna el pueblo en antiguas viviendas y nuevos hoteles” (“Purmamarca, con sabor a quinoa, llama y papines”, *La Nación*, 5/08/2007).

Las nuevas formas de pensar los servicios turísticos en la Quebrada van de la mano de las nuevas tendencias en la hotelería en términos más generales. Una de las dueñas de un hotel en Tilcara expresó: “el hotel boutique, la atención personalizada es lo que es moda, lo que se busca en el turismo. Eso es lo que prevalece en la Quebrada”<sup>344</sup>. La misma entrevistada manifestó que “hace 15 años habrían puesto vidrio, neón, grandes hoteles”. En relación con esto también resulta interesante la observación que realiza un empleado del Hotel de Turismo de Tilcara que también da cuenta de las transformaciones ocurridas en el último tiempo en relación con la oferta de alojamiento: “en el hotel nos preguntábamos por qué no venían turistas internacionales. Por el nombre del hotel: la gente cuando dicen hotel se imagina algo grande, por eso acá buscan posadas, hostales”<sup>345</sup>.

La madera, la piedra, la caña y especialmente el adobe, son los materiales de esta nueva arquitectura de la Quebrada, y los mismos son objeto de discusión, debate y formación entre los arquitectos, ingenieros y los representantes de la gestión turística y patrimonial provincial. En efecto, en octubre 2006, se desarrolló un taller debate sobre diseño de áreas urbanas organizado en forma conjunta por la Secretaría de Turismo y Cultura de Jujuy, la Unidad de Gestión de la Quebrada de Humahuaca y los colegios profesionales de Arquitectos y de Ingenieros. El título del taller “¿Qué arquitectura queremos para la Quebrada?” es ampliamente sugerente respecto de quiénes son los que deciden sobre las características que tendrá la nueva estética quebradeña. Sin embargo, en consonancia con la política turística y patrimonial de la Quebrada en general, esta iniciativa también estuvo realizada en un espíritu participativo, que incluyó la invitación a las autoridades municipales (dada su incumbencia en materia de legislación local) y a todos aquellos que estuvieran interesados<sup>346</sup>.

---

<sup>344</sup> Entrevista a Andrea, empresaria hotelera de Tilcara, originaria de Córdoba, 17/01/07.

<sup>345</sup> Entrevista a Norberto, empleado del Hotel de Turismo de Tilcara, 1/02/07.

<sup>346</sup> El semanario de noticia que emite la Secretaría de Turismo y Cultura provincial recoge los motivos de este accionar expresados por el titular del organismo:

“...es fundamental una participación de todos para que haya un involucramiento de la sociedad civil y de aquellos que están inmersos en esta problemática, para generar normas con el consenso adecuado y poder llevar adelante una serie de pautas sustentables en el tiempo que permitan conservar y preservar la Quebrada en su belleza arquitectónica, que es uno de los tantos valores que la destacan como sitio de Patrimonio de la Humanidad’. [...] ‘No podemos prescindir de ellos (por los municipios), de allí que las áreas de Obras Públicas de las comunas y la propia comunidad municipal están invitados a participar puesto que las sugerencias y normativas que surjan de los talleres necesitarán de la sanción de ordenanzas municipales [...]. ‘Se busca generar normas por un lado y también, generar conciencia de que el patrimonio arquitectónico de la Quebrada de Humahuaca es uno de los valores más importantes que tuvo en cuenta la UNESCO al incluir la Quebrada de Humahuaca en la Lista de Patrimonio de la Humanidad [...]’ (www.secturjujuy.com.ar).

En este taller se pusieron en evidencia distintas formas de concebir la manera de construir en la Quebrada. Mientras algunos arquitectos (fundamentalmente aquellos vinculados a la gestión) promueven el establecimiento de ciertas pautas que orienten la construcción que se lleva adelante en la Quebrada, otros propugnan la creación de pautas mínimas para la construcción, defendiendo el derecho a la creatividad profesional. Si bien sobre este punto los acuerdos fueron muy generales -por ejemplo, se decidió que se debían emplear materiales del lugar en las construcciones aunque también se podrían emplear materiales nuevos que no afecten el entorno- también se definieron algunas líneas de acción para consolidar la reglamentación a nivel municipal, mencionada en el punto anterior.

En relación con esta nueva arquitectura, es interesante destacar la existencia de ciertos proyectos de construcción de emprendimientos turísticos dedicados principalmente a los servicios de alojamiento que fueron concebidos no sólo en la estética de cada edificación individual inspirados en las construcciones quebradeñas “originales”, sino que han sido planificados como un conjunto arquitectónico, es decir, como un microproyecto urbanístico. En lo que refiere a las edificaciones individuales, en general las construcciones combinan madera, piedra y colores térreos en sus revestimientos exteriores. Este es el caso, por ejemplo, del establecimiento La Comarca ubicado a la vera de la ruta 52 en Purmamarca. El emprendimiento está diseñando de manera que recrea un caserío que reúne un conjunto de habitaciones y cabañas alrededor de una plaza<sup>347</sup>.

A esta disposición urbanística de las edificaciones del establecimiento se le agregan aquellos aspectos ya señalados para la construcción. Así expresa la idea original un directivo de La Comarca S. A.: “en el diseño se decidió respetar la metodología constructiva ancestral y tradicional, que es usar el ladrillo sin cocer o adobe’ [...] ‘los techos se hicieron con caña y torta de barro, incorporando los elementos de la impermeabilización con que se cuenta actualmente. Se utilizó bastante la madera y la piedra que existe en la zona, es dúctil y fue trabajada por artesanos de la zona” (Revista *Emprender*, 2005, año 1, N°3, página 21). Esta fue también la idea que inspiró la construcción de una especie de caserío similar en las afueras de Tilcara, inaugurado en 2006 (ver imagen 11.5). A propósito del mismo, el dueño del emprendimiento aseguró, mientras aún estaba en construcción, que se trataría de “la reproducción de un pueblo típico de la Quebrada”. De hecho, en el predio se reúnen un conjunto de construcciones (cabañas) con otras edificaciones destinadas a otros usos como recepción y restaurante, todas respetando este estilo “neo-quebradeño” al cual se hace referencia como “nuestra

---

<sup>347</sup> Según la revista *Emprender*, “su diseño urbanístico no hace más que representar, respetando visualmente el entorno, lo que uno alcanza a divisar a cada momento en el viaje por la Quebrada de Humahuaca, pequeños pueblos o caseríos ordenados en cuadrícula” (Revista *Emprender*, año 1, N°3, página 20).

aldea” en su página web ([www.cerrochico.com](http://www.cerrochico.com)). Este conjunto de edificaciones es acompañado por pircas que simulan delimitar espacios, por un corral con llamas y acequias que recorren el predio en el cual se encuentra plantada vegetación de la zona con carteles indicativos del nombre de la especie a la manera de un jardín botánico.

En otros casos, como El Caserío en Bárcena (ver imagen 11.6), la intención no es recrear fielmente el estilo quebradeño: “La idea [del emprendimiento]: haber hecho un lugar distinto acá en la Quebrada, un lugar que tuviera algunas improntas que no son específicamente de la Quebrada” (Guillermo Miles, gerente de El Caserío, en [www.caseriojujuy.com](http://www.caseriojujuy.com)). Sin embargo, el establecimiento tiene también las características de un conjunto de viviendas rurales con construcciones de techos a dos aguas y galerías externas.



Imagen 11.6. Establecimiento El Caserío (Bárcena)

Este carácter rural e intimista se manifiesta también en las denominaciones de los establecimientos, que hacen referencia a pequeñas aglomeraciones de carácter rural o a



lugares hogareños o íntimos: comarca<sup>348</sup>, caserío<sup>349</sup>, aldea<sup>350</sup>, posta<sup>351</sup>, rincón<sup>352</sup>, refugio<sup>353</sup>, acorde a las nuevas demandas turísticas de hoteles pequeños, productos exclusivos y trato personalizado.

Si bien la gran mayoría de las nuevas construcciones, dedicadas a alojamiento se ciñen en mayor o menor medida al diseño tradicional de las viviendas quebradeñas, en otras ocasiones aparecen innovaciones respecto de las formas. El ejemplo más evidente es la posada Los Colorados en Purmamarca (ver imagen 11.7), con las chimeneas con formas de conos truncos y pequeñas ventanas en forma cuadrada.



Imagen 11.7. Establecimiento Los Colorados (Purmamarca)

---

<sup>348</sup> La Comarca, en Purmamarca.

<sup>349</sup> El Caserío, en Bárcena.

<sup>350</sup> Como se lo denomina al establecimiento Cerro Chico, en Tilcara, en su página de Internet.

<sup>351</sup> La Posta de Purmamarca, en Purmamarca; La Posta La Falda, en Tilcara y La Posta del Sol, en Humahuaca.

<sup>352</sup> Rincón de Fuego, en Tilcara.

<sup>353</sup> El Refugio de Coqueta, en Purmamarca y el Refugio del Pintor, en Tilcara.

Más allá de las formas de las construcciones, uno de los elementos clave que suele caracterizar a esta nueva arquitectura es el color. Existe un conjunto de colores de los cuales es difícil que se alejen las nuevas construcciones: ocre, amarillo, marrón, bordó, a los que se puede sumar naranja y verde apagados. Otras veces, son los materiales los que tienen una presencia más imponente en las construcciones, como por ejemplo, la piedra (ver imagen 11.8).



Imagen 11.8. Hostería Rincón de Fuego (Tilcara) (foto:[www.rincondedefuego.com](http://www.rincondedefuego.com))

Sin embargo y como se viene señalando, las obras inspiradas en el estilo arquitectónico de la Quebrada ponen el énfasis especialmente en los materiales utilizados y en la apariencia externa de las construcciones. Estas nuevas construcciones reciben un baño de arquitectura vernácula en sus revestimientos y materiales ornamentales. La utilización de materiales del lugar parecería ser una constante en todos los proyectos arquitectónicos y eso se enfatiza en la presentación de estos lugares de alojamiento. Antoraz, por ejemplo, manifiesta que él trabaja con los materiales que encuentra a 200 metros a la redonda y respecto del restaurante Los Morteros, que él administra se señala

que: “La fuerte impronta de su arquitectura regional profundamente enraizada en el paisaje natural de la Quebrada se destaca por la reinterpretación de los espacios, los materiales y las técnicas constructivas de la herencia cultural andina, en equilibrada fusión con formas de vanguardia y tecnología actual” ([www.welcomeargentina.com.ar/purmamarca](http://www.welcomeargentina.com.ar/purmamarca)). En la página web de El Caserío se afirma que “todo el complejo está construido en estilo rústico, con materiales propios del lugar” ([www.caseriojujuy.com](http://www.caseriojujuy.com)) y en la de La Comarca el complejo se presenta así: “Su particular estilo arquitectónico se inspira en el paisaje y en la cultura de la región, armonizando su conjunto con el privilegiado entorno natural. Sus cálidos ambientes interiores están contruidos con materiales de la zona como el cardón, la piedra, la madera canteada a mano, quebracho y álamo, cañas y barro conformando un diseño moderno y despojado” ([www.lacomarcahotel.com.ar](http://www.lacomarcahotel.com.ar)). En el caso de El refugio de Coquena las vinculaciones entre arquitectura y entorno son más explícitas: “Inspirado en la montaña que lo rodea, El Refugio de Coquena fue adaptado a su entorno, obteniendo cromáticamente la suavidad y el confort. Se encuentra de frente al Río Purmamarca y rodeado por imponentes montañas multicolores. Reformulando la estética regional, se pueden apreciar espacios amplios, placenteros y acogedores combinando la arquitectura con el ambiente natural” ([www.elrefugiodecoquena.com.ar](http://www.elrefugiodecoquena.com.ar)).

Uno de los elementos más destacados a la hora de caracterizar esta nueva arquitectura quebradeña es su relación con el entorno, no sólo en términos de los materiales utilizados sino de la armonía que puede lograrse con la naturaleza circundante. Al caracterizar esta nueva arquitectura quebradeña, los arquitectos hacen hincapié en su relación armónica con el entorno y con las características del lugar, vinculado con la utilización de materiales, las formas y el color. Carlos Antoraz afirma: “Nuestras obras rescatan el espíritu andino sin tener un estilo definido, pero son obras contemporáneas que siempre acompañan el entorno” (“Tradición y modernidad”, en Río Negro, Suplemento eHI, 17/06/2007). César Rodríguez Marquina (arquitecto y propietario de La Paceña, en Tilcara) comparando la nueva arquitectura con la tradicional de la zona dice: “Conceptualmente son lo mismo: las casas se levantan sobre cimientos de piedra, con paredes de piedra y techos bajos a dos o un agua, tirantería de madera de álamo y cielo raso de caña. Y tanto el exterior como el interior están en armonía con la geografía y muy compenetrados con la identidad del mundo andino” (*La Nación*, Arquitectura, 3/01/2007 “Homenaje a la tierra”). Guillermo Durand, arquitecto que diseñó Rincón de Fuego y el Manantial del Silencio ofrece una explicación basada en la inspiración que le brindaría a los profesionales el entorno a manera de guía para actuar (que por otro lado, deja entrever su postura respecto a la normativa estricta que intenta imponerse desde la gestión del área<sup>354</sup>): “Hay que respetar el paisaje, ese es nuestro rol. [...] El paisaje te

---

<sup>354</sup>En efecto, esta declaración se inscribe en el debate que mantienen los arquitectos respecto de la necesidad o no de crear una normativa para las edificaciones en la Quebrada. A diferencia de

dice qué es lo que podés hacer y que no, hay normas mínimas y también está en la ética del profesional qué se puede hacer y qué no en la zona, mirando el entorno te das cuenta”<sup>355</sup>.

Sobre la utilización de materiales del lugar, también es interesante lo que señalaron algunos arquitectos. El boom de construcciones en la Quebrada se encuentra en la actualidad con una escasez en los materiales utilizados, especialmente de la caña y la madera. La madera no es un elemento abundante en la Quebrada, y la tirantería en general se realiza con álamos de los que existen pocos ejemplares plantados en la zona. Éstos muchas veces se reemplazan con madera proveniente del este de la provincia y lo mismo acontece con la caña. El barro y las piedras se obtienen de los lechos de los ríos de la zona y al parecer por el momento no escasean, lo que sí es escaso es la mano de obra para la elaboración del adobe, ya que son pocas las personas que lo fabrican. Así, este producto se encareció a partir del crecimiento de la demanda (pasando de los \$300 a los \$700 los mil ladrillos en los últimos años).

Como se señaló anteriormente, el equipamiento orientado al confort es uno de los puntos fundamentales de la nueva arquitectura para los establecimientos hoteleros. La arquitectura de Antoraz fue definida como: “...un perfecto mix entre la esencia tradicional con un equipamiento del siglo XXI”. Y en consonancia con lo expresado más arriba, Guillermo Durand afirma que “la arquitectura top en la Quebrada está bien, porque el turista quiere ver eso”<sup>356</sup>.

La comodidad y el confort que se ofrece en estos establecimientos relacionados con el equipamiento que poseen se complementan con la decoración. La decoración apunta a reforzar la esencia tradicional en este mix que se menciona en la cita anterior. La decoración involucra un conjunto diverso de elementos artesanales de la zona, desde cerámica, tejidos en telar, artesanía en madera, etc.:

“Para la ambientación se usaron telas rústicas teñidas con anilinas naturales, como el barracán, aguayos y picote, en cortinas, mantas y almohadones. Pensando en el bienestar de nuestros huéspedes se ha puesto el acento en su comodidad utilizando mobiliarios amplios y cómodos como sommers, futones, sillones, y amplios baños.

---

aquellos arquitectos vinculados a la gestión, quienes no lo están se oponen a la existencia de normativas estrictas que limiten su creatividad profesional.

<sup>355</sup> Entrevista a Guillermo Durand, 7/02/2007.

<sup>356</sup> La síntesis más acabada acerca de la combinación de los materiales más rústicos que pueden estar presentes en las construcciones con las comodidades basadas en la sofisticación tal vez se encuentre en uno de los ambientes de la posada Casa de Adobe, que combina un cielo raso de caña bajo una chapa traslúcida con un televisor de pantalla plana sobre la pared.

Completan su decoración, rústicos y artesanales percheros de madera, reproducciones de los clásicos ángeles arcabuceros de la escuela de cuzco (certificados por su autor), cuyos originales se encuentran en las coloniales Iglesias de Uquíá y Casabindo” (Con los Ángeles, Tilcara, en [www.posadaconlosangeles.com.ar/espanol/index.htm](http://www.posadaconlosangeles.com.ar/espanol/index.htm)).

Es interesante comparar este nuevo estilo dominante en la actualidad con aquellos de los establecimientos turísticos hace algunas décadas, e incluso algunos años atrás. Uno de los más reproducidos era el colonial. Varias de las construcciones turísticas existentes en las localidades de Tilcara (el hotel El Antigal hasta el año 2007) y Humahuaca (el restaurante Colonial, el hotel Camino del Inca) presentan una arquitectura, o al menos un diseño de las fachadas, que recuerda una construcción de este estilo (techos de tejas, ventanas amplias con rejas negras, etc.). Otros emprendimientos turísticos no reproducen ninguno de los estilos arquitectónicos que se reconocen como originales del lugar. Este es el caso de los hoteles de turismo de Tilcara y Humahuaca, que presentan un estilo arquitectónico más moderno con formas más ortogonales, superficies lisas cubiertas con revoque y sin ornamentos. Estos hoteles datan de las décadas de 1960 y 1970 y siguen a grandes rasgos las líneas de los estilos arquitectónicos vigentes en ese momento.

La efectiva realización de todas estas transformaciones propuestas por la normativa sobre nuevos estilos arquitectónicos y formas de ordenamiento territorial en la Quebrada está lejos de ser alcanzada y existen numerosos ejemplos que dan cuenta del incumplimiento de las leyes. Respecto de las construcciones en la Quebrada, una integrante de la Unidad de Gestión afirma:

“...viene el arquitecto presenta los planos, una carpetita, los arquitectos de la Unidad de Gestión estudian la capeta, se van hasta el lugar, conocen, hablan con la gente. Si responde a la arquitectura, y al estilo de la Quebrada es aceptado, y si no se le sugiere que haga modificaciones. Por ejemplo, de dos plantas, eso no responde a la arquitectura de la Quebrada, entonces se le sugiere alguna forma de que puedan modificar, aunque sea visualmente. Los arquitectos que son especialista en el tema trabajan este tema en particular. Pero este es un proceso de aprendizaje algunos arquitectos lo hacen otros no, el municipio lo mismo”<sup>357</sup>.

Sin embargo, más allá de las aplicaciones parciales de la legislación sobre el ordenamiento territorial de la Quebrada, lo que interesa destacar es que la misma es un intento por construir y fijar **cierta imagen de la Quebrada** conforme se imagina cómo sería una Quebrada “conservada” (en verdad reconstruida) con rasgos que en la

---

<sup>357</sup> Entrevista a Marcela, integrante del equipo técnico de la Unidad de Gestión Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad, agosto de 2004, 14/03/06.

actualidad no posee o posee sólo en parte (y por eso tiene que ser “transformada”, acorde con su actual carácter patrimonial).

Algunos de los arquitectos, cuando son interrogados sobre las similitudes de sus obras con la arquitectura tradicional de la Quebrada, defienden su rol de creadores, negando una recreación de estilos. En general, se reconocen las similitudes, especialmente en relación a los materiales utilizados pero se defiende la búsqueda de un estilo nuevo. Persiste una idea de evolución en la arquitectura del lugar que ellos están acompañando (y también impulsando). Se afirma que la Quebrada es dinámica en su evolución de estilos arquitectónicos y que ellos no quieren reproducir estilos de otras épocas. Para el propio Antoraz: “lo que yo hago es una arquitectura del siglo XXI, no vuelvo a una arquitectura del siglo XIX, no construyo las casitas iguales a como se construía en una época (casas chicas, con ventanas chicas). Eso queda en el centro de Purmamarca y hay que buscar los medios para que se mantenga...”<sup>358</sup>.

Así, más que imitar se trata de rescatar ciertos elementos a manera de inspiración. Pero lo cierto es que aquello que se produce (relacionado con aquello que se rescata) no conforma un estilo cualquiera. Las nuevas construcciones en la Quebrada recogen las influencias o inspiraciones de construcciones de tipo rural, ya sea propias de la arquitectura vernácula con la tecnología de la tierra cruda (como, por ejemplo, la Casa de Adobe y Con los Ángeles) como aquellas propias de la arquitectura colonial presente en algunos cascos de estancia (ejemplo de ello son El Manantial de Silencio y El Caserío).

### **11.2.3. La señalización turística**

Más allá de las modificaciones que el paisaje atraviesa acorde a la imagen de una Quebrada turística y patrimonial, la condición de Patrimonio de la Humanidad de la Quebrada requiere también de ciertas intervenciones orientadas a la incorporación de algún hito o monumento que dé cuenta de la declaración obtenida por la UNESCO. La localización en el terreno de este monumento aun no está decidida y las ubicaciones que se contemplan son los puntos extremos de la Quebrada (en Volcán o Tres Cruces), en tanto puntos de entrada al área patrimonial y Humahuaca, en tanto localidad que le da el nombre a toda la Quebrada. Lo que sí existe en la actualidad es un cartel en la

---

<sup>358</sup>En otra oportunidad también afirmó: "Puedo hacer arquitectura de barro pero desde el siglo XXI. No retrocedo; reviso técnicas ancestrales para hacer construcciones de nuestra época. Definiría mi obra como una arquitectura simple, clásica, terrenal y humana. Es casi como hacer escultura, dándole forma al barro, siguiendo con intuición lo que dicta la tierra" ("Patrimonio Sentimental", en *V/D Revista de El Mercurio*, 28 de julio de 2007).

confluencia del río León con el río Grande realizado en materiales metálicos, que contiene información de la declaración patrimonial (ver imagen 11.9).

El lugar que es señalado como favorito para la colocación del monolito es el comienzo de la Quebrada en su extremo sur al costado de la ruta N°9 (cerca de donde se encuentra el cartel antes mencionado). Las demoras en la colocación del monolito se deben, por un lado, a la falta de espacio en esta localización: el lugar por donde corre la ruta cuenta con una extensión muy pequeña de tierras fiscales disponibles para su colocación. Por otro lado, también se encuentra pendiente la decisión sobre quién se hará cargo del diseño del mismo<sup>359</sup>.



Imagen 11.9. Cartel que señala el inicio del área de la Quebrada de Humahuaca designada Patrimonio de la Humanidad cerca de la confluencia del río Grande con el río León

Este hito o monumento sería el que responda a las normativas establecidas por la UNESCO para los lugares designados Patrimonio Mundial, que disponen la exhibición de

---

<sup>359</sup>En agosto de 2004 mediante una resolución de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy (N° 309 del 19 de agosto de 2004) se establecen las “Bases del concurso para la construcción de un monumento alegórico a la inscripción de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad por parte de la UNESCO” y se convoca a artistas plásticos a presentar propuestas; sin embargo, este concurso quedó desierto.

una placa que contenga el emblema de Patrimonio de la Humanidad, el logo de la UNESCO y que haga mención al valor universal excepcional del bien distinguido, a la Convención de Patrimonio Mundial, a la lista de Patrimonio Mundial y a la distinción conferida a partir de la inclusión en la lista y que agregue una descripción del bien <sup>360</sup>.

La Convención de Patrimonio Mundial hace explícito el pedido de que este emblema junto con el logo de la UNESCO, estén presentes en el lugar de tal modo que “no obstaculice visualmente” el bien designado. Sin embargo, la presencia de este emblema más allá de su mayor o menor realce visual, se transforma en uno de los indicadores (en el sentido que le otorga MacCannell, 1989 [1976]) más relevantes en los sitios patrimoniales ya que refrendan, certifican el carácter especial (y atractivo) del lugar. Hasta el momento este emblema sólo se incorpora a la folletería turística elaborada por la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia y a la señalización turística.

Por otro lado, en tanto destino jerarquizado fue pensada para la Quebrada otra señalización complementaria a la requerida por la UNESCO. Así, el PROFODE incluía entre sus tareas programadas para realizar en la Quebrada la optimización de la señalización turística. Para ello realizó talleres en distintas localidades de la zona, orientados a la confección de una cartelería para ser ubicada en los distintos circuitos turísticos menores, al interior de esas localidades. Los talleres estuvieron a cargo de personal de Parques Nacionales y los carteles reproducen la estética de aquellos existentes en las áreas protegidas del país. Se trata de cartelería realizada en madera y con las letras (a veces talladas) pintadas de color amarillo. Esta cartelería, además de señalar puntos turísticos, fue colocada en la entrada de las distintas localidades indicando el nombre de las localidades y el carácter patrimonial de la Quebrada de Humahuaca. Algunos de estos carteles también incluyen el logo de la UNESCO y el emblema de Patrimonio de la Humanidad. Este tipo de cartelería también se encuentra presente en el centro de interpretación creado a partir del accionar del PROFODE y la Unidad de Gestión en la localidad de Volcán<sup>361</sup>.

Esta señalización recibió observaciones realizadas desde la propia Secretaría de Turismo y Cultura provincial y de la Comisión Municipal de Purmamarca. Desde estas dos

---

<sup>360</sup> El Centro de Patrimonio Mundial sugiere un modelo del texto que debe aparecer en la placa: "(Name of property) has been inscribed upon the World Heritage List of the *Convention concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*. Inscription on this List confirms the outstanding universal value of a cultural or natural property which deserves protection for the benefit of all humanity." (Centro de Patrimonio Mundial, 2005).

<sup>361</sup> Estas tareas de señalización fueron concluidas en el año 2006 (dos años después de comenzado el PROFODE) e incluyen la colocación de otro tipo de cartelería en varios idiomas que contienen una descripción del punto señalado y su ubicación en un plano más general para facilitar el autoguiado en las áreas urbanas. La elaboración de esta cartelería suscitó algunas polémicas en relación con estilo y materiales con los que fue elaborado.



entidades se rechazó fundamentalmente el uso de madera, por no considerarlo un material originario de la zona.

#### 11.2.4. La Quebrada observada: recorridos y puntos panorámicos

La Quebrada se disfruta turísticamente de varias maneras: entre ellas, visualmente, a través del acceso a diferentes puntos de interés que fueron consolidándose como visita obligada de los turistas. En este sentido, la señalización es un elemento clave ya que guía y organiza estas visitas. Algunos puntos de interés visitados son de larga data: el camino ascendente a la garganta del diablo desde Tilcara que permite tener una visión panorámica del fondo de valle del río Grande ya se realizaba en la década de 1940; el Pucará de Tilcara que además de constituir un elemento de interés él mismo permite tener también una vista del fondo de valle, como la que se obtiene también desde el cerro de la antena en la misma localidad; el ascenso al Monumento de la Independencia desde el cual se obtiene una vista de la ciudad de Humahuaca desde su inauguración en 1950; el punto de entrada a Maimará desde el cual puede observarse la Paleta del Pintor con el cementerio de la localidad en primer plano.

Todos estos sitios fueron consolidándose como **puntos panorámicos** para observar y disfrutar turísticamente la Quebrada. Ellos son acompañados por **recorridos** que organizan la visita a estos puntos y otros sitios de interés en el lugar. Entre estos recorridos el que destaca por su primacía es la ruta nacional N°9. Esta vía de comunicación que cumple las funciones que en otro momento cumplía el lecho del río y el trazado del ferrocarril, hoy en día es la gran (y única) vía organizadora de la visita a la Quebrada. Basta observar cualquier relato que describa una visita al área (no necesariamente turística) para apreciar cómo este espacio del lecho de inundación del río Grande organiza la llegada y el recorrido de este lugar<sup>362</sup>.

La ruta es el eje de desplazamiento en la zona y esto incluye la circulación de turistas que se desplazan y que desde la ruta contemplan muchos de los atractivos que la Quebrada ofrece. Entre estos atractivos se encuentran formaciones geológicas y geomorfológicas que flanquean la ruta, los pueblos de la Quebrada, muchos localizados a la vera de esta

---

<sup>362</sup> Por ejemplo la que realiza Ernesto Soto Avendaño (autor del Monumento a la Independencia de Humahuaca) cuando visitó la Quebrada en 1930: “Un sol maravilloso nos acompaña. A ambos lados del tren que corre algo más, el maravilloso paisaje de la quebrada se desdobra, nuevo, diverso, sin monotonía. Los altos cerros de los más variados colores y matices recortan el cielo en una línea sinuosa y continua. Pasan cardones, blancos enterratorios, viejos antiguales, minúsculos pueblecillos, algunos coyas enfundados en sus ponchos y tocados con grandes sombreros ovejunos, una mujer con su guagua, un chango guiando sus burritos” (Soto Avendaño, 1930: 18-19).

vía de comunicación, la mayoría de los cuales puede ser observada desde ella, y otros elementos localizados adrede al costado de la ruta (como el monolito que marca la línea del Trópico de Capricornio). De alguna manera, como se mencionara en el capítulo 8, la ruta N°9 funciona como una especie de gran pasarela desde la cual observar objetos y acceder a puntos panorámicos, dispuestos a ambos lados de la misma. Y por ese mismo motivo, los laterales de la ruta son los sitios donde más atención se pone en relación al embellecimiento de la Quebrada.

Pero este mapa de puntos panorámicos y recorridos clave desde el punto de vista turístico se renueva en la Quebrada, especialmente con el boom turístico del lugar en los últimos años. Probablemente el sector más afectado por estos cambios sea la zona sur de la Quebrada, y su epicentro, la localidad de Purmamarca. Uno de los nuevos puntos panorámicos que se instaló en la Quebrada se encuentra localizado muy cerca del límite del área declarada patrimonio, al sur de la subida que la ruta nacional N°9 realiza para llegar a la localidad de Bárcena. En esta localización se colocó al costado de la ruta, un mirador en un punto desde el cual se puede tener una vista de la extensión del valle del río Grande hacia el norte. Este mirador, que fuera inaugurado en los últimos años, se compone de un espacio para estacionar los automóviles y una estructura a la que se puede subir para apreciar la vista. En la localidad de Purmamarca, por otro lado, la intensa actividad turística consolidó tres puntos panorámicos que ya se visitaban al llegar al pueblo. Por un lado, el punto en el que por primera vez se divisa el cerro de los siete colores en la entrada de la ruta N°52 a la localidad. Este punto se había convertido en una parada obligada de los vehículos de excursiones y de los turistas que se desplazaban por su cuenta para obtener una fotografía del lugar. Hoy en día, el punto sigue cumpliendo su función pero señalizado mediante un paredón bajo ilustrado con motivos andinos, donde algunos vendedores esperan la llegada de los turistas para ofrecer sus productos (ver imagen 11.10). La relevancia de este punto como punto panorámico también está dada por una cantidad de carteles de publicidad de alojamiento en la localidad ubicados a la vera de la ruta N°52.



Imagen 11.10. Entrada a la localidad de Purmamarca. En primer plano parada del punto panorámico y vendedoras esperando la llegada de turistas

Los otros dos puntos se encuentran bordeando el tejido urbano de la localidad: uno en la ladera del Cerro Morado y el otro en la cima del Cerro Porito. A partir de estos puntos se obtienen tres de las postales más típicas del Cerro de los Siete Colores (y probablemente de la Quebrada). Estos puntos panorámicos se completan con un nuevo recorrido también en esta localidad: el paseo de Los Colorados. Este paseo comienza y termina en el pueblo luego de haber rodeado por detrás al Cerro de los Siete Colores. Es un paseo peatonal y vehicular inaugurado a fines de la década de 1990<sup>363</sup> y se extiende en un terreno propiedad privada de una de las familias tradicionales de Purmamarca. En pocos años se convirtió en un circuito local de visita obligatoria al llegar a Purmamarca y uno de los recorridos más fotografiados y promocionados de la Quebrada. Poco a poco también se va convirtiendo en un lugar para la venta informal y la mendicidad infantil; en efecto, este es un fenómeno reciente en Purmamarca, que se intensifica durante la temporada alta.

---

<sup>363</sup> Varios personajes clave de la sociedad local se adjudican la paternidad del paseo de Los Colorados, ente ellos algunos arquitectos con tradición de trabajo en la zona.

Estos recorridos y puntos panorámicos se instalan como formas de observar y recorrer este paisaje cultural (donde los guías o las guías turísticas se encargarán de proveer interpretaciones sobre los mismos), a la vez que organizan la visita a la Quebrada. Por otro lado, serán convenientemente cuidados en su aspecto estético, velando por su apariencia de áreas más visible del sitio patrimonial.

### **11.3.El patrimonio quebradeño, estetización y adaptaciones para el consumo turístico**

Algunos de los cambios en la presentación de la Quebrada patrimonial vinieron de la mano de propuestas de promoción turística desde el poder político. Es el caso del calendario turístico de eventos culturales en la Quebrada, que se volvió cada vez más sofisticado y organizado espacial y temporalmente. A las pocas fiestas que se distribuían en el año calendario (Enero Tilcareño, carnaval, Semana Santa y procesión al Santuario de la Virgen de Punta Corral, Toreo de la Vicha, celebraciones de ofrendas a la Pachamama) se le sumaron varias más distribuidas en todos los meses del año<sup>364</sup> que incluyen también celebraciones en localidades poco visitadas por el turismo<sup>365</sup>. Esto es producto de la gestión de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia que, a partir de un relevamiento de eventos en las distintas localidades de la Quebrada, fue sumando festividades en el calendario dándole especial relevancia a aquellas turísticamente desconocidas. El motivo que impulsa este accionar es descomprimir la congestión turística en las localidades más concurridas de la Quebrada durante ciertos eventos y alentar la visita turística a otras<sup>366</sup>.

Por otro lado, la promoción de ciertos rituales de la zona, especialmente el ritual de ofrendas a la Pachamama, se hizo más visible y se llevó a ámbitos públicos esta celebración que en general se realiza de manera privada entre familiares e invitados en el ámbito doméstico. Así, este ritual fue realizado sucesivamente desde 2004 en el edificio del Congreso Nacional promovido por la Senadora Liliana Fellner. Los protagonistas y el lugar de realización de este ritual fueron objetados por gran parte de la población de la Quebrada; el intendente de Tilcara expresó:

---

<sup>364</sup> Incluso en los meses de mayo, septiembre y octubre para los cuales no se solían promocionar eventos.

<sup>365</sup> Como por ejemplo Juella, Chorrillos y Cieneguillas, de las que se promocionan respectivamente la Fiesta del durazno, el Festival del Queso y la Cabra y la Natividad de San Juan Bautista.

<sup>366</sup> Entrevista a Susana del Programa de Turismo Rural Comunitario de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy, 25/01/2007.

“... el caso de la Pachamama no es para llevarla al Congreso de la Nación, la Pachamama no es para el turismo, la Pachamama es la vivencia de la gente del lugar. Eso de llevar al Congreso de la Nación es lo mismo que yo vaya a Buenos Aires y yo quiera decir ‘yo voy a dar una clase de tango’. ¿El tango dónde nació? nació en Buenos Aires. Tenemos que ser respetuosos, escuchar, verlo, pero nada más; los que lo viven en carne propia son la gente que nació en ese lugar, esa cultura se hizo carne en ese lugar y lo mantiene. Y la Pachamama lo mismo. Sin embargo, la ex secretaria de Cultura y Turismo del gobierno de la provincia hoy senadora nacional hace propaganda de la Pachamama y eso es sagrado. Cada lugar tiene su idiosincrasia su cultura que lo toma muy adentro”<sup>367</sup>.

Sin embargo, la municipalidad de Tilcara organizó en al menos una oportunidad una ceremonia de ofrenda a la Pachamama en la plaza central de la localidad, de la que participaron fundamentalmente turistas que son quienes no tiene acceso a este tipo de rituales. Por otro lado, en ocasiones de realizarse congresos o eventos durante el mes de agosto, también es común la realización pública del ritual. Si bien los motivos para la realización de este tipo de celebraciones pueden estar orientados por buenas intenciones<sup>368</sup>, la realización de este tipo de rituales de manera pública ha sido objetada por la población quebradeña, en especial en estas ocasiones mencionadas que adquirieron mucha más visibilidad.

Otros cambios en la presentación de la Quebrada patrimonial para su consumo fueron introducidos por los sectores vinculados a la comercialización de objetos artesanales y los prestadores de servicios turísticos. La presencia del turismo ha favorecido la proliferación de ciertos objetos comercializados, tales como artesanías que son productos fabricados masivamente en Bolivia u otras áreas del país. Este tipo de productos también es objetado por algunos sectores de la población de la Quebrada y por los prestadores de servicios turísticos en tanto se afirma que no constituyen artesanías propias del lugar. Que estos objetos son producidos en serie y no son elaborados en la Quebrada lo demuestran no sólo el carácter industrial de su producción (en la Quebrada no existen talleres industriales para elaborar las prendas de vestir que se venden en los puestos de las plazas, por ejemplo) sino algunos otros detalles que hacen sospechar que el origen de esos productos se encuentra bastante alejado de la Quebrada. Ejemplo de esto es la inscripción que figura en una cartera que, como sucede con tantos artículos que funcionan como souvenir, “identifica” el lugar donde el producto fue adquirido, sólo que en este caso, la inscripción en lugar de decir Purmamarca, dice “Pulmamarca” (ver imagen

---

<sup>367</sup> Entrevista a Félix Pérez, Intendente de Tilcara, 18/01/2007.

<sup>368</sup> La senadora Liliana Fellner consigna en el curriculum vitae de la página del senado de la Nación como “acciones realizadas en defensa del patrimonio” a la promoción y coordinación que realizara de este evento.

11.11). Si bien en principio esto puede parecer simplemente un detalle risueño, el nombre mal deletreado estaría hablando de un desconocimiento del lugar, a la vez que es prueba de su confección, por lo menos, fuera del ámbito provincial.

Estos productos elaborados en otros lugares fuera de la Quebrada comparten la condición de “inauténticos” con los comercializados por los artesanos foráneos (hippies) y los nuevos productos artesanales que no se vinculan en absoluto con el tipo de artesanía de la zona, o que evocando ciertos motivos andinos son adaptados a gustos más urbanos o constituyen productos de diseño. La oposición a este tipo de productos, especialmente hacia los elaborados por los artesanos foráneos y los productos elaborados masivamente, es más frecuente de parte de los empresarios turísticos<sup>369</sup>.



Imagen 11.11. Cartera en venta en un puesto de la plaza de Tilcara

---

<sup>369</sup> “Por ejemplo, vienen las familias acá a los hoteles y en las tardes ¿qué hace habitualmente en un lugar turístico donde todo el día han ido a pasear, han ido al río, han ido a caminar por la montaña? ¿qué hacen? Salen a tomar aire a la plaza. ¿Se puede ir a esa plaza? ¿Se puede ir a sentar a leer un diario siquiera? ¿A tomar aire, el oxígeno del pueblo, de la plaza? ¿Se puede? No se puede porque están los que venden, estos artesanos que venden las cositas de alambre, de esto, de lo otro. Están los que revenden todas estas cosas que es de Bolivia porque no hay verdaderamente una artesanía del lugar [...] todas estas cosas son de Bolivia. Fijate qué cosa regional hay, qué cosa tradicional, qué cosa artesanal hay. Debe haber un 1%, un 2% de todas las cosas que hay” (entrevista a José, empresario hotelero de Tilcara, originario de Tilcara, 17/01/2007).

Los empleados de uno de los museos que se ubican frente a la plaza de Tilcara, que es uno de los mayores lugares de concentración de venta de productos artesanales, regionales y de souvenirs de la Quebrada (el otro se ubica en la escalinata que conduce al Monumento a la Independencia en Humahuaca) comentaban cómo habían ido apreciando, con el paso del tiempo, el cambio en los artículos de cerámica comercializados en la plaza. Señalan que los artículos de cerámica tradicionales del lugar pueden distinguirse por su color, y además por su hechura, especialmente la de las vasijas que se confeccionaban con técnicas artesanales y no con moldes como se hace ahora. También añoraban los colores tradicionales en las artesanías en cerámica (“esos colores pasteles que se usan ahora no son tradicionales”) y en los tejidos que eran teñidos con materiales de la zona y no con colorantes químicos. Más allá de estas apreciaciones nostálgicas sobre las transformaciones en las artesanías quebradeñas, que hacen suponer que las artesanías comercializadas en otro momento eran “más auténticas”, lo cierto es que en la plaza de Tilcara siempre se comercializaron productos adquiridos en Bolivia. Estos productos son los más vendidos, aunque en la actualidad también se asiste a la llegada de un turista más informado acerca de aquellos productos que son comercializados. Al respecto el secretario de Gobierno de la Municipalidad de Tilcara señaló: “el turista que viene (no en verano) tiene cierta información y puede distinguir qué es de Bolivia y qué de la Quebrada”<sup>370</sup>.

La comida tradicional o andina que se ofrece al público turista también ha sufrido transformaciones, en un movimiento hacia la sofisticación y el refinamiento. A los tradicionales locro, empanadas, tamales, humitas y empanadillas de cayote se han sumado nuevos platos compuestos fundamentalmente con ingredientes tradicionales de la cocina del lugar en versiones adaptadas a las exigencias de los turistas. Uno de los grandes protagonistas de esta nueva oferta gastronómica es la carne de llama ofrecida en distintos platos (ver imagen 11.12), acompañada por los diferentes tipos de papas andinas y la quinoa. La utilización de estos productos, muchos de los cuales habían sido abandonados en la cocina local, también es producto de un rescate de ciertos cultivos tradicionales que se está llevando adelante desde algunos proyectos orientados a temáticas agrarias en la zona<sup>371</sup>. El rescate de estos productos y su presencia en la oferta gastronómica para turistas no es una casualidad; ambos procesos responden a cierta demanda por un consumo de productos típicos, tradicionales de cada lugar que no sólo se ofertan en los destinos sino que se “exporta” a otros lugares como componentes de

---

<sup>370</sup> Entrevista a Fernando Gaspar, secretario de Gobierno de la Municipalidad de Tilcara, 22/91/2007).

<sup>371</sup> Como por ejemplo los trabajos que realiza la cooperativa de productores Cauqueva (Cooperativa Agropecuaria Unión Quebrada y Valles) o el proyecto Conservación in situ de los cultivos andinos y de las especies silvestres relacionadas en la Quebrada de Humahuaca, financiado por el Fondo para el Medio Ambiente Mundial (FMAM).

una carta exótica<sup>372</sup>. Por otro lado, los proyectos de rescate de cultivos andinos no sólo se orientan a revalorizar productos locales y reforzar ciertas tradiciones, sino que son comercializados como productos gourmet (frescos o congelados) en un mercado amplio que abarca clientes hasta en la ciudad de Buenos Aires.



Imagen 11.12. Menú exhibido a la entrada de un restaurante en Tilcara

Aquí se describe parte de la carta del restaurante del hotel Manantial del Silencio en Purmamarca, la cual exhibe su exotismo a través de los productos, los platos y sus nombres:

<sup>372</sup>Véase, por ejemplo, el artículo periodístico que hace referencia a la presencia de platos con ingredientes andinos en el restaurante del hotel Madero By Sofitel en Buenos Aires (“Sabores andinos”, *Clarín*, 24/05/2007).



“Entradas como el solterito de quinoa, o el suave tamal de llama; la kholla llawa, cremosa sopa de choclo tierno, o el tulpo de frangollo (sopa de maíz), son la perfecta antesala a sabores más intensos como el picante de lengua o el corderito de Santa Catalina acompañado por trigo mote, cocido como risotto, con chutney de locoto. Los golosos disfrutarán de los postres de Sergio<sup>373</sup>, especialmente el huesillo con trigo mote, con damascos deshidratados de la Quebrada cocidos en almíbar especiado, o la sopa de peras con dátiles y oporto, acompañada por helado de eucalipto”<sup>374</sup>.

Nuevamente, en la voz de los quebradeños se trasluce una actitud nostálgica a partir de estos cambios. Una de las entrevistadas manifestaba: “la comida cambió, le agregan cosas, le ponen nombres, ya no es la comida sencilla nuestra”<sup>375</sup>.

Este tipo de transformaciones respecto de costumbres con cierta tradición en la Quebrada son percibidas por los residentes de las distintas localidades como producto de la presencia del turismo. Una vecina de Tilcara, miembro del concejo deliberante, afirmaba que “la Pachamama en el congreso, en la plaza... empezó a comercializarse”<sup>376</sup>; un empleado de un hotel en Purmamarca concluyó que “el patrimonio se desvirtúa por el consumo turístico”<sup>377</sup>. El Secretario de Gobierno de la Municipalidad de Tilcara se refirió a la posibilidad de que se continúen intensificando las modificaciones respecto a este tipo de celebraciones: “las personas están siendo cuestionadas... el carnaval en junio, si el turismo lo pide lo van a tener que hacer, porque la gente tiene que alimentar a sus hijos y lo tiene que hacer”<sup>378</sup>.

También algunos quebradeños entienden estos cambios en la posibilidad de brindar servicios para la obtención de ganancias, en su adaptación a las demandas de los turistas. Uno de los casos que pueden mencionarse en este sentido es el de un hotel propiedad de una familia de la localidad de Tilcara que funciona desde la década de 1960. El establecimiento tenía una fachada de estilo colonial que, a comienzos de 2007, estaba siendo remodelada hacia un estilo más acorde con las tendencias actuales antes señaladas: piedra y color rosa suave. Además, los cambios en la fachada fueron acompañados por cambios de tipo funcional en el interior del establecimiento, alentados

---

<sup>373</sup> Se refiere a Sergio Latorre, chef del restaurante.

<sup>374</sup> (“Purmamarca con sabor a quinoa, llama y papines”, *La Nación*, 5/08/2007).

<sup>375</sup> Entrevista a Rita, miembro del Concejo Deliberante de la Municipalidad de Tilcara, 24/01/2007.

<sup>376</sup> Entrevista a Rita, miembro del Concejo Deliberante de la Municipalidad de Tilcara, 24/01/2007.

<sup>377</sup> Entrevista a Néstor, empleado del Manantial del Silencio (Purmamarca) y en un local en Tilcara (30/01/2007).

<sup>378</sup> Entrevista a Fernando Gaspar, Secretario de Gobierno de la Municipalidad de Tilcara (22/01/2007).

por los conocimientos adquiridos por los hijos en el mundo de la formación profesional vinculada al turismo, las sugerencias de los arquitectos y las necesidades de sumarse a las características que va tomando la oferta turística en la Quebrada:

“En un establecimiento como el nuestro nosotros lo vemos en el cambio que hemos planteado con mis hijos, con la familia, que hay que ponerse a tono acorde a ciertas necesidades que son diferentes a las de hace 40 años. ¿En qué sentido? Hace 40 años mi padre llamaba a un albañil de acá y decían bueno, mirá, yo quiero que me hagas estas dos habitaciones con baño privado... Ahora llegan mis hijos, otra generación y nos dicen: ‘mirá, esta habitación tiene el baño pero no es lo que pide la gente’. Porque nosotros nos podemos sentar con un arquitecto en esta mesa ‘mirá, nosotros queremos así’ y el arquitecto dice ‘mirá, esto es así’. Todo esto lo hicieron los arquitectos, pero hace 40 años no podían sentarse así, llamaban al constructor y le hacían las dos habitaciones. ¿Y cómo hacían las habitaciones? El baño tenía un inodoro, un bidet, un lavamanos y una ducha. Y la ducha la ponían frente al inodoro y al bidet y vos te duchabas y mojabas todo. Ahora nosotros, el nuevo planteamiento que hacen estos chicos que han estudiado y la visión que nosotros pudimos adoptar... [...] Ahora ya empezamos la reestructuración de esos baños; mismo baño pero haciendo la zona húmeda donde esta la ducha. Con la dirección de un arquitecto que te dice ‘esto es así y así’. Esto ya es otra visión que tenemos nosotros”<sup>379</sup>.

Así, muchos actores vinculados de distintas formas con el lugar comienzan a identificar objetos patrimoniales nuevos o viejos sobre los cuales dictaminan acerca de si son auténticamente quebradeños. Como se mencionara en el capítulo 3, la autenticidad de los objetos comercializados es un frente donde se crea un aspecto más que aporta a la diferenciación entre esos productos comercializados. Por otro lado, la declaración patrimonial de la Quebrada abrió el juego y dio lugar a lecturas varias a partir de las cuales se dividen las aguas entre lo que es patrimonio y lo que no lo es para distintas personas.

El sector empresarial turístico es uno de los principales actores a la hora de dictaminar qué elementos se corresponden con (y enriquecen) el carácter patrimonial de la Quebrada y cuáles atentan contra él, como acontece en términos de la nueva arquitectura quebradeña que ya fuera comentada. Así, uno de los elementos más cuestionados en tanto se considera atenta contra el patrimonio del lugar es la existencia de ritmos musicales distintos a la música andina o folklórica, como la cumbia, probablemente el estilo musical más escuchado en la Quebrada y más convocante a la hora de organizar eventos musicales. Las artesanías producidas en serie y la música de cumbia son considerados elementos que atentan contra el carácter verdaderamente quebradeño, en tanto son concebidos como usurpando el lugar que les correspondería a

---

<sup>379</sup> Entrevista a José, empresario hotelero de Tilcara, originario de Tilcara, 17/01/2007.

los elementos patrimoniales. Y esto no solamente en referencia a su comercialización turística (como en el caso de las artesanías) sino también como referentes identitarios.

También el carnaval aparece mencionado como un elemento patrimonial desvirtuado, ya sea por su “excesiva popularización” o por la exposición al consumo turístico. El administrador de un hotel exclusivo de Purmamarca manifestaba que no le gustaba el perfil que está tomando la Quebrada en cuanto a las fiestas (por ejemplo, el enero tilcareño o el carnaval). Aclaraba también que son fiestas populares que a los turistas que llegan a su posada no les interesan ya que ellos buscan otro tipo de fiestas. Así, “el carnaval de Maimará se volvió muy para la gente de la Quebrada, tienen bandas de cumbia”, en cambio los turistas que van a la posada, en general turistas de alto poder adquisitivo, van al carnaval de Humahuaca o de Uquía: “El carnaval de Purmamarca todavía no fue descubierto por el turismo, al igual que el de Uquía y por eso se mantienen lindos todavía”<sup>380</sup>. El entrevistado marca un espectro de carnavales y asistentes que van desde los carnavales de Maimará animados por grupos de cumbia a los que asiste la población quebradeña, hasta los carnavales (presumiblemente más auténticos para el entrevistado) de Humahuaca y Uquía (y eventualmente Purmamarca) no contaminados por la cumbia o los turistas, pasando por el carnaval de Tilcara (el más concurrido por los turistas). Como se mencionara en el capítulo 3 la autenticidad asignada, en este caso al carnaval de Uquía y Humahuaca, funciona como forma de promocionar estas fiestas asociadas además a un consumo turístico más exclusivo de la Quebrada, en tanto se presentan como las manifestaciones menos desvirtuadas de este evento. Esto se vincula con lo que se presentará en el capítulo 12 acerca de los intentos por transformar a la Quebrada en un destino de calidad.

Esta suerte de división geográfica del carnaval que reúne determinadas audiencias en determinados lugares es relativa. Dentro de la población quebradeña no todos optan por el carnaval masivo de Maimará. Muchos lugareños se acercan hasta localidades vecinas en las que este tipo de celebraciones no recibe turistas (como, por ejemplo, en Juella o Huichairas). Tampoco el carnaval maimareño es desdeñado por todos los turistas; una parte importante de los jóvenes que visitan la Quebrada se acercan hasta esa localidad donde, además de las bandas de música, se erigen carpas provisorias para la venta de comida y bebida para abastecer a los visitantes.

El consumo turístico del patrimonio quebradeño implicó la traducción de ese patrimonio al turismo, y a partir de su estetización, su adaptación al consumo y a los gustos de los turistas. De este proceso también son partícipes los cambios experimentados por las edificaciones de establecimientos turísticos señaladas más arriba con su elección

---

<sup>380</sup>Entrevista a Marcos, administrador de establecimiento hotelero de Purmamarca, originario de Jujuy, 2/02/2017.

cuidada de estilos, materiales, colores y objetos de decoración. En este proceso tuvieron un rol central aquellos nuevos prestadores de servicios turísticos que sugirieron una nueva forma de consumir el patrimonio quebradeño, al incluir ciertos atributos del lugar a bienes y servicios ofrecidos en el destino. Muchos de estos bienes y servicios respondieron a la combinación de un interés por lo patrimonial, en este caso lo andino, con una demanda de productos exclusivos, gourmet, artesanales, etc. Este proceso se vincula con los intentos por hacer de la Quebrada un destino de “calidad” que permita el diseño de una oferta de productos exclusivos o diferenciales orientados a la satisfacción de un turista de alto poder adquisitivo, que además cuente con un capital cultural que le permita discriminar del conjunto, los productos y servicios “auténticamente quebradeños”.

#### *11.4. Las “objeciones estéticas” a cierto tipo de transformaciones*

Las transformaciones que tuvieron lugar a partir de la presencia del turismo y de la patrimonialización de la Quebrada se dieron en paralelo con otro tipo de transformaciones orientadas por otros usos no vinculados necesariamente con la dinámica turística del área, las cuales son vistas negativamente.

Este es el caso del proyecto de mejoramiento de la ruta 52 hacia el Paso de Jama en el límite con Chile, que nace en la Quebrada en la localidad de Purmamarca y que se extiende hacia el oeste por la Puna de la provincia de Jujuy. Este ha sido un proyecto guiado por los intereses comerciales para mejorar las rutas del comercio nacional, provincial y regional que ha recibido ciertas objeciones por considerar que provoca un impacto negativo al carácter patrimonial de la Quebrada. Así se afirma que este emprendimiento atenta contra algunas de las características que la localidad de Purmamarca ha tenido hasta el momento porque esta vía de comunicación es una amenaza a la tranquilidad de la localidad, genera contaminación y modifica el paisaje y las vistas de Purmamarca desde puntos panorámicos (el trazado más modesto que tenía la ruta N°52 en Purmamarca ha sido reemplazado por un acceso de hormigón de una altura de tres metros y perfectamente visible desde la localidad) (ver imagen 11.13). Por otro lado, el incremento del tránsito y el tipo de vehículos que por allí circulan a partir de la habilitación de la ruta (camiones, fundamentalmente) es otro de los puntos que se señalan como un impacto negativo del proyecto.



Imagen 11.13. Ruta Nacional N°52 en su paso por la localidad de Purmamarca

Estas preocupaciones fueron manifestadas por varias personas involucradas de distinta manera con la patrimonialización de la Quebrada. Francesco Bandarin, quien fuera director del Centro de Patrimonio Mundial de la UNESCO cuando se declaró a la Quebrada Patrimonio de la Humanidad, expresó su preocupación en una entrevista brindada al diario *Clarín* en abril de 2004<sup>381</sup>. Allí señala que la construcción de esta ruta es inevitable: “Y no podemos parar esa carretera: es de interés continental. Pero hay que hacerla con mucho cuidado para evitar que el impacto de esta carretera sea dramático sobre la Quebrada”. En el mismo sentido se expresa la ex Secretaria de Cultura y responsable de la postulación de la Quebrada a la UNESCO, Liliana Fellner, a comienzos de 2005: en *La Nación* durante el mes de febrero de ese año aparece un artículo en el que la ex funcionaria provincial expresa su preocupación por el trazado de la ruta y la falta de planificación, a la vez que reclama acciones desde el gobierno *nacional* al respecto:

“Liliana Fellner reclama alternativas: ‘Se hizo así porque era el paso más fácil. Allí los cerros son más bajos y era el camino que ya usaban los indios, pero como corredor bioceánico, va a atraer un tránsito incesante y todo lo que viene detrás: servicios para los viajeros, bares, puestos de venta, gomerías y hasta prostitución’. Y pregunta: Las autoridades de la Nación, que avalaron el proyecto Quebrada de Humahuaca, patrimonio de la humanidad, ¿dónde están hoy?’, a la vez que pide apoyos para que

---

<sup>381</sup> “Las fuerzas de la destrucción son más fuertes que las de la conservación”, *Clarín* (14/04/07).

esta ruta se desvíe hacia otra traza, más alejada del pueblo, tal vez en la otra margen del río Purmamarca” (La Nación, 14/02/05).

En el mismo artículo, la actual senadora nacional por la provincia de Jujuy se muestra “alarmada” (según el periódico) por las transformaciones que atraviesa la Quebrada en general y declara: “Se está afectando no sólo el paisaje, sino el estilo de vida de la gente y se hacen oídos sordos a las recomendaciones de la UNESCO en el sentido de elaborar un plan de manejo que permita a los visitantes disfrutar de experiencias memorables sin dañar los valores del paisaje -tanto naturales como culturales- que le confieren atracción”.

Más allá de la observación que se puede hacer a esta declaración que deslinda las responsabilidades de la provincia en el aval de la declaración, es interesante señalar que en el documento elaborado desde la Secretaría de Cultura de la provincia de Jujuy, que postula a la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad, el futuro trazado de la ruta se muestra como un aspecto positivo para el desarrollo de la Quebrada. En el documento de la postulación se afirma que “la integración oeste-este de los países del Mercosur se realizó a través de una serie de rutas internacionales. El Corredor Vial Paso de Jama permitirá una comunicación con Chile y el Pacífico, y una *reactivación del turismo en la Quebrada*” (Provincia de Jujuy, 2002: 248; el destacado es mío).

La misma obra de infraestructura que en un momento suma argumentos para lograr la patrimonialización de la Quebrada, con posterioridad es criticada y presentada como un impacto negativo sobre el sitio patrimonial. Y esto es realizado por los actores involucrados en la patrimonialización que impulsaron y ratificaron la declaración, que además, se presentó sin un plan de manejo previo. La negatividad de la obra se señala una vez que no se puede hacer nada al respecto, cuando el proyecto está avanzado y a punto de ser inaugurado (estas declaraciones tienen lugar antes de la inauguración de la vía, que fue realizada en setiembre de 2005)<sup>382</sup>.

Otras transformaciones que se operan en la Quebrada se vinculan a emprendimientos económicos o habitacionales. En la localidad de Maimará, por ejemplo, comenzaron a llevarse adelante las obras de construcción de un local bailable, localizado a la entrada del pueblo (ver imagen 11.14). Estas obras fueron suspendidas porque no estaba permitida su construcción, entre otras cosas, porque no respondía a los criterios de construcción que se están definiendo para la Quebrada. Según lo informado en la Unidad de Gestión, los informes solicitados sobre esta construcción manifestaron que se trataba de un emprendimiento realizado en una zona de riesgo (se encuentra al pie de una zona

---

<sup>382</sup> Si bien es cierto que este proyecto se desarrolla en el ámbito de la gestión nacional, y por lo tanto los funcionarios citados no tienen injerencia directa en el mismo, ambos tenían amplio conocimiento de él al momento de la declaración.

de pendiente con un terreno fácilmente erosionable), que generaría un fuerte impacto ambiental y vial (provocaría disturbios en el tránsito de la ruta nacional N°9, ya que se encuentra a la vera de este vía de circulación) y que el predio en cuestión se encontraba bajo una forma precaria de tenencia de la tierra. La construcción de este local rápidamente provocó alarma entre los especialistas de la Unidad de Gestión y lo inapropiado de la misma se agravaba por su ubicación demasiado visible: a la vera de la ruta N°9. La desaprobación de la que fue objeto provocó reacciones disímiles y hasta radicales: “a mí me encantaría tirarlo abajo”, afirmó un especialista en arquitectura, funcionario de la Unidad de Gestión.



Imagen 10.14. Local bailable en la entrada de Mairmará

Cerca de la localidad de Tilcara se localizan dos conjuntos habitacionales de reciente creación. Uno de ellos está frente a Tilcara (del lado oeste de la ruta N°9) y el otro se encuentra ubicado al sur de la localidad, entre el Pucará de Tilcara y Mairmará. El primero es el barrio denominado Sumay Pacha creado en 2003 (ver imagen 11.15). El mismo es producto de un proceso de ocupación de la tierra por habitantes de la localidad de Tilcara, a partir del cual autoconstruyeron las viviendas con un estilo homogéneo pensado a priori (las viviendas tiene techos a dos aguas, están construidas con adobe y mantienen el color del adobe en el exterior). El proceso de ocupación tienen vinculación

con la presencia del turismo en la Quebrada: un lote dentro de esa zona había sido adquirido con fines turísticos por una persona vinculada a la política provincial y en el terreno se construyó un establecimiento que sería utilizado para brindar alojamiento turístico. La falta de viviendas en Tilcara fue la causa que impulsó la ocupación y creación del barrio, alegando la injusticia que representaba el otorgamiento de terrenos que eran fiscales a una persona vinculada al poder político provincial. Si bien este caso será tratado con más detalle en el capítulo 12, es importante señalar, para lo trabajado aquí, que los terrenos fueron ocupados presentando una configuración que evidencia el conflicto que dio origen a la conformación del barrio. En efecto, el establecimiento se encuentra cercado por el barrio construido, el cual también avanzó sobre el terreno que originalmente había sido destinado al emprendimiento turístico. Parte de ese barrio está constituido a partir de planes de vivienda gestionados por la comisión municipal de Maimará. Estas viviendas también son uniformes, con el estilo propio de los conjuntos de vivienda de estos planes y sus exteriores se encuentran pintados de blanco. Estas últimas son las que recibieron más críticas desde la gestión patrimonial de la Quebrada por constituir un contraste mayor con el estilo arquitectónico buscado para la Quebrada.



Imagen 11.15. Barrio Sumay Pacha, cerca de Tilcara. Al fondo el barrio construido por un plan de vivienda gestionado por la Comisión Municipal de Maimará



El segundo barrio (5 de Octubre) se realizó dentro del Programa Nacional de Emergencia Habitacional, a través del trabajo de una cooperativa conformada por la agrupación Corriente Clasista y Combativa (CCC) (ver imagen 11.16). También se encuentra habitado por población de Tilcara. En este caso las construcciones también tienen techos a dos aguas pintados (en la actualidad) de rojo y paredes blancas. En este caso, el barrio se encuentra en una ladera, o sea elevado respecto del nivel del fondo de valle del río Grande por donde circula la ruta. Además se encuentra a la misma altura (en el nivel del terreno) que el Pucará de Tilcara (al sur de éste) y muy cercano a este sitio arqueológico. La ubicación del Pucará de Tilcara en altura y a un costado de la ruta era privilegiada ya que en función de la ruta N°9 como pasarela turística, desde ella podía observarse uno de los principales atractivos de la Quebrada. Para poder divisar este conjunto de ruinas es necesario agudizar la vista ya que al estar construido en piedra es difícil de diferenciar de las mismas piedras que conforman la elevación en la que se encuentra ubicado. En la actualidad el barrio 5 de Octubre y sus colores contrastantes con las rocas que lo circundan se visualizan mucho antes que el Pucará. Así, las objeciones para este caso se vinculaban especialmente con la desarmonía que introducían en el paisaje. Esta situación era señalada como aún más grave cuando las viviendas recién habían sido construidas y algunos de sus techos eran de chapa y otros tenían una membrana plateada que los recubría. Esto los hacía más llamativa de por sí, aún más cuando reflejaban la luz solar encandilando la vista desde la ruta. Frente a esta situación, la Unidad de Gestión intervino para que los techos sean pintados de rojo, buscando aminorar su impacto visual. Igualmente, los especialistas en arquitectura y gestión del patrimonio continúan desaprobando la existencia de este barrio en un lugar tan destacado de la Quebrada y opacando la presencia de uno de los atractivos centrales de la Quebrada



Imagen 11.16. Barrio 5 de Octubre visto desde el Pucará de Tilcara

Todas estas construcciones en mayor o menor medida, son objeto de “desaprobaciones estéticas”, en el sentido de recibir objeciones, generalmente señalando que “afean el paisaje”, por constituir un tipo de construcciones fuera de los criterios ideados para la Quebrada patrimonial y turística. Así, existen ciertas transformaciones del paisaje que reciben el visto bueno de las autoridades encargadas de gestionar y aplicar una legislación aun no reglamentada y otras que son objetadas (condenadas en el discurso, del cual también se hace eco la opinión pública) o anuladas como en el caso del local bailable.

“vos antes venías a la Quebrada, ibas a Tilcara y lo primero que querías ver era el pucará y ahora es difícil encontrarlo, porque es muy respetuoso del entorno, no es una cosa que te impacte de entrada. Hoy hacés ese mismo ingreso y lo primero que te impacta son las viviendas que están al lado, y el pucará sigue estando medio perdido pero ya no es lo primero que uno ve en la Quebrada. Y si vos mirás para enfrente están esas otras viviendas que son de un barrio [Sumay Pacha] que es un asentamiento pero que mínimamente como son construidas por la misma gente respeta la construcción, tenés los adobes, los techos esos son de chapa en general,

pero vos los ves como algo homogéneo, como algo que con el entorno se va mimetizando, no así el otro lado [barrio 5 de Octubre] que produce un impacto visual muy fuerte”<sup>383</sup>.

Lo “típico” de la Quebrada, lo que será valorizado turísticamente, emana del lugar pero sólo normatizaciones mediante (estén plasmadas en la legislación o simplemente guiadas por criterios del saber experto). Y éstas están creadas y guiadas a partir de criterios estéticos que dicen cómo debe verse la Quebrada, cómo debe transformarse para el turismo y estar acorde con su nuevo estatus de Patrimonio de la Humanidad. Otras modificaciones como las mencionadas más arriba, en cambio, se vieron condenadas junto a aquellas que corrieron la misma suerte (la calera y las instalaciones de Gas Atacama en las inmediaciones de Volcán) de las cuales se decía en el texto de la postulación, como fuera mencionado en el capítulo 8, que creaban un “fuerte impacto” y “efectos negativos sobre el paisaje”.

La condición de “inapropiado” de este tipo de construcciones se pone de manifiesto especialmente por su localización: todas ellas son visibles desde la ruta N°9, vía que constituye la pasarela turística de la que se hablara en el punto anterior. Además, también pueden ser observados desde otros puntos clave: el Pucará de Tilcara, el camino de acceso a Maimará, los puntos panorámicos que rodean a la localidad de Purmamarca.

También se han objetado graffiti aparecidos en Purmamarca que según lo declarado por Carlos Antoraz, imitan la decoración de uno de los campings instalados allí: “[al camping] lo tienen decorado con graffiti y también aparecieron graffiti en el pueblo, cosa que antes no había. Le dije al comisionado municipal que eso había que borrarlo lo antes posible para que no se imitara ese comportamiento”<sup>384</sup>.

Como ya se comentara, muchos de los empresarios turísticos (aquellos dedicados a la hotelería, gastronomía, excursiones) poseen y ostentan un capital cultural que los hace conocedores de objetos artesanales y estilos de las artesanías, distinguiendo cuáles son los auténticamente quebradeños y descartando todos aquellos ajenos al lugar o los que constituyen objetos producidos en serie. Ejemplo de esto es el caso de la esquina de la localidad de Tilcara adornada con motivos calchaquíes, comentado en el capítulo 10. El rechazo a este tipo de objetos por parte de los “entendidos en el tema” también se

---

<sup>383</sup> Entrevista a Marcela, integrante del equipo técnico de la Unidad de Gestión Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad, 14/03/2006.

<sup>384</sup> En el capítulo siguiente se presenta una foto del camping donde pueden verse los graffiti (imagen 11.7).

manifestó como parte de los problemas que atravesaba la Quebrada en los talleres realizados por el PROFODE.

Las objeciones a ciertas formas de construir o decorar tienen por detrás ciertas ideas compartidas entre los foráneos (los llamados localmente “gringos”) sobre cómo debería verse la Quebrada: qué tipo de construcciones, qué colores, qué equipamiento, qué música y qué tipo de fiestas deberían tener las localidades de la Quebrada orientadas a la construcción de una **apariencia andina armónica**. Así, los faroles de tipo colonial son preferidos a los faroles esféricos; los colores terracota, rojo oscuro, verde apagado, amarillo maíz son preferidos al celeste<sup>385</sup>; las construcciones típicas son preferidas a las versiones más obstinadas en imitar una arquitectura que puede encontrarse en cualquier ámbito urbano.

Estas objeciones a las construcciones en la Quebrada consideradas como un atentado al carácter patrimonial del lugar, a lo auténticamente quebradeño, y en definitiva al buen gusto y a lo consumible turísticamente, se completan con las sanciones que reciben otros rasgos de la Quebrada. La cumbia y las artesanías, souvenirs y distintos objetos comercializados en las localidades quebradeñas también son objeto de sanciones u objeciones estéticas por no representar a la Quebrada en su versión más comercializable y por constituir obstáculos para la comercialización de aquellos bienes y servicios turísticos que buscan asociarse con determinadas características del lugar.

Como se señalara más arriba, algunos sectores de la población quebradeña también empiezan a adoptar nuevas concepciones respecto a cómo debe verse la Quebrada, influenciados por una mirada foránea. Un quebradeño entrevistado afirmaba: “Vos prendés una radio acá, puro cumbia está. Entonces no me hablen de Patrimonio de la Humanidad. ¿Por qué no le exigimos que bueno, está bien, que pasen cumbia, pero que sea un porcentaje, no el 100%, el 90%? Que sea al revés, que pasen el 10 % de cumbia pero que pasen la música tradicional de nosotros que hace a la defensa cultural nuestra. Porque si no conocemos nosotros nuestra música no la vamos a defender. No vamos a saber de dónde venimos, para saber de dónde venimos tenemos que empezar a defenderla primero, conocer, tomar un conocimiento”<sup>386</sup>. Algunos turistas también comparten estas quejas de la elección local por la música de cumbia; un turista paseando por la plaza de Tilcara comentó: “¿por qué tienen que estar escuchando esa música y hablando en inglés?” refiriéndose a la música que anima algunos de los puestos de venta de la plaza y el conocimiento de inglés que manejan algunos comerciantes.

---

<sup>385</sup>El frente del centro de jubilados de Tilcara que fue pintado de celeste fue objetado por uno de los responsables de un emprendimiento turístico, ofreciéndose a pagar él mismo la pintura de otro color más “apropiado”.

<sup>386</sup>Entrevista a José, empresario hotelero de Tilcara, originario de la localidad, 17/01/2007.

Así, a partir de la patrimonialización de la Quebrada se realizaron nuevas lecturas no sólo de los elementos considerados patrimoniales sino de todos aquellos asociados de alguna manera al lugar. Los distintos actores trazaron líneas más o menos precisas para diferenciar elementos patrimoniales de aquellos que, a su criterio, no lo son y para identificar aquellos elementos que atentaban contra el carácter patrimonial de la Quebrada en su transformación para el turismo.

### **11.5. A modo de cierre. La estetización de la Quebrada**

El crecimiento del turismo en la Quebrada y la patrimonialización de este destino turístico implicaron ciertas transformaciones en el lugar en función de organizarlo para el consumo turístico. Estas transformaciones estarán orientadas hacia la estetización del lugar conforme la versión de la Quebrada turística y patrimonial diseñada e instituida en los procesos de construcción de atraktividad turística y patrimonialización desarrollados en los capítulos 8 y 9.

Estas transformaciones se dan en un juego de crecimiento espontáneo de la oferta de servicios turísticos, junto con la creación de formas de normatización de este crecimiento. Esta normatización estuvo orientada hacia una estetización del destino, que definió fundamentalmente qué tipo de construcciones, obras y costumbres en general eran más adecuadas para definir en términos visuales una Quebrada más atractiva que, además, se ajustara a lo que debía ser un sitio Patrimonio de la Humanidad.

Las ideas sobre cómo debe verse la Quebrada son concebidas y llevadas a la práctica fundamentalmente por los arquitectos dándole forma al paisaje. Uno de los estilos elegidos ha sido el de la arquitectura vernácula, representada en la casa de adobe con techo de torta que caracteriza a las construcciones de la Quebrada. Estas construcciones de adobe, valorizadas por su simpleza y su funcionalidad hoy se transforman en el modelo e inspiración de la arquitectura turística, acompañadas por otras construcciones a tono con un estilo colonial o típico de viviendas rurales. La casa de adobe se transforma así en la vivienda popular genuina a tomar como fuente de inspiración. Otro tipo de viviendas populares, como es el caso de las construcciones resultado de los planes de vivienda, o de la autoconstrucción, despojadas de “cultura” en la medida en que no tienen ni un trazo de los estilos arquitectónicos que legitiman la patrimonialización de la Quebrada, en cambio, son sancionadas estéticamente por constituir elementos que generan un impacto visual negativo en el paisaje. Así, los estilos arquitectónicos legitimados por un saber experto (el de los arquitectos) dan forma al paisaje de la Quebrada y se van instalando de manera que convierten en “más apropiado” y “más fiel a

lo auténticamente quebradeño” al hotel construido según las normas impuestas para la construcción que al local bailable o los nuevos barrios residenciales.

Esto se vincula con nuevas tendencias en las construcciones en áreas turísticas, especialmente aquellas localizadas en ámbitos rurales. La armonía con el medio, especialmente en estos destinos turísticos, es considerada una decisión acertada, luego de asistir a experiencias donde se han impuesto construcciones de establecimientos turísticos de tipo monumental en estos ámbitos. Estas tendencias también están en relación con los procesos de valorización de lo natural, lo nativo, lo simple, las culturas no occidentales, a lo cual el turismo no es ajeno, ni en los atractivos que vende y consume ni en las formas de recrear estos atractivos (por ejemplo, a través de la arquitectura). Esta valorización de las construcciones en adobe y la adopción como modelo para las nuevas construcciones turísticas se realiza en un contexto de revalorización de las culturas no occidentales en general, sumado a las tendencias de un turismo alternativo que conjuntamente se orientan a la construcción en armonía con el medio<sup>387</sup>, al menos en las áreas rurales<sup>388</sup>.

Así, se diseña y se construye una Quebrada orientada por la mirada turística, una mirada occidental y urbana que pone de manifiesto qué características son valorizadas por el consumo turístico en la actualidad. Esto es todavía más evidente cuando se lo compara con aquello que era valorizado en otros momentos históricos: casi no había rastros del adobe en la arquitectura turística anterior a la década de 2000 y en cambio, lo colonial o moderno sobresalían como estilos arquitectónicos que daban forma a las construcciones turísticas. Si bien con anterioridad lo vernáculo era considerado (con mayor o menor entusiasmo según los momentos) como un atractivo o un rasgo de interés turístico, evidentemente nunca fue considerado como algo inspirador, al menos de los proyectos arquitectónicos.

Ésta es una valorización que no surge en la Quebrada (“los lugareños descalificaban la tecnología de construcción que se usaba aquí”) sino que está orientada por una mirada urbana, turística, romántica que rescata estilos, técnicas y materiales autóctonos que los hace suyos reformulándolos en versiones más sofisticadas de acuerdo a las exigencias del turista. De hecho, los arquitectos que trabajan en la Quebrada son de fuera del lugar;

---

<sup>387</sup> Ejemplo de esta tendencia son por ejemplo los lodge construidos en las zonas de selva. En una página web que promociona uno de estos alojamientos dice: “The lodges of La Selva Jungle Lodge come of a native design: rustic, authentic and comfortable. The lodges can be described as private bungalows that are dry, cozy and immaculately clean. The lodges at La Selva Jungle Lodge are made entirely of secondary rainforest materials and are designed to blend with Ecuador's Jungle” ([www.laselvajunglelodge.com/accomodation/index.html](http://www.laselvajunglelodge.com/accomodation/index.html)).

<sup>388</sup> En las ciudades de Salta o de San Salvador de Jujuy permanece la tendencia a la construcción de grandes hoteles, algunos de reciente inauguración como el Sheraton en Salta y el Howard Johnson en San Salvador Jujuy.

la mayoría de ellos proviene de la ciudad de San Salvador de Jujuy (donde lo quebradeño resulta tan exótico como en cualquier otro lugar) o de otras ciudades.

Sin embargo, las formas que adquiere la práctica profesional de la arquitectura entran en pugna: la protección del patrimonio existente (y del paisaje) esgrimida por los funcionarios choca con la libre creación propugnada por aquellos arquitectos atentos a la demanda del mercado. Planificación versus liberación de restricciones parecen ser las posturas en que se divide la práctica profesional alcanzando acuerdos a medias. Pero tienen un punto en común que es la mirada hacia el pasado, hacia lo diferente en términos culturales (aborigen u occidente), en términos temporales (pasado o presente) o en términos que se podría denominar geográficos (en referencia a la oposición de rural o urbano). Respecto de estas dicotomías, en un primer momento, se podría decir que el retrato de la Quebrada se alinea con la primera opción en cada una de las dualidades presentadas (las que más se valoran turísticamente en la Quebrada). Sin embargo, también las segundas opciones están presentes en esta concepción y construcción de la Quebrada. Y no sólo por pensar que esto se construye *desde* una mirada occidental, urbana y actual, sino también porque la materialidad de la Quebrada construida desde esta concepción y mediante este accionar tiene elementos o rasgos occidentales, actuales y urbanos. Éstos están representados fundamentalmente en el equipamiento pensado para brindar comodidad a los turistas. Así, el trabajo en estas nuevas construcciones se caracteriza, como ha sido señalado, por el énfasis en recoger elementos del pasado asociados a lo colonial, lo étnico, lo vernáculo en una combinación que por momentos puede señalarse como ecléctica, pero además está atenta a las demandas del mercado creando en función de esas demandas (como expresó Carlos Antoraz, a él lo contratan y él interpreta lo que el cliente quiere), atendiendo a las exigencias actuales en términos de gusto, modas y tendencias (Harvey, 1998 [1989]) y negocios.

Los procesos de estetización de la Quebrada atendiendo a las formas en que se transforma su paisaje, se complementan con aquellas otras formas de estetización de elementos reconocidos como referentes patrimoniales de la Quebrada respondiendo a la atraktividad turística actual del lugar presentada en el capítulo 8. Estos elementos como la música, las celebraciones, la comida también se transformaron atendiendo a las características de la demanda turística. Ellos fueron adoptando versiones más organizadas, sofisticadas, refinadas y presentadas como auténticamente quebradeñas en un intento por crear una diferenciación con otros productos y satisfacer los gustos y expectativas de los principales consumidores de estos elementos patrimoniales: los turistas. Estas adaptaciones para el consumo también están orientadas por una mirada desde afuera y se ofrece lo vernáculo, aquellos rasgos particulares asociados con el lugar, en versiones consumibles (platos adaptados en un estilo gourmet o celebraciones de la Pachamama en la vía pública). En referencia a estos elementos también se puede hablar de una sanción estética para aquellos que no responden a la imagen construida de

la Quebrada patrimonial, por ejemplo, la cumbia o las artesanías importadas o producidas masivamente. Estos elementos también serán interpretados por algunos actores como faltos de cultura y, por lo tanto, serán considerados ofensivos para con aquellos otros elementos que sí son considerados como representantes de la cultura quebradeñas.

Estas transformaciones han recibido críticas. La utilización de madera para la cartelería de la señalización turística que se realizó en la Quebrada fue un elemento objetado, entre otros, por el encargado del área de turismo de la Comisión Municipal de Maimará, quien que afirmó que ese tipo de materiales no era de la zona y que habría sido preferible realizar la cartelería en piedra, no sólo porque es un elemento originario de la zona sino también para evitar las voladuras a las que están expuestos los carteles de madera. También la hotelería de Purmamarca recibió críticas. Una empresaria originaria de la localidad que administra un hotel en Tilcara afirmó que: “en Purmamarca el impacto [del turismo] es negativo, demasiados hoteles y de colores que quieren competir con los colores del cerro. La vedette sigue siendo el cerro, no los hoteles”<sup>389</sup>. Los estilos arquitectónicos también fueron objetados aduciendo su carácter foráneo: “los estilos arquitectónicos son comprados de otros lados, occidentales, sólo se cambió en un aspecto más visual, desde afuera, con respecto a los materiales”<sup>390</sup>. En el mismo sentido se objetaron las transformaciones que sufrieron los platos quebradeños y la celebración de la Pachamama al hacerse pública.

La versión patrimonial y turística de la Quebrada también da cuenta de las relaciones (desiguales) de poder que se tejen para darle forma, entre el poder político con su capacidad de gestión, respaldado por el saber experto y sus criterios inapelables, el poder económico con su capacidad de acción, los turistas con su capacidad de demanda y la población local con sus lógicas que, en algunas oportunidades, se alejan de las lógicas turística y económica que rige parte del accionar en Quebrada. Como en relación a otras dimensiones que se abordan en el capítulo 12, la Quebrada también es **disputada** en relación a su estetización orientada a su versión patrimonial y comercializable turísticamente.

Parte de las transformaciones que se manifiestan en la Quebrada se explican por otros procesos de orden socioeconómico que conforman también a la Quebrada como lugar. Así, gran parte de estas transformaciones se vinculan con una apropiación privada del suelo y la conformación de un área (la Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad) que se transformó en una jurisdicción que permite el accionar de la política y la gestión patrimonial y turística, aspectos que ayudan a comprender las transformaciones en el paisaje de la Quebrada. Por un lado, la revitalización del mercado

---

<sup>389</sup>Entrevista a Graciela, empresaria hotelera de Tilcara, originaria de Purmamarca, 31/01/07.

<sup>390</sup>Entrevista a Juan Carlos Torrejón, Director de Cultura de la Municipalidad de Tilcara, 16/01/07.



inmobiliario (tema a tratar en el capítulo 12) ha permitido la adquisición de tierras (y propiedades) en la Quebrada con fines turísticos. Las transformaciones operadas en el paisaje quebradeño son posibles en parte por este cambio en la titularidad de la tierra. Los propietarios que deciden construir con fines turísticos y los arquitectos que efectivamente llevan adelante las construcciones, coinciden en su forma de considerar a la Quebrada: son estos actores los que gustan de estos paisajes protegidos, de estos atractivos, de estos elementos patrimoniales, en tanto ellos mismos también son turistas provenientes de sociedades urbanas que rechazan los modos de vida de las ciudades y rescatan los valores, los modos de vida y la vinculación con la naturaleza no occidentales. Aquí también resultan interesantes las reflexiones que realizan Duncan y Duncan (2001) cuando afirman que aquellos sectores con más recursos económicos no sólo controlan los espacios que poseen en propiedad sino otros, más allá de sus propiedades, cuyas condiciones estéticas pueden afectar aquello de lo que ellos disfrutan. En el caso de los empresarios hoteleros, no sólo controlan aquellos detalles en los establecimientos que permiten ofrecer servicios de calidad a los turistas sino que además tienen injerencia en lo que concierne al lugar turístico en el sentido que pueden ver plasmadas sus ideas sobre cómo debería ser este lugar turístico y patrimonial para adaptarse a las demandas turísticas y combinarse con los servicios ofrecidos. Además, la declaración patrimonial que recae sobre un área define la jurisdicción del accionar de la gestión turística y patrimonial, llevada adelante por la Unidad de Gestión pero guiada en parte también por otras instituciones como la UNESCO y el ICOMOS.

También existen procesos que acontecen en la Quebrada que no se relacionan directamente con la construcción de un lugar turístico y patrimonial. En la Quebrada continúan procesos que, en mayor o menor medida, tienen que ver con la presencia del turismo que siguen otras lógicas y que también moldean a la Quebrada. Algunas de estas transformaciones como se ha señalado, fueron vetadas, hecho que se evidencia en el lugar (el salón bailable se encuentra a medio construir, los techos de las viviendas del barrio 5 de Octubre cambiaron de color). El paisaje también da cuenta de manifestaciones en contra de los procesos de creación de esta Quebrada turística y patrimonial: la conformación y disposición del barrio Sumay Pacha evidencia los conflictos que le dieron origen.

Todos estos procesos hablan de una valorización turística y patrimonial de la Quebrada que tiene una clara dimensión cultural. Hay una valorización cultural de la Quebrada, de este paisaje protegido que se crea con poca oposición en términos estéticos, generando consenso al momento de definir qué es apropiado y qué inapropiado para el lugar. Esto está signado por una valorización cultural del lugar que responde a estas formas de valorizar naturaleza y culturas, consideradas “no occidentales” en la actualidad. Sin embargo, esta valorización desde la cultura es procesada en una dimensión económica. Estos procesos de estetización, además de apuntar a crear una correspondencia con las

intenciones para hacer de la Quebrada un lugar patrimonial (o para mantener su carácter de lugar patrimonial), facilitan los procesos de mercantilización del lugar. Por un lado, éstos vienen de la mano del aumento del valor inmobiliario de la tierra y las propiedades (la estetización favorece y es consecuencia de este proceso); por otro, la Quebrada “embellecida” se incorpora a los bienes y servicios comercializados turísticamente, dado que varias características del lugar se suman a los servicios ofrecidos, en una forma de promoción de las mismas (a través de la utilización de rasgos y objetos en la decoración, la arquitectura, las comidas, la música, etc.). Además, se acondicionará el lugar, con nuevos recorridos y puntos panorámicos, para poner en destaque ciertos rasgos del mismo que están en concordancia con su carácter patrimonial. Por último, se agrega status al lugar al embellecerlo y esto va de la mano de la incorporación en el lugar de nuevos servicios turísticos que antes no existían, servicios que además se pueden ofrecer a precios elevados ya que los nuevos hoteles se promocionan como hoteles boutique o los platos como cocina gourmet, lo que da cuenta de cierta exclusividad en los servicios ofrecidos.

Además, este tipo de nuevos servicios exclusivos permitió un cambio en la dinámica turística de la Quebrada al ofrecer servicios para pernoctar a un sector de la demanda turística que anteriormente pernoctaba en Salta o Jujuy. Esto también estimuló el consumo en el lugar de la mano del crecimiento de la oferta de otro tipo de servicios que completaron a la hotelería (gastronomía, excursiones, venta de artesanías, etc.). También a partir de esta atención a las demandas surgidas, se crean productos que pasarán a ser marcas de status para varios actores: para quien diseña las nuevas edificaciones o artesanías auténticas o los platos que rescatan ingredientes vernáculos, en tanto redundan en prestigio profesional; para quien encarga o adquiere estos productos, en tanto ofrece un servicio de calidad para el turista, y para el turista, en tanto consume un producto de calidad que funcionará en cierta medida como marca de distinción que lo identificará con determinado sector o grupo social. Estos intentos de construir un destino exclusivo acompañan los procesos de mercantilización del patrimonio, a la vez que definen quiénes están en condiciones de realizar un consumo turístico en este destino de calidad (este tema se abordará con más detalle en el capítulo siguiente) y quienes no lo estarán.

Algunas de las intervenciones invitan a leer el lugar como destino turístico y sitio Patrimonio de la Humanidad. La Quebrada agrega mediante la señalización turística, de una manera más organizada que antes, los indicadores que permitirán poner de relieve sus atractivos, hacerlos evidentes, y que darán las pistas para interpretar aquello que se está viendo. También explicita el carácter de patrimonio del área mediante la exhibición de logos y emblemas, devenidos certificados. Y este paisaje es moldeado *en la actualidad*, ya no por la presencia e interacción de los aborígenes y los españoles conviviendo en armonía entre sí y creando también una relación armónica con la

naturaleza. Hoy el paisaje de la Quebrada está moldeado por los intereses y las ideas de distintos actores con injerencia en el lugar que deciden y actúan, entre otras cosas, para definir la imagen patrimonial (y turística del lugar). En cierta medida el paisaje está moldeado pensando en su carácter patrimonial; la designación necesariamente da lugar a transformaciones en el paisaje. No sólo en el sentido obvio de introducir ciertas normas que eviten modificaciones orientadas a su protección y preservación de las características que la hacen merecedora de la designación; tampoco en el sentido de que al ser distinguido con la designación el lugar será más visitado por turistas. Lo que aquí se quiere señalar es que la Quebrada está moldeada teniendo en cuenta su carácter patrimonial, en el sentido de que se busca que las transformaciones producidas no se alejen de lo que se considera que debería ser la apariencia de un lugar declarado paisaje cultural. Así, la imagen que adquiere la Quebrada hoy recoge múltiples influencias: del pasado y del presente, de adentro y de afuera, de culturas originarias y de la cultura occidental.

El saber experto y la práctica profesional están dando forma a esta Quebrada turística y patrimonial a partir de una mirada foránea que la moldea y le da identidad: la arquitectura, los materiales, los colores, la decoración están marcados por un gusto urbanita. Y esta mirada foránea es compartida por los empresarios turísticos, los actores vinculados a la gestión del patrimonio y los turistas. Todos ellos comparten una visión “desde fuera” del lugar. Estos sectores son también los que se colocan en un lugar destacado al momento de opinar, decidir, educar y actuar en nombre de la defensa del patrimonio. Ellos son los que rescatan aquello que se está perdiendo, o que la población de la zona está dejando perder. Es oportuno recordar las palabras de uno de los empresarios turísticos entrevistados, en relación al accionar del sector económico que se inspira en los estilos del lugar y utiliza los materiales de la zona para la construcción y decoración de las construcciones: “nosotros somos los que conservamos, los que hacemos todo esto”. Otra empresaria manifestó que históricamente es el momento ideal para el crecimiento del turismo por la tendencia a la preservación y la conservación de los estilos del área ya que “los emprendimientos protegen el ambiente, el patrimonio”. Quienes modifican el paisaje se sienten autorizados y además comprometidos y responsables de la protección y conservación del patrimonio. Y por otro lado, estos actores asumen que estas ideas o formas de considerar o mirar el paisaje cultural y patrimonial son espontáneamente compartidas por otros (Duncan y Duncan, 2001).

Las ideas que orientan el accionar de los profesionales también son compartidas por el saber experto a cargo de la gestión patrimonial que cuenta con la licencia para actuar en el área declarada Patrimonio de la Humanidad, devenida su jurisdicción. El saber experto, los profesionales, los turistas y los empresarios refuerzan ciertas ideas en su concepción y construcción de una Quebrada turística y patrimonial. Esta lectura luego va a dictaminar sobre lo apropiado o inapropiado en relación a una imagen del lugar preconcebida. Estas

ideas preconcebidas o preexistentes sobre cómo es la Quebrada se vinculan con aquellas que moldean la imagen turística del lugar (desarrollado en el capítulo 8), pero también se vinculan con las ideas que circulan en torno a la protección de la naturaleza y la cultura, la desaparición inminente de culturas no occidentales, las transformaciones indeseadas que acarrea el progreso y la civilización occidental, etc. Estas ideas no sólo han permeado el sentido común, sino que están fuertemente arraigadas en la formación académica y profesional, y constituyen la razón de ser de ciertas instituciones como la Convención de Patrimonio de la UNESCO.

Lo expuesto en el capítulo permite afirmar que a través de las transformaciones del lugar, se evidencian estos procesos de selección por los cuales se produjo y se sigue produciendo una versión de la identidad de la Quebrada. Este proceso de selección, y por ende esta versión patrimonial y turística de la Quebrada, no se agotó en el esfuerzo por condensar todo lo patrimonial de la Quebrada en la elaboración de su caracterización presentada ante la UNESCO; tampoco se agota en las representaciones creadas del lugar en los materiales de promoción del turismo. Esta elaboración de una versión de la Quebrada se produce también en una transformación del destino, orientado por una normativa (por el momento informal pero activa) y con ciertos criterios estéticos propuestos por ejemplo, por los arquitectos (que tienen éxito en las construcciones de los nuevos establecimientos turísticos) que se contradicen con las formas que toma una construcción espontánea que no atiende a la demanda turística. Este proceso de selección que prefiere el adobe a la chapa, se identifica con otros procesos de selección patrimonial y de atractivos turísticos que eligen el folklore a la cumbia, el sombrero a la gorra con visera, los aborígenes aguerridos luchando por la independencia nacional a los piqueteros de la zona.

Haciendo referencia al paisaje, Cosgrove (2002) habla de la capacidad que éste tiene para naturalizar lo que constituye un orden social establecido; en otras palabras, una vecina de Tilcara señala: "Tilcara es bonito, el paisaje, el clima, pero lo que está por debajo no es nada bonito". El análisis y las reflexiones aquí vertidas aportan elementos para continuar indagando en el próximo capítulo aquel orden social que "está por debajo" de la Quebrada que usualmente, se presenta en los folletos turísticos como un lugar de ensueño o un paraíso.

## **Capítulo 12. La Quebrada disputada. Disonancias en el proceso de creación de una Quebrada turística y patrimonial**

La valorización turístico- patrimonial como proyecto que reunió intereses del poder político provincial y ciertos sectores empresariales fue dando forma a un proceso de consolidación de la Quebrada de Humahuaca como lugar turístico que estuvo marcado, entre otros aspectos, por el conflicto. Este capítulo se organiza alrededor de algunos ejes a partir de los cuales es posible dar cuenta de los conflictos que se generan en este proceso de creación de una Quebrada turística y patrimonial. En los capítulos anteriores se mencionaron algunos conflictos al analizar diferentes dimensiones de este proceso (por ejemplo, en el proceso mismo de patrimonialización, al intentar hacer partícipe a la población de la Quebrada como beneficiaria o al diseñar una Quebrada adecuándola a su estatus patrimonial y turístico para su consumo). En este capítulo, sin embargo, el conflicto aparece en un lugar destacado alrededor de ciertas cuestiones específicas. Cada uno de los ejes que organizan el capítulo da cuenta, por un lado, de un elemento objeto de la disputa y por otro, del conjunto de “alianzas” (más o menos tácitas) o enfrentamientos que se generan entre los distintos actores involucrados.

Los dos primeros puntos del capítulo reúnen aquellas disputas en torno a quiénes y cómo quedan incluidos en los procesos de valorización turístico-patrimonial de la Quebrada en relación al acceso, en términos generales, a ciertas condiciones de vida. La tierra, la vivienda, los servicios domiciliarios y el derecho a un ambiente saludable son reclamados por empresarios y quebradeños que se encuentran a veces enfrentados y a veces coincidiendo en sus reclamos ante el gobierno provincial. Los últimos puntos del capítulo se centran en aquellas disputas en relación con derechos, pertenencias e identidades, en definitiva la forma en que distintos actores definen quiénes y cómo son herederos y administradores del patrimonio y de la identidad quebradeña y andina, y cómo estos actores intentan establecer también quiénes, cómo y cuándo hacen uso de un lugar turístico como la Quebrada.

En este capítulo, atendiendo al cuarto objetivo específico, se analizan e interpretan los aspectos conflictivos de la redefinición de la Quebrada en su proceso de valorización turística y patrimonial, para indagar en las transformaciones acontecidas, teniendo en cuenta las disputas en torno la conformación de la Quebrada como un lugar turístico y patrimonial.

## 12. 1. El patrimonio tiene propietarios. La dinámica del mercado inmobiliario en la Quebrada

El desarrollo del turismo en la Quebrada involucró un proceso de expansión de la oferta de servicios a partir del cual se adquirieron nuevos terrenos para la construcción de edificaciones destinadas a alojamiento y gastronomía. La adquisición de lotes urbanos y terrenos en áreas rurales se produjo principalmente a través de su compra, aunque en algunos casos se alquilaron propiedades para emprendimientos turísticos.

Este proceso estuvo acompañado por el aumento en el valor de los inmuebles. Belli y Slavutsky (2005) recogen datos sobre las ventas de propiedades en la Quebrada desde 1999 hasta 2004; a partir de estos datos puede observarse un incremento general en todo el período (una duplicación en el número de ventas) aunque con fluctuaciones: el aumento del número de ventas desde 1999 a 2000 se ve interrumpido por una baja en el año 2001, año a partir del cual se registra un aumento progresivo hasta 2004.

En relación con esto, es interesante mencionar que según distintas estimaciones se calcula que los valores monetarios de los terrenos, en la localidad de Tilcara, aumentaron de \$50 a \$300 el m<sup>2</sup> (u\$s 15 a u\$s 95 el m<sup>2</sup>), entre 2004 y 2006. Recientemente los medios de comunicación se han hecho eco de este fenómeno y publicaron una serie de artículos<sup>391</sup> que recogen testimonios, algunos dando cuenta del aumento del precio de inmuebles y otros relativizándolo<sup>392</sup>. Algunas estimaciones hablan de un valor de \$ 1.000 (u\$s 320) el m<sup>2</sup> en Purmamarca<sup>393</sup> y otras entre \$ 800 a \$ 1500 (u\$s 250 a u\$s 480) en la

---

<sup>391</sup> Algunos de los artículos son los siguientes: "Comunidades aborígenes celebran fallo judicial", *Diario El Independiente*, 15/05/2006; "Afirman que Humahuaca está en la mira de los negocios inmobiliarios", *La Capital*, 26/07/2005; "Revolución en la Quebrada", *Revista Noticias*, 29/07/ 2006, "Quebrada de Humahuaca: paraíso en peligro", *Clarín*, 07/01/2007, "Jujuy también se revaloriza", *La Nación*, 12/05/ 2007; "Desestiman la comparación entre Purmamarca y Puerto Madero", *Jujuy al día*, 13/05/2007; "Hasta u\$s 500 mil por casas de adobe en Purmamarca", *Infobae.com*, 4/08/ 2007; "Suspensiones de prescripciones adquisitivas: se prorrogan por 180 días más", *Jujuy al día*, 4/08/ 2007.

<sup>392</sup> En uno de ellos se afirma para el caso de Purmamarca: "Las propiedades valen el doble que en Belgrano y están a la par de los inmuebles en Puerto Madero. Los valores se quintuplicaron y el metro cuadrado cuesta aproximadamente u\$s 2000." [...] "Para ilustrar, una hostería de ocho habitaciones cercana a la plaza principal se ofrece por u\$s 350 mil. Otro caso es el de una venta reciente de una casa de adobe de 10 por 20 metros y con una ubicación privilegiada por u\$s 500 mil" (*Infobae.com*, 4/08/ 2007).

<sup>393</sup> "Desestiman la comparación entre Purmamarca y Puerto Madero", *Jujuy al día*, 13/05/2007.

misma localidad<sup>394</sup>. Desde la Secretaria de Hacienda de la Municipalidad de Tilcara se estima que en promedio el m2 en Tilcara tiene un costo de U\$S 70 en enero de 2007.

La adquisición de tierras se llevó adelante acompañada de algunos conflictos debido a las características que presentan la tenencia y ocupación de la tierra en la Quebrada. Las situaciones conflictivas se manifestaron tanto en lotes cuya propiedad la detentaban antiguos terratenientes de la zona como en tierras fiscales. Varios de los propietarios terratenientes en la Quebrada son ausentistas y sus propiedades están ocupadas por habitantes de la Quebrada que hacen uso de las mismas con fines residenciales y de producción agropecuaria. Los propietarios siempre mantuvieron la propiedad de las tierras, pero como se trataba de terrenos que no revestían interés desde el punto de vista económico, no eran explotadas para la realización de actividades productivas. Estas tierras de propiedad privada, como también los terrenos fiscales, fueron ocupadas progresivamente por población de la Quebrada. La ocupación de hecho de tierras fiscales e incluso privada durante un cierto tiempo (realización de mejoras mediante y trámites que prueben la efectiva ocupación después) habilita a los ocupantes a tramitar la propiedad de la tierra<sup>395</sup>. Ésta era la situación de algunos habitantes de la Quebrada que durante los años de ocupación habían realizado ciertas mejoras en los terrenos que ocupaban (canales de riego, puesta en producción, construcción de infraestructura de distinto tipo). Sin embargo, a pesar de las mejoras introducidas muchos de estos ocupantes nunca tramitaron la propiedad de estas tierras, por lo que legalmente nunca fueron reconocidos como propietarios.

Con la reactivación del mercado inmobiliario se pusieron en marcha dos procesos en torno a la nueva puesta en valor de estos terrenos. Por un lado, los propietarios decidieron iniciar actividades vinculadas al turismo, y para ello reclamaron las tierras ocupadas de hecho por quienes estaban haciendo uso de las mismas. Por otro, estos propietarios vendieron las tierras a interesados en utilizarlas con fines turísticos y en este caso, los nuevos propietarios también reclamaron las tierras ocupadas. Además, la posibilidad de acceder a la tierra a partir de la ocupación efectiva dio lugar a intentos de ocupación ilegítima con vistas a desarrollar un emprendimiento turístico: los interesados en adquirir los terrenos pagaban el valor en dinero que equivale a las mejoras que se les

---

<sup>394</sup>“Jujuy también se revaloriza”, *La Nación*, 12/05/2007.

<sup>395</sup> Esto está contemplado en la ley 14.159 de 1951 referida a las prescripciones adquisitivas de inmuebles mediante la cual se fijan las condiciones para tramitar el título de las tierras aduciendo la posesión continuada de bienes inmuebles. En lo que se refiere específicamente al ámbito provincial, la ley 14.551 de 1958 transfiere a la provincia de Jujuy tierras producto de expropiaciones realizadas en el ámbito provincial para ser adjudicadas a sus ocupantes. Esta legislación será la base para reclamar no sólo la propiedad de la tierra en casos individuales sino también la propiedad colectiva de la misma como lo están haciendo las agrupaciones aborígenes, agregando a esta legislación los derechos reconocidos en la reforma constitucional de 1994 para estos grupos.

exigen que demuestren haber hecho a los ocupantes de los terrenos para acceder a ellos según la ley vigente. De esta manera, personas que nunca habían ocupado ese terreno accedieron a su propiedad<sup>396</sup>.

Los procesos de adquisición de terrenos para construcción de hoteles en ocasiones se realizaron con fines especulativos. En algunos casos los terrenos se adquirieron para la construcción de algún establecimiento y luego fueron vendidos. Lo que interesa destacar son las consecuencias que este proceso ha suscitado a partir de este aumento en el valor de la tierra. Una de las más inmediatas fue la imposibilidad de acceso a la propiedad de la tierra para los habitantes de la Quebrada. Según lo manifestaron algunos de los entrevistados, las posibilidades de acceso a un terreno o vivienda propia ya eran difíciles en la Quebrada por la relación dispar que existía entre ingresos percibidos y valor de los terrenos y propiedades, aunque estaban al alcance de algunos sectores. A partir de los procesos descritos, en la actualidad esa brecha es mucho más amplia<sup>397</sup>.

Con motivo de las nuevas adquisiciones de tierras para emprendimientos turísticos, en algunos casos se procedió al desalojo de los ocupantes de los terrenos. En otros casos, la puesta en valor turístico de estos terrenos implicó la realización de cercados en los perímetros definidos por el nuevo uso del suelo y esto afectó vías de paso para algunos habitantes de la zona, que las transitaban como parte de sus prácticas de movilidad cotidianas.

Esta nueva dinámica del mercado inmobiliario irrumpe en un escenario en el que además tenían lugar otro tipo de cuestiones vinculadas a la tenencia de la tierra. Algunas comunidades aborígenes de la Quebrada habían encarado un proceso de reclamo de tierras comunales, según lo reconocía la Constitución Nacional en las modificaciones introducidas en 1994 y el Convenio 169 de la OIT. Esta situación constituyó un marco favorable para el reclamo de tierras por las comunidades aborígenes de la provincia de Jujuy. Y en este contexto la Secretaría de Desarrollo Social de la provincia se constituyó en sede del Programa de Regularización Dominial de Tierras a Comunidades Aborígenes, orientado a dar solución a estas cuestiones.

---

<sup>396</sup> En una entrevista con Cristina Argañaraz (investigadora del Instituto Interdisciplinario Tilcara), quien analiza la temática de tenencia de la tierra en Tilcara, manifestó que se estima que el 40% de las adquisiciones de tierras en la Quebrada en los últimos años se realizan en condiciones de irregularidad.

<sup>397</sup> Uno de los entrevistados en Tilcara sintetizó esta situación de la siguiente manera: “Antes los terrenos no valían nada: se compraban por un televisor y \$1.000 [u\$s 320]” (Entrevista a Sebastián, guía de cabalgatas en Tilcara, 31/01/2007).



Los reclamos por la tenencia comunal de las tierras ya se hacían sentir en la provincia de Jujuy con anterioridad a los procesos de valorización turística de la Quebrada<sup>398</sup>. En la actualidad la dinámica del turismo y la patrimonialización, expresada en las transformaciones en el mercado inmobiliario de la zona, agudizan estas situaciones conflictivas previas<sup>399</sup> que resultaron en la decisión de suspender las prescripciones adquisitivas en 2005 para evitar el acceso al título de propiedad de manera ilegítima.

Estos nuevos usos del suelo orientados a la realización de emprendimientos turísticos redefinieron las formas de ocupación de las tierras en la Quebrada, especialmente en la localidad de Tilcara. Uno de los casos más resonantes es el de la construcción de un hotel en el barrio Malka en un terreno ocupado por quienes fueran arrendatarios. Estos arrendatarios habrían obtenido un permiso de palabra para ocupar estas tierras; esta ocupación no estuvo acompañada de los trámites necesarios para acceder a la propiedad y eso facilitó la recuperación de los terrenos por parte de quienes lo habían heredado luego del fallecimiento del propietario que había cedido informalmente el terreno. La familia que ocupaba el terreno llevaba más de 20 años en el lugar por lo que de haber realizado los trámites correspondientes podría haber obtenido la titularidad de este terreno. Tras negociaciones que involucraron la participación del municipio, quienes ocupaban el terreno con anterioridad a la construcción del hotel fueron relocalizados en un terreno colindante al de la nueva construcción (ver imagen 12.1). La relocalización de esta familia fue programada por los propietarios del inmueble (quienes también le construyeron una vivienda) como una estrategia para evitar acciones legales<sup>400</sup>.

Otro de los casos se refiere a la construcción de un hotel en Alfarcito (cerca de Tilcara) por parte de una de las familias más tradicionales de Tilcara. Esta familia decidió la construcción de un hotel para lo cual se alambró el terreno destinado a este uso, impidiendo el paso de los habitantes de Alfarcito que con regularidad se dirige a la localidad de Tilcara<sup>401</sup>. Fuera de la localidad de Tilcara, en Yacoraite, también se denunciaron intentos de compra de terrenos ocupados por comunidades aborígenes del lugar en un sitio estratégico que tiene vista a una formación geológica que domina la quebrada de Yacoraite y se encuentra en las cercanías de uno de los sitios arqueológicos más importante de la zona, Los Amarillos.

---

<sup>398</sup> A partir de lo planteado en las leyes 14.159 (de 1951) y 14.551 (de 1958), antes mencionadas.

<sup>399</sup> El trabajo del Programa de Regularización Dominial recibió críticas, especialmente en relación a la lentitud de su accionar. La entrega de tierras en propiedad comunal suele ser más rápida cuando se trata de tierras fiscales. Los terrenos privados ocupados por comunidades aborígenes suelen terminar en juicios entre propietarios y comunidad que son más complejos de resolver.

<sup>400</sup> Entrevistas realizadas a Cristina Argañaraz (investigadora del Instituto Interdisciplinario Tilcara), Félix Pérez (Intendente de Tilcara) y Marcelo Volante (Director de Acción Social de la Municipalidad de Tilcara).

<sup>401</sup> Entrevista realizada a Cristina Argañaraz (investigadora del Instituto Interdisciplinario Tilcara).



Imagen 12.1. Al fondo, hotel en construcción en el barrio Malka de Tilcara. En primer plano, vivienda donde reside la familia que ocupaba el predio destinado al hotel.

A estos casos se le suma el de un terreno de uso recreativo en el Pueblo Nuevo de Tilcara (una cancha de fútbol) que fue construida en un terreno afectado periódicamente por las crecidas de río Huasamayo. Este era un terreno fiscal que fue pedido por una vecina de Tilcara en propiedad; quien no completó los trámites para lograr la titularidad del mismo; en esta situación, la vecina vendió el terreno a un periodista residente en Tilcara. El terreno había sido afectado por la crecida y desborde del río Huasamayo en el año 1984 y, como gran parte de lo que hoy constituye Pueblo Nuevo, quedó cubierto por las piedras que arrastró el río. Vecinos del barrio en la década de 1990 comenzaron a despedrar el terreno con la ayuda de la Dirección de Vialidad de la provincia y la Municipalidad de Tilcara que facilitaron la maquinaria para realizar la tarea, con la intención de establecer una cancha de fútbol que funciona en la actualidad. El periodista que compró el terreno en 2005 procede a cercar el perímetro que había adquirido, el cual se superponía con la cancha de fútbol. Esto generó la reacción de la gente del barrio, especialmente de los jóvenes que hacían uso de la cancha. En este caso se produjeron

enfrentamientos entre los jóvenes del barrio y personas que vigilaban el terreno con la intención de prevenir una invasión de la propiedad privada. El terreno que fue cercado también afectó el trazado de una acequia, por lo que intervinieron los integrantes de la junta de regantes del pueblo. Este caso fue el que desató una vigilia para impedir que se cerquen los terrenos y una marcha en la localidad (que se comenta más adelante)<sup>402</sup>.

El surgimiento del barrio Sumay Pacha también tiene vinculación con los procesos de adquisición de tierras con fines turísticos. Como ya se ha mencionado (capítulo 11), este barrio surge como respuesta a la adjudicación de tierras a un ex-funcionario provincial que había sido comisionado municipal en la localidad de Yala. Frente a la adjudicación de un terreno de dimensiones considerables (37 has) para fines turísticos según lo manifestó el propietario, y la falta de viviendas en la zona, la población de la localidad de Tilcara tomó posesión de amplios sectores de los terrenos que cercaban el emprendimiento. La ocupación de los terrenos avanzó hasta invadir gran parte de las 37 has que habían sido otorgadas al nuevo propietario. En la actualidad ese predio, en el cual no se brindan servicios turísticos, quedó reducido a 2 has. El avance sobre estos terrenos se realizó mediante un loteo previo que incluía los lotes (de 10m X 25m) y espacios verdes en un área de 800 has que conformaron el barrio Sumay Pacha. Este barrio también fue ocupado por población originaria de Maimará, que edificó viviendas a partir de la adjudicación de planes de viviendas provinciales.

Estos casos dan cuenta de un proceso de cambio en el uso del suelo desde usos residenciales hacia usos turísticos, pero también de puesta en uso de tierras que hasta el momento no se encontraban ocupadas (como en el caso del barrio Sumay Pacha). Este proceso estuvo acompañado de un aumento en los precios de los inmuebles del cual el crecimiento del turismo y la patrimonialización de la Quebrada pueden reconocerse como principales causas. Esto provocó, por otro lado, cambios en la titularidad de los terrenos y las viviendas. La adquisición de terrenos con fines turísticos fue realizada fundamentalmente por gente que no era originaria de la Quebrada, mientras que la zona atravesaba una situación delicada en relación al acceso a la vivienda, tal como lo expresan algunos residentes. Por otro lado, también dio lugar a procesos de especulación inmobiliaria a partir del ascenso vertiginoso de los precios de los inmuebles. Así, se asiste en la Quebrada a una disputa entre un uso residencial y un uso turístico que se dirime en un mercado inmobiliario con precios en ascenso que seducen a los residentes para vender sus inmuebles (imagen 12.2).

La atraktividad turística de la Quebrada patrimonial viabilizó la comercialización de porciones del área patrimonial a través de la propiedad o la sesión para un uso turístico

---

<sup>402</sup> Entrevistas a Cristina Argañaraz (investigadora del Instituto Interdisciplinario Tilcara), Nora (integrante de la Junta de Regantes de Tilcara) y a Diego (vecino de Pueblo Nuevo que utiliza habitualmente la cancha de fútbol).

(alquiler mediante) o incluso la especulación inmobiliaria. El aumento en el valor de los terrenos y los inmuebles en general y la orientación de los mismos hacia un uso turístico dan cuenta de estos procesos de interés del capital por realizar inversiones y aprovechar de alguna manera la excepcionalidad que porta ahora la Quebrada.



Imagen 12.2. Propiedad en venta en Purmamarca.

Este proceso de revalorización del suelo urbano y rural a partir de la patrimonialización y el crecimiento del turismo tiene como actores principales, en tanto beneficiarios, a empresarios (de la provincia y de otras provincias del país), antiguos terratenientes de la zona de la Quebrada, algunos políticos provinciales (los cuales fueron también los impulsores de la patrimonialización) y especuladores inmobiliarios. De alguna manera, los beneficios del aumento en el precio de la tierra también alcanzaron a quienes son propietarios de inmuebles en la zona, al menos aquellos que no vendieron y conservan sus propiedades ahora revalorizadas.

Sin embargo, la dinamización del mercado inmobiliario no fue un proceso que siguió su curso sin interrupciones: el accionar de distintos sectores afectados directamente o no por este proceso de adquisición de tierras frenó o modificó el curso del mismo, como por ejemplo, aconteció en el barrio Sumay Pacha. Además, las demandas, especialmente las realizadas por las comunidades aborígenes, también lograron frenar estos procesos al demandar la suspensión de las prescripciones adquisitivas.

También existieron situaciones perjudiciales para algunos de los sectores de la sociedad quebradeña, fundamentalmente aquellos ocupantes de terrenos de manera informal que no contaban con la información sobre las posibilidades de tramitar un título de propiedad, además de quienes residiendo en la Quebrada, especialmente aquellos de menores recursos, tienen mayores dificultades en acceder a un terreno o vivienda propia.

## **12. 2. La calidad de vida y la calidad de los servicios turísticos amenazadas**

Existen algunos problemas en la zona que hacen converger las opiniones y los reclamos de varios sectores vinculados al turismo. En general, estos problemas se relacionan con el abastecimiento de servicios domiciliarios como el agua y la disposición de residuos sólidos y cloacales. Con el aumento de los establecimientos dedicados al turismo, los residentes de las localidades de la Quebrada comenzaron a percibir una disminución en el abastecimiento de agua. Estos nuevos establecimientos comenzaron a utilizar más agua por habitante que el promedio de las viviendas de los pobladores residentes<sup>403</sup> y por otro lado, la demanda de agua que ellos tienen se incrementa por la presencia de áreas parquizadas (que necesitan riego permanente en una zona en donde las precipitaciones son escasas gran parte del año) y de piletas. Para asegurar el abastecimiento estos establecimientos suelen asistir la provisión de agua potable a través de la instalación de cisternas. Esta situación de falta de agua provocó que, en muchas oportunidades, hubiera cortes o disminuciones en el servicio.

A pesar de ello, uno de los entrevistados, dueño de un camping en la localidad de Tilcara comentando la problemática del agua, habla de una aparente indiferencia al respecto: “Durante el verano escasea el agua en algunos barrios, especialmente el fin de semana y la gente dice ‘bueno, falta el agua el fin de semana pero hago mi billetito’, pero si sigue así va a faltar agua en otros momentos del año...”<sup>404</sup>. Sin embargo, en general la problemática del agua es una constante en la caracterización que los entrevistados hacen

---

<sup>403</sup> Según las estimaciones que realizan en Tilcara se calcula que un turista usa 10 veces más agua que un quebradeño.

<sup>404</sup> Entrevista a Pablo, empresario hotelero de Tilcara, 31/01/ 2007.

de los problemas vinculados con el crecimiento del turismo. En esto coinciden quebradeños, empresarios y políticos locales. Por otro lado, también se generaron conflictos en relación a la distribución del agua mediante las acequias. Las denuncias se orientaron hacia un emprendimiento turístico que había desviado acequias para utilizar el agua en su predio perjudicando a los productores rurales ubicados aguas abajo de este establecimiento<sup>405</sup>.

Otro de los problemas que suelen señalarse al hablar de la calidad de vida en la Quebrada asociada al turismo se vincula con los efluentes domiciliarios. El problema con los efluentes domiciliarios en las localidades de la Quebrada surge a partir de la combinación de dos elementos; por un lado, las descargas se vierten en pozos ciegos; por el otro, los terrenos que componen las plantas urbanas se encuentran en desnivel dada la inclinación del relieve en las áreas de implantación de los pueblos. Este tipo de descargas<sup>406</sup> humedecen las capas del terreno en el lugar del vertido. Las viviendas ubicadas laderas abajo pueden estar construidas al mismo nivel del suelo de las capas de vertido de efluentes. Esto provoca, por un lado, la inestabilidad del suelo donde se asientan las edificaciones de las áreas más bajas y además la presencia más notoria de los olores que desprenden los fluidos en las áreas más bajas de las plantas urbanas, dos problemas agravados por el aumento de las construcciones. Este problema se ha intensificado en los últimos años y es particularmente evidente en los meses de verano, donde la cantidad gente aumenta considerablemente por la presencia de turistas.

Asimismo, la recolección de residuos sólidos ha generado también reclamos por parte de distintos sectores de la sociedad quebradeña. Por un lado, el aumento en el número de turistas, especialmente en los meses de verano y cuando se hace un uso intenso de la vía pública (asistencia a eventos, festividades, etc.) es situación propicia para el aumento de la basura arrojada en los espacios públicos. Por otro lado, la frecuencia de recolección en los meses de mayor afluencia de turistas (enero y febrero) no se intensifica en relación al resto del año; esto da lugar a la acumulación de residuos en la vía pública por varios días, ya que los camiones de recolección de residuos realizan sus recorridos dos veces por semana.

Por último, la disposición final de residuos (en basurales a cielo abierto donde son quemados) también se ha convertido en un tema conflictivo. El aumento en la cantidad de residuos provocó la reacción de los habitantes que residen cerca de esos basurales (por

---

<sup>405</sup>Una vecina de Tilcara, integrante de la Junta de Regantes quien realizó la denuncia de este caso ante la Dirección de Recursos Hídricos de la provincia, manifestó que el empresario había declarado que el agua la utilizaba “para la vista de los turistas”, haciendo alusión al riego de los jardines del complejo de cabañas que administra (Entrevista a Nora, 19/01/ 2007).

<sup>406</sup> Algunos vecinos de la localidad de Tilcara afirman que los pozos ciegos que antes tenían una profundidad de 9 m. en la actualidad se están realizando a 3,5 m.

la mayor presencia de olores y humo provenientes de la quema) y de la población en general, preocupada por la contaminación del aire y el suelo que estos basurales pueden provocar.

Los grandes perjudicados frente a estos problemas son quienes residen o tienen su emprendimiento turístico en la Quebrada. Los empresarios han sido quienes se han movilizadado con más diligencia en sus reclamos, especialmente en lo referido a la presencia de basura arrojada en la vía pública y la frecuencia de recolección de los residuos domiciliarios. Esta situación ha despertado conflictos en Tilcara entre la Municipalidad y los prestadores de servicios turísticos (especialmente aquellos nucleados en la Asociación de Turismo de Quebrada y Puna) quienes reclaman un accionar por parte del poder político local<sup>407</sup>.

Si bien todos los establecimientos turísticos se ven perjudicados por estos problemas, quienes demuestran mayor indignación son aquellas personas que administran los establecimientos que apuntan a brindar un servicio de calidad con tarifas elevadas para consumidores selectos, pues estas condiciones repercuten negativamente en el servicio que ofrecen. El abastecimiento de agua queda resuelto mediante el almacenamiento de la misma y en este sentido, la diferencia que se marca con los residentes en las localidades de la Quebrada es importante (en tanto estos últimos no tienen posibilidades de acumular el agua). Otros inconvenientes, por otro lado, son de difícil solución como los olores de los efluvios cloacales que en algunos sectores de los pueblos son particularmente notorios.

La explicación general sobre la mayoría de estos problemas que afectan a la calidad de vida y de los servicios turísticos es el crecimiento desmedido del turismo. En esta apreciación coinciden los distintos actores relacionados con el turismo en la Quebrada. Sin embargo, al señalar responsables específicos las opiniones varían. La población residente y originaria de la Quebrada, en general, responsabiliza a los empresarios turísticos considerados los responsables directos del aumento del turismo y a las autoridades municipales y provinciales por la ausencia de control; los empresarios turísticos, presentándose también ellos como perjudicados por la situación, responsabilizan a las autoridades políticas por la falta de gestión. En especial, al gobierno provincial se lo responsabiliza por no controlar el crecimiento del turismo y por la ausencia de obras de infraestructura tendientes a asegurar o mejorar las condiciones de aprovechamiento de estos servicios por parte de la población local y los turistas. Asimismo, los responsables de la política a nivel provincial y municipal se responsabilizan

---

<sup>407</sup>Frente a la falta de medidas algunos empresarios tomaron la iniciativa de colocar cestos de residuos orgánicos e inorgánicos en diferentes lugares de la localidad a cambio de una reducción en la cuota de habilitación municipal (en Tilcara la habilitación municipal no implica un pago único ni un pago anual, sino que se cobra mensualmente).

mutuamente y ofrecen como excusa para su accionar (o falta de accionar) la rapidez con que se dieron los procesos de crecimiento del turismo en la zona.

El cruce de atribución de responsabilidades entre quebradeños y empresarios turísticos también es frecuente. Aquí, uno de los puntos más discutidos se relaciona con la posibilidad de acceso al agua corriente. La población de la Quebrada y las autoridades locales responsabilizan a los empresarios turísticos de hacer un uso poco racional de este recurso que no abunda en la zona. Los empresarios turísticos, por su parte, afirman que no sólo aumentó en los últimos años la cantidad de hoteles sino que también se incrementó el número de viviendas, por lo que el aumento en el consumo de agua también se debe a ese motivo<sup>408</sup>.

Muchos de los reclamos realizados en relación a estas cuestiones aparecían en las instancias participativas planteadas por los distintos proyectos de desarrollo del turismo en la Quebrada. Los pedidos de solución para el tratamiento de la basura fueron una temática tratada durante las reuniones convocadas por el PROFODE en Purmamarca, y en Humahuaca durante la realización de los talleres del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la provincia. Por otra parte, estos temas aparecen en el informe final que realizó el PROFODE en 2004:

“La falta de agua potable para consumo urbano y para riego es otra de las dificultades manifestadas, al igual que la falta de cloacas. Asimismo, la ausencia de un plan general para el tratamiento de residuos sólidos. Un problema vinculado a esto es la gran proliferación de moscas presentes a lo largo de toda la Quebrada”.

[...]

“La falta de infraestructura básica (agua, defensas fluviales, gas, comunicaciones, cloacas, energía eléctrica) se presenta como un inhibidor del desarrollo de la actividad turística” (PROFODE, *Informe final. Misión exploratoria de la Provincia de Jujuy*, Junio 2004: 6 y 15).

Sin embargo, al contrario de las apreciaciones de este documento, la actividad turística continuó desarrollándose a pesar de estas condiciones negativas desde el 2004 al 2007, al menos si se toma como indicador el incremento de establecimientos hoteleros.

---

<sup>408</sup> Esto último tiene más asidero en el caso de la localidad de Purmamarca en la cual aguas arriba de la localidad (en el camino de la ruta N°52 hacia Salinas Grandes) se construyó recientemente un barrio nuevo, Chalala, que utiliza el agua de la misma fuente que ciertos sectores del pueblo. El administrador de uno de los hoteles ubicado aguas abajo del barrio afirma que en el hotel fue necesario colocar una cisterna porque no era suficiente el agua que llegaba al establecimiento para el uso que realizaban los turistas. En el caso de Tilcara, si bien las viviendas en el pueblo han aumentado, el crecimiento más importante se dio en los barrios Sumay Pacha y 5 de Octubre, que se encuentran localizados fuera de la planta urbana del pueblo y utilizan agua proveniente de otros lugares.



Estos problemas de tipo ambiental ya existían con anterioridad al crecimiento del turismo y la declaración patrimonial, especialmente los problemas respecto a la disposición de residuos sólidos. En el texto de la postulación de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad se hace referencia a esto como un factor que afecta al bien a ser declarado<sup>409</sup>. Respecto de este tema se han anunciado soluciones por parte del gobierno provincial que no se han llevado adelante y continúan discutiéndose sobre la incumbencia y responsabilidad de los funcionarios de distintos niveles de gobierno. Sin embargo, mediante el decreto provincial N° 789-G-2.004 (decreto reglamentario de La Ley Provincial N° 5.206 que designa como "Paisaje Protegido a la Quebrada Humahuaca") se encuentra explicitada la forma y los actores que deben encarar el tratamiento de este tipo de residuos<sup>410</sup>. Como en otros aspectos ya señalados (respecto de las construcciones en la Quebrada) la normativa que se expresa en estos artículos del decreto no se cumple y tampoco se disponen sanciones.

Empresarios y quebradeños coinciden en señalar estas situaciones como problemáticas, y en general este tipo de cuestiones son las que aparecen con más frecuencia al momento de caracterizar la situación actual del turismo en la Quebrada. Si bien estos actores de alguna manera son afectados en forma similar por algunos de estos problemas (recolección y disposición final de residuos), en otros casos (fundamentalmente en el caso de la disponibilidad de agua corriente) se ven afectados diferencialmente. Por otra parte, gran parte de los argumentos que se esgrimían para exigir respuestas frente a estas problemáticas se apoyaban en la condición de Patrimonio de la Humanidad de la Quebrada y la necesidad de su protección.

### **12. 3. Turismo, patrimonio y las identidades quebradeñas**

Otro de los aspectos en los cuales la Quebrada como lugar turístico y patrimonial es disputada es en relación con las múltiples identidades definidas en este lugar. Las formas

---

<sup>409</sup>“En cuanto al ambiente se registra la proliferación de residuos no biodegradables en el paisaje cercano a las rutas y lugares poblados y la instalación de áreas municipales de depositación de basura sin su debido procesamiento” (Provincia de Jujuy, 2002: 276).

<sup>410</sup> En el “Capítulo VI. De la gestión de residuos” se dispone: “Artículo 12°: La autoridad de aplicación, conjuntamente con los municipios y Comisiones municipales pertenecientes al área protegida deberán planificar un régimen integral de gestión de residuos, de manera que no impacten negativamente sobre el paisaje en el ambiente general; Artículo 14°: Queda absolutamente prohibido arrojar residuos de cualquier especie, cantidad y composición química en la vía pública, predios públicos o privados, lugares de recreación paisajística, rutas y caminos, ríos, arroyos y en sus márgenes y en todo sitio que no esté expresamente adecuado como depósito de los mismos. La violación de ésta disposición será considerada una infracción grave y la autoridad de aplicación podrá adoptar las medidas que crea conveniente tendientes a obtener el respeto de la presente disposición”.

en que las identidades son definidas en la Quebrada permiten desarmar la idea de lugar al que se le corresponde una sociedad homogénea que prevalece en las caracterizaciones turísticas y patrimoniales de la Quebrada. Tomando como base la trama social presentada en el capítulo 6, aquí se abordarán las formas en que diferentes grupos vinculados al turismo y a la patrimonialización de la Quebrada se definen a sí mismos y a los otros.

Como ya se ha mencionado en los capítulos 1 y 2, en general las formas de referirse a lo local hacen referencia a un grupo homogéneo de actores sociales en los que prima un interés común por encima de intereses particulares, definiendo una relación armónica entre ellos. Esta armonía, entendida como homogeneidad, como acontece en muchos otros casos, no fue una característica en la historia de la Quebrada<sup>411</sup>. Tampoco lo está siendo en la actualidad, cuando los procesos recientes de valorización turística y patrimonial del área ponen de manifiesto conflictos nuevos y viejos. Una mirada más en profundidad de esta sociedad muestra los conflictos que están presentes en ella, que a su vez fueron activados por los procesos de patrimonialización y valorización turística de ese patrimonio.

Lo que sigue es un intento por exponer la complejidad de la sociedad de la Quebrada a partir de análisis específicos que realizaron otros autores y la manera en que los actores se diferencian entre sí (definiendo su propia identidad) retomando lo presentado en el capítulo 6. Esto es interesante para desarmar la idea de identidad armoniosa de la Quebrada que se presenta como uno de los atractivos del lugar y, además, porque estas definiciones identitarias están permeando el accionar de los distintos grupos en relación con turismo y con el patrimonio.

Una mirada actual en detalle a la sociedad quebradeña habla de una sociedad con desigualdades y enfrentamientos, características también estuvieron presentes en otros momentos. Las formas en que se manifiesta la diferenciación interna de la sociedad de la Quebrada han sido estudiadas por Gabriela Karasik para distintos momentos históricos y frente a determinados acontecimientos que pusieron en evidencia la manera en que los actores se definían a sí mismos y a otros (véase Karasik, 1994b y Karasik, 2006). En uno de sus trabajos, Karasik (1994b) menciona los criterios por los que se define la identidad de los distintos grupos que conforman la sociedad tilcareña: así algunos grupos quedan definidos por la pertenencia socio-territorial, distinguiéndose unos de otros como los quebradeños (o los tilcareños) y los de afuera. En otros casos el criterio para establecer

---

<sup>411</sup> Respecto a formas colectivas de trabajo Karasik (1994b) afirma: “aunque en otras dimensiones de la vida social pueden detectarse formas colectivas de control, especialmente en ciertos ámbitos rurales, el aparato de gobierno y la maquinaria de los partidos en los pueblos de la Quebrada y la Puna muestran exacerbada la ausencia de control colectivo sobre sus prácticas” (Karasik, 1994b: 65).

estas diferenciaciones es étnico. Y aquí los grupos se definen como collas, criollos diferentes a los foráneos, bolivianos, mineros, etc.

Como señala Karasik (1994b), la referencia a lo étnico en términos identitarios refleja identificaciones sociales más allá de una filiación real, si es que esto puede ser establecido de alguna manera. Estas aclaraciones las realiza para la localidad de Tilcara, mencionando diferenciaciones identitarias marcadas por las elites locales que se identificaban como tilcareños diferenciándose de los collas. Esto se daba en un intento por explicar diferencias sociales, surgidas a partir de relaciones de poder jerárquicas, vinculadas a diferencias étnicas. Las diferenciaciones sociales a las que se hacía referencia surgen de la conformación de dos grupos más o menos definidos conformados, por un lado, por una elite que concentra cierto capital económico (a partir de detentar la posesión de tierras, el comercio), cultural y que se encuentra vinculada al poder político<sup>412</sup>; y por otro, por sectores subordinados provenientes tanto de la Quebrada como de otras zonas de los Andes del sur (incluyendo a la puna y Bolivia). Quienes componen el primer grupo se han constituido a sí mismos como referentes o representantes de una nueva originariedad que legitima su situación de dominación, esgrime argumentos de pertenencia, de herencia (étnica y socioterritorial) legítima para justificar la ocupación de una posición privilegiada en las relaciones de poder locales. Por otro lado, estos sectores intentan transformarse en los portavoces de un colectivo “quebradeño” legítimo. Estas elites locales, fueron las que en otros momentos históricos lideraron procesos de repudio contra foráneos, actitud que parece repetirse en la actualidad en relación al turismo.

En el capítulo 6 se habían presentado los distintos grupos que conforman la sociedad quebradeña. Brevemente, aborígen, criollo, quebradeño, jujeño funcionan como formas de autoatribución de identidad, no así gringo (o hippie) que constituyen formas de alteratribución identitaria. Los aborígenes y los criollos presentan una tradición de localización en la Quebrada (es la población más tradicional de la zona, en el sentido de estar constituida por familias de generaciones nacidas en la Quebrada, quienes se autodenominan quebradeños, o específicamente para cada localidad, humahuaqueño, tilcareño, maimareño, etc.). Los bolivianos y mineros son inmigrantes instalados en la Quebrada en general hace más de 15 años<sup>413</sup>. Jujeños son llamados aquellos originarios

---

<sup>412</sup>Para el caso de Tilcara, este grupo concentra a herederos de las viejas familias que construyeron históricamente su poder a partir de la acumulación de cargos, de apoyo político o del acceso a tierras.

<sup>413</sup> Las relaciones entre los quebradeños y los mineros y los bolivianos (inmigrantes en las localidades de la Quebrada) no serán abordadas en este trabajo porque no constituyen puntos centrales de los procesos de conformación de la Quebrada en tanto lugar turístico y patrimonial, sin embargo, interesa destacar que estos migrantes están sometidos a actitudes de rechazo por parte de los quebradeños. Según lo manifestado por uno de los entrevistados, a los mineros y los

del sur de la provincia de Jujuy, especialmente de la capital provincial. Y gringos son los inmigrantes recientes provenientes de distintos lugares del resto del país (menos Jujuy)<sup>414</sup> y los extranjeros (es decir, no argentinos)<sup>415</sup>. Los jujeños y los gringos constituyen los grupos de instalación más reciente, llegados en su mayoría a partir del desarrollo del turismo en la zona. Gran parte de ellos constituyen población ex-urbana, en el sentido de provenir de ámbitos urbanos y haber migrado hacia áreas rurales, algunos de ellos con la intención de generar algún negocio turístico.

Las adscripciones identitarias vinculadas con lo étnico también han experimentado transformaciones. Para comprender en detalle las formas de atribución de identidad a distintos colectivos es necesario tener presente que la conformación de la sociedad jujeña siempre tuvo como componente esencial a la población aborígen de las zonas de la Quebrada y la Puna. Esta se incorporó tempranamente a los procesos de formación del estado nación y al desarrollo del capitalismo, en comparación a lo que ocurrió en otras zonas del país (Karasik, 2006).

En el contexto de reconocimiento legal, institucional y social de derechos para los pueblos originarios la diferenciación entre tilcareño y colla (o quebradeño y colla) en la actualidad no aparece especialmente marcada en el discurso de la población de la zona como algo que representa diferencias tajantes, incluso pueden aparecer como sinónimos. Sin embargo, a pesar de este reconocimiento del que son objeto los grupos originarios en el ámbito provincial, se asiste a contradicciones que combinan un reconocimiento con actitudes de desprecio para con estos grupos (Karasik, 2006).

En las diferenciaciones que se establecen entre distintos sectores, las variables que se toman en cuenta para esta clasificación más o menos adoptada por todos los grupos, son étnicas, de lugar de procedencia y de tiempo de residencia en el lugar. La variable étnica se encuentra presente especificando diferenciaciones identitarias fundamentalmente entre los aborígenes y el resto de los grupos. Esta diferenciación se hace particularmente efectiva en torno a los reclamos aborígenes por la propiedad colectiva de las tierras que tienen lugar en la Quebrada. Aquí los aborígenes, mediante la autodefinición como tales, se legitiman como originarios pobladores y en consecuencia propietarios de las tierras. Por otro lado, se apela a una cosmovisión andina sumamente valorizada, respetada e

---

bolivianos siempre los quebradeños les hacen cargadas como una forma de “pagar el derecho de piso” por el hecho de estar instalados recientemente.

<sup>414</sup> Es probable que a alguien proveniente de Salta o Tucumán se lo identifique como salteño o tucumano en lugar de gringo.

<sup>415</sup> Sin embargo, la denominación “gringo” no incluiría a los bolivianos, por ejemplo, quienes son identificados por su propia nacionalidad.

incluso inspiradora para el mundo occidental, en un contexto de cuestionamiento de las prácticas orientadas por los valores predominantes en occidente:

“Nosotros somos más que argentinos. Colón vino hace 513 años, la Republica Argentina tiene 158 y nosotros aquí tenemos 30 mil años y el convenio habla del respeto de culturas y la devolución de la tierra. Porque la relación de nosotros con la tierra es diferente que con el que viene de afuera. El que viene de afuera viene ávido de riqueza y de tierras. Mata, destruye, tala, incendia y envenena: ‘esta tierra es mía, hago lo que quiero’. Para nosotros es diferente, nosotros somos hijos de la tierra, por eso Pachamama madre tierra. Yo pertenezco a la tierra, tengo que cuidarla, por eso sobrevivimos más de 150 mil años en América”<sup>416</sup>.

Esta definición como aborígen combina el criterio étnico con el de pertenencia territorial. La consideración de la pertenencia territorial como variable suele manifestarse en la definición de dos grupos: los del lugar y los de afuera. Este último grupo puede estar compuesto de mineros, bolivianos, jujeños y gringos, o solamente de jujeños y gringos. La identificación de los de afuera con los jujeños y gringos se manifiesta especialmente cuando el turismo se hace presente, ya que los emprendimientos turísticos mayoritariamente se encuentran en manos de estos grupos. Otro grupo que suele identificarse como perteneciente a los de afuera es el compuesto por los artesanos (denominados localmente hippies<sup>417</sup>) provenientes de distintas ciudades del país<sup>418</sup>. A esta clasificación pueden agregarse los turistas. Si bien esto será trabajado en detalle más adelante, es interesante destacar que los turistas son llamados así de manera genérica, pero también se distinguen si son jujeños, salteños o tucumanos del resto (a los cuales se los llama también gringos).

Las identidades definidas según los criterios mencionados van a tener una posición más o menos privilegiada al reclamar como propio el legado patrimonial de la Quebrada y las posibilidades de su explotación económica. La definición de los grupos aborígenes como población originaria de la Quebrada pone en cuestión el reclamo (y la presencia) del resto de los grupos. La autodefinition como aborígen se enmarca en un proceso de cuestionamiento de la ocupación y accionar de los europeos en el continente americano, especialmente en lo que se refiere al desplazamiento, sometimiento y exterminio de las poblaciones prehispánicas. Aquí se produce una identificación de los jujeños y los gringos

---

<sup>416</sup>Entrevista a César, miembro de una comunidad aborígen de Tilcara, 16/03/2006.

<sup>417</sup> También a ellos se los llama gringos.

<sup>418</sup>El tiempo de residencia en el lugar suele ser inversamente proporcional al cuestionamiento sobre el derecho a permanecer o hacer uso del lugar. Así, los mineros bolivianos son menos cuestionados que los gringos o los jujeños.

con los conquistadores, que a veces también alcanza a los criollos<sup>419</sup>. Esto suscita reacciones en las que los criollos reclamarán una pertenencia al lugar basada en un linaje que puede remontarse a varias generaciones y que los hace reclamar que “son de la Quebrada igual que los aborígenes”. Por otro lado, el cuestionamiento a la presencia de los de afuera, que el desarrollo del turismo ha impulsado se constituye en un incentivo para que estos foráneos intenten legitimar su inclusión en la sociedad quebradeña esgrimiendo argumentos que los incluyan, por ejemplo, el tiempo de residencia en el lugar (“hace más de 20 años que estoy acá”).

En la actualidad y en el contexto específico de las transformaciones operadas a partir de la patrimonialización y el crecimiento del turismo los enfrentamientos más importantes se manifiestan entre los recién llegados a la Quebrada (aquellos dedicados a emprendimientos turísticos) y el resto de la población con más tiempo de residencia en la zona. Y estos enfrentamientos muchas veces tienen como punto central cuestiones identitarias.

La cantidad de gente de afuera de la Quebrada que reside en las distintas localidades se ha incrementado con el tiempo. El arquitecto Carlos Antoraz, residente en Purmamarca cuenta que cuando él llegó a la localidad veinte años atrás era el tercer foráneo que llegaba en cincuenta años. En la localidad de Tilcara, los dueños de un emprendimiento turístico que funciona desde comienzos de la década de 1990 afirman que cuando ellos llegaron (a fines de la década de 1980) eran sólo diez los de afuera mientras que ahora son 300 y no se conocen entre ellos.

Si bien se afirma que los enfrentamientos no fueron más allá de manifestaciones verbales<sup>420</sup>, pueden observarse ciertas actitudes de rechazo de la población quebradeña para con estos foráneos más recientes que se instalaron en la Quebrada. El grupo que es blanco principal de las manifestaciones de repudio por parte de los quebradeños son los artesanos radicados en las localidades de la zona (hippies)<sup>421</sup>.

El rechazo a los artesanos es justificado por la población quebradeña de distintas formas: algunos aducen que constituyen una competencia para los artesanos locales, otros, que comercializan artesanías que no tienen nada que ver con la artesanía local, algunos los acusan de participar en la usurpación de tierras, otros de no respetar normas de

---

<sup>419</sup> Esta diferencia entre aborígenes y criollos se manifiesta en la composición de las comisiones de sitio, las cuales están formadas por representantes de estos dos grupos.

<sup>420</sup> Entrevista a Juan Carlos Torrejón, Director de Cultura de la Municipalidad de Tilcara.

<sup>421</sup> Este grupo está constituido por personas provenientes de otros lugares del país (en general de las grandes ciudades como Buenos Aires, Córdoba, Rosario) que residen en las localidades de la Quebrada y comercializan sus artesanías en el lugar. También suelen incluirse entre los hippies a profesionales que, vinculados con ONGs u organismos públicos, trabajan en la zona.

convivencia en las localidades, o los señalan como responsables de haber generado el incremento en el consumo de drogas en la zona. Por otro lado, también se los acusa de inmiscuirse en actividades (celebraciones, rituales, etc.) propias del lugar<sup>422</sup>. Así lo expresa la cita del intendente de Tilcara reproducida más abajo. En resumen, “los hippies son una mala imagen para el pueblo”<sup>423</sup>.

En la concepción de los quebradeños, este grupo de artesanos se encuentra asociado estrechamente con otros grupos de afuera (incluso aquellos que dirigen emprendimientos turísticos). Interrogado acerca de si hubo conflictos entre quebradeños y aquellos que tienen emprendimientos turísticos, el intendente de Tilcara afirmó que: “No hubo nunca. Sí hay versiones por ahí. Lo que sí, la sociedad de Tilcara siempre ha rechazado al hippismo, que es otra cosa”. Pero más adelante reconoce la asociación que usualmente se establece entre hippies y empresarios hoteleros formando parte de un grupo más amplio de foráneos:

“El tema del hippismo, sí, hubo choques, cuestiones de violencia. Lo que pasa es que hay una cuestión muy clara en Tilcara y toda la Quebrada: toda su intimidad, nadie puede entrar. O sea la pachamama es algo íntimo de la gente del lugar, no es para hacer circo, no es para el turismo, es algo íntimo que puede presenciar un turista autorizado por la familia. Pero no le permiten sacar fotos, no le permiten sacar derivados de esa fiesta. Porque lo han hecho muchos años. Gente con sus picardías sacaron fotos, dijeron estamos trabajando en tal lugar, y se han hecho fundaciones anónimas que se beneficiaron ellos. Entonces la gente en eso si rechaza. Fijate el carnaval. Esta bien que uno participe como observador, como curioso, pero no meterse en el seno de la fiesta que es de la gente del lugar. El hippismo se metió hasta en la intimidad de la gente. O sea, hay rechazo. Y de ahí se involucra en general a todos. Se llama así [hippies] a la gente de afuera”.

En las entrevistas realizadas como parte del trabajo de campo no estuvieron ausentes los comentarios explícitos sobre “los de afuera”, especialmente los empresarios turísticos. Contra ellos cargan las críticas en tanto empleadores de mano de obra de la zona. Muchos quebradeños tienen una experiencia personal o cercana en el mundo laboral del turismo, por lo tanto las principales críticas apuntan a las condiciones laborales. Los aspectos más cuestionados son el trabajo en negro, el salario bajo, la ausencia de días de descanso y la inestabilidad a partir de la estacionalidad del trabajo<sup>424</sup>. También se los

---

<sup>422</sup> Es común escuchar en la Quebrada las quejas porque ahora las bandas de sikuris están integradas por gringos o que hay gringos formando parte de las comparsas.

<sup>423</sup> Entrevista a Norberto, empleado del Hotel de Turismo de Tilcara, 1/02/2007.

<sup>424</sup> Una de las entrevistadas que había trabajado en un hotel y un café relataba además las demoras en el cobro del sueldo y los descuentos que se realizaban en los haberes percibidos, por ejemplo, cuando rompía la vajilla o distintos instrumentos de trabajo (entrevista a Vanesa, ex empleada en el sector turístico, propietaria de un bar en Tilcara, 16/02/2007).

acusa de no respetar ciertas normas de convivencia propias de la zona. Uno de los entrevistados manifestaba que el rechazo a los de afuera es generalizado porque no saludan en la calle y no devuelven las invitaciones que ellos les hacen durante el carnaval<sup>425</sup>. Muchas veces las manifestaciones de rechazo aluden a la detentación de cierto capital cultural y social que los empresarios tienen y que los colocan en una situación de poder respecto al resto, como la declaración del funcionario que afirmaba: “Nosotros tenemos que rendirle homenaje y honores a los prestadores de servicios”<sup>426</sup>. En algunos casos, la relación entre los quebradeños y los de afuera se define como signada por la indiferencia, en un ignorarse mutuamente:

“La gente que viene de afuera pasa un año que se junta con los lugareños, después se juntan entre ellos. Y los lugareños cooperan con esto porque se cierran también”<sup>427</sup>.

El rechazo a la presencia de los gringos<sup>428</sup> en la localidad se manifiesta en algunos graffiti que aparecen en las calles. Uno de ellos, pintado en un lugar administrado por una persona proveniente de Buenos Aires que brinda alojamiento en Tilcara puede verse en las imágenes 12.3 y 12.4. Los de afuera también tienen una visión de la población local que cuestiona, por un lado, su poca disposición para con el desarrollo del turismo<sup>429</sup>, su actitud discriminadora para con los de afuera<sup>430</sup> y su identidad aborigen poco auténtica<sup>431</sup>.

---

<sup>425</sup> Durante el carnaval las personas suelen invitarse unas a otras a comer y beber y se espera que en retribución los invitados devuelvan el gesto de invitar al anfitrión.

<sup>426</sup> Entrevista a Juan Carlos Torrejón, Director de Cultura de la Municipalidad de Tilcara.

<sup>427</sup> Entrevista a Julio, músico, empleado de un museo de Tilcara y empresario turístico, originario de la Quebrada, 26/01/2007).

<sup>428</sup> En el contexto local el calificativo gringo toma connotaciones negativas y se emplea de forma ofensiva deliberadamente: “Ahora gringo es despectivo. Antes había admiración por los gringos. [...] los blancos reaccionan mal, se sienten ofendidos. Es feo que haya tomado esa connotación” (entrevista a Rita, miembro del Concejo Deliberante de la Municipalidad de Tilcara, 24/01/2007).

<sup>429</sup> “Los quebradeños no quieren arriesgar en emprendimientos, no quieren servir al turista, no tienen mentalidad empresaria, no apuntan a la calidad, esperan la dádiva. Si hay plata, aparecen” (entrevista a Gerardo, empresario hotelero y guía de turismo de Tilcara, originario de Buenos Aires, 21/01/2007).

<sup>430</sup> Uno de los empresarios entrevistados aseguraba sentirse discriminado, y reclamaba que él era argentino y jujeño como todos (en la Quebrada).

<sup>431</sup> Una empresaria turística de Tilcara manifestó que: “La Municipalidad se tira contra los de afuera pero da viviendas en zonas inundables. Los emprendimientos protegen el ambiente, el patrimonio. Si ellos fueran indios construirían arriba, no en el lecho”, haciendo referencia al hecho de que los aborígenes prehispánicos construían en zonas elevadas y no en el lecho de los ríos como se construye ahora (entrevista Andrea, empresaria hotelera de Tilcara, originaria de Córdoba, 17/01/2007).



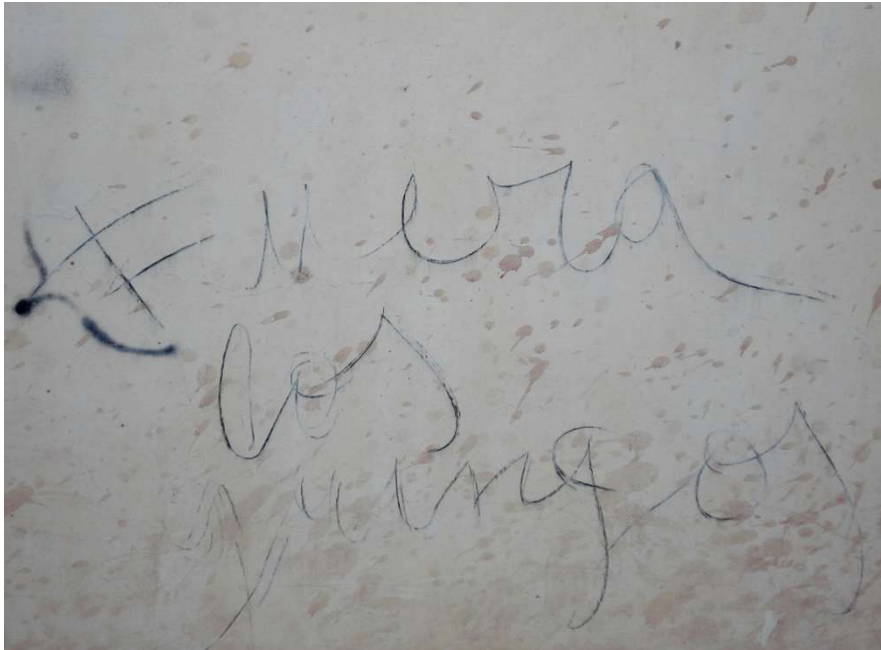


Imagen 12.3. Pintada en una calle de Tilcara



Imagen 12.4. Pintada en la puerta de un establecimiento de alojamiento de Tilcara administrado por un empresario de Buenos Aires

Por otro lado, hay algunas personas que afirman que el rechazo contra los de afuera está fomentado desde las autoridades municipales, especialmente hacia quienes tienen emprendimientos turísticos y no tanto hacia quienes son sólo residentes<sup>432</sup>. Así, un empresario turístico quebradeño afirma que: "... mucha gente acá cree que la gente que viene a invertir, que pone plata en los hostales y un montón de cosas viene a quitarles el pan. Esa es la concepción generalizada que las mismas autoridades han metido en la gente y yo creo que no es así"<sup>433</sup>.

La identidad de la Quebrada y su cultura se redefinen en este proceso de creación de un lugar turístico y patrimonial. Además de la llegada de nuevos habitantes, el turismo y el patrimonio introducen nuevas formas de valorización de lo aborígen, de lo colla, de lo quebradeño en comparación con lo que ocurría en otros momentos históricos donde estas minorías eran denostadas, especialmente en el contexto provincial. Vinculado a esto, el impulso que recibió la Quebrada como principal destino turístico de la provincia redefinió la manera en que se representa la identidad provincial que adoptó algunos de los rasgos de la Quebrada como propios, incluso aquellos que habían sido rechazados históricamente. Para la población del sur de la provincia, especialmente la población de San Salvador de Jujuy, la Quebrada dejó de representar un otro cultural, para integrarse y formar parte de la identidad jujeña<sup>434</sup>.

Esto es interesante porque, a partir de los procesos de revalorización de lo aborígen en general y de la Quebrada en particular, este lugar ocupa una posición diferente en el contexto provincial. Para expresarlo en otros términos, el norte de la provincia (Quebrada y puna) pasó de ser considerado una "carga en el camino al progreso" de la provincia a ser una fuente de riqueza que, mediante la explotación turística, genera ingresos para una provincia económicamente poco desarrollada. Aquella Quebrada considerada atrasada y además ignorada, denigrada, escondida e invisibilizada con la cual los habitantes de la pujante San Salvador de Jujuy no tenían absolutamente ninguna relación, hoy es motivo de orgullo *cultural* a nivel provincial. Un ejemplo de esto lo brinda Karasik (2006) cuando afirma que muchas de las prácticas culturales asociadas a la población del norte de la provincia como la celebración del carnaval, el coqueo o el canto

---

<sup>432</sup> Entrevista a Sergio, propietario de un local gastronómico en Tilcara, antiguo propietario de un establecimiento de alojamiento turístico, originario de Jujuy, 3/02/2007.

<sup>433</sup> Entrevista a José, empresario hotelero de Tilcara, originario de Tilcara, 17/01/2007.

<sup>434</sup> Parte de la población de San Salvador de Jujuy no conoce la Quebrada, sino como turistas. La experiencia de la Quebrada que poseen se remite a la participación en el Enero Tilcareño y es muy probable, por ejemplo, que algunos habitantes de la capital no hayan presenciado nunca una ceremonia de la Pachamama o no sepan en qué consiste, por ejemplo.

en copla actualmente valoradas positivamente fueron consideradas bárbaras durante gran parte del siglo XX.

En una suerte de giro *previsto* (atendiendo a las tendencias mundiales de revalorización de las particularidades de los lugares) aquello que era un obstáculo para el ingreso de la provincia a la modernidad, ahora es objeto de protección frente a lo que se interpreta como el avance destructivo de una modernidad omnipresente. En este sentido son ilustrativas las palabras del gobernador de la provincia, recogidas en un parte de prensa del gobierno provincial, cuando hizo declaraciones con motivo de la visita del director del Comité de Patrimonio de la UNESCO en 2004:

“Patrimonio, es sinónimo de paisaje cultural vivo y si pretendemos mantenerlo lo principal es realizando actividades tendientes a conservar nuestra cultura y mantener nuestras tradiciones, *frente al avance de la modernidad*”, concluyó Fellner”(Parte de Prensa N° 79 13/04/ 2004; el destacado es mío).

Como ya había sido mencionado, gran parte de la definición de la Quebrada, a través de su transformación para el consumo o de la elaboración de una imagen turística del lugar, están marcadas por una mirada turística foránea. Sin embargo, hay una apropiación de la Quebrada en el discurso que asimila a este lugar con lo jujeño más fuertemente que nunca: “la Quebrada es nuestra”, “el Cerro de los Siete Colores es nuestro”, “nuestro patrimonio”, “nuestra cultura” son expresiones de los jujeños del sur (la capital provincial) que entran en contradicción con formas de desvalorización históricas *yactuales* de lo norteño (Puna y Quebrada) en general dentro del contexto provincial.

El poder político provincial, por su parte, también reclamará un vínculo identitario con la Quebrada para justificar su intervención en materia de gestión turística y patrimonial. En este sentido, basta remitir a las palabras de gobernador cuando se refiere a nuestra cultura y nuestras tradiciones en la cita anterior y citar a la ex Secretaria de Turismo y Cultura de la provincia que se reconoce como heredera cultural de la Quebrada; en relación con el anuncio de dar comienzo a las tareas para postular ante la UNESCO a la Quebrada, habla del patrimonio de este lugar como herencia jujeña:

“El anuncio en sí mismo marcó un hito, pues convocó a todos los jujeños a un trabajo en conjunto, dejando de lado banderías políticas y diferencias sociales en salvaguarda de *nuestra herencia*, convirtiendo un proyecto cultural en una política de Estado” (Fellner, 2003: 8, el destacado es mío).

Sin embargo, la misma funcionaria por momentos deja entrever una distancia cultural con la Quebrada. Cuando reflexiona acerca de las tareas de sensibilización realizadas en la Quebrada en las primeras etapas de la gestión para la postulación del sitio, se reconoce como foránea y a la vez heredera:

“¿Cómo relacionarnos desde la interculturalidad, en donde se supone un enriquecimiento mutuo en la interacción? ¿Cómo explicar que somos tan ricos y afortunados por nuestra herencia cultural a pesar de tanta pobreza y sufrimiento?” (Fellner, 2003: 9).

La definición y redefinición identitaria fuertemente vinculadas al lugar ponen de manifiesto la variedad de actores vinculados al turismo y la valorización turística del patrimonio y también la complejidad de las relaciones que se establecen entre ellos.

#### **12. 4. Espacios de uso compartido y espacios de uso excluyente: “En enero se pierde la plaza”**

El turismo muchas veces ha sido presentado como la posibilidad del encuentro entre grupos y se le atribuyó la virtud de acercar pueblos y culturas. En los lugares turísticos residentes y turistas comparten ciertos espacios públicos (y también privados) y no otros. En la Quebrada de Humahuaca los espacios compartidos por turistas y residentes incluyen los comercios de rubros diversos y aquellos en los que se desarrollan actividades festivas, rituales, etc. o simplemente la vía pública.

La plaza Coronel Álvarez Prado de Tilcara (o plaza grande) es la plaza central de la localidad, la que se encuentra rodeada de algunos de los edificios más importantes (edificio de la Municipalidad, comisaría y museos), concentra puestos de artesanías y sirve de lugar de encuentro para la población residente en la localidad y los turistas. Los quebradeños atraviesan la plaza en sus recorridos cotidianos. Los turistas recorren el perímetro de la misma observando los puestos de artesanías y con frecuencia ocupan el centro mismo de la plaza pasando largas horas en ella. En general este uso de la plaza central es común también en las localidades de Humahuaca y Purmamarca.

Durante enero y febrero, cuando la cantidad de turistas en Tilcara es mayor debido a la celebración del Enero Tilcareño y el carnaval, la plaza se encuentra rodeada en todo su perímetro de puestos de ventas (algunos ausentes durante el resto del año) que también se ubican en sus diagonales y otros senderos dentro de la manzana que conforma este espacio público. En este momento del año más que nunca, la plaza es lugar de encuentro para turistas durante el día y durante la noche (ver imagen 12.5).

En estos momentos, en el interior de la plaza amurallada por los puestos de artesanías conviven casi exclusivamente los turistas. El uso que los residentes hacen de la plaza es prácticamente nulo durante los meses de enero y febrero con la excepción de las

eventuales instancias de celebraciones durante el carnaval que tienen lugar en este sector del pueblo.



Imagen 12.5. Turistas en la plaza de Tilcara

En las noches de estos meses la plaza también es ocupada por los turistas que pernoctan en Tilcara o en otras localidades y los que viajan a la Quebrada por pocos días (dos o tres, generalmente durante el fin de semana) desde las ciudades cercanas de la provincia de Jujuy, de Salta o de Tucumán.

Es tradición, especialmente para los jujeños capitalinos viajar a Tilcara durante los fines de semana de enero. Esta visita la realizan aquellos que tienen una casa de fin de semana en la localidad, los que hacen uso de los servicios de alojamiento turístico y los que llegan con la intención de no contratar servicios de alojamiento para pasar la noche en pie y partir al día siguiente. Entre los que visitan Tilcara con esta modalidad se

encuentran los adolescentes jujeños que pasan todo un fin de semana en la localidad. El Enero Tilcareño no es sólo una época del año con eventos convocantes a nivel provincial o regional, también convoca a turistas de los grandes centros emisores del país.

La celebración del Enero Tilcareño incluye, en la actualidad, la organización de eventos, fundamentalmente musicales a cargo de la municipalidad. Se convoca a músicos folklóricos de la zona y de otros lugares del país, a grupos locales y a bandas de rock<sup>435</sup>. Estos festivales convocan a turistas (y también en algunos casos a residentes) y este tipo de espectáculos por sí solo atrae visitantes del ámbito regional.

Así expone un entrevistado sus apreciaciones sobre el enero tilcareño:

“Es un desastre. Esto es en lo que se ha transformado. Se ha masificado tanto que no sirve. Se hace una promoción que venga tanta gente ¿para qué? si no hay preparado una mínima infraestructura para recibir a tanta gente que uno convoca que venga. Entonces ¿qué se produce? todos los desmanes que ya se conoce... [...] No tenía ese fin comercial. Hoy tiene un fin comercial, lo traen al Chaqueño Palavecino, pagan 50.000 pesos y claro para pagar el caché que cobra este señor tienen que cobrar 50 pesos la entrada. ¿Quién lo paga? Ahí está el otro problema porque la gente de Jujuy, la gente de Tilcara no tiene la capacidad económica para ir a pagar 50 pesos, 30 pesos, ni 10 pesos un festival entonces tiene que pararse en la esquina y escuchar al Chaqueño, no conocerlo y escucharlo desde la esquina. Este no era el fin del Enero Tilcareño, era para que la gente se integre, vea, conozca.”<sup>436</sup>.

Por la noche la plaza se llena de turistas: es el lugar de encuentro de los visitantes, especialmente luego del cierre de las peñas y lugares para comer. Aquí se congregan turistas jóvenes (llamados localmente mochileros) y los turistas del Enero Tilcareño (es decir, los que llegan de otras localidades de la región para pasar el fin de semana). Aquellos de mayor edad y los de mayor poder adquisitivo alojados en los nuevos hoteles no participan de este tipo de reuniones.

Los residentes, por su parte, no asisten frecuentemente a la plaza ni a las peñas. El establecimiento que concentra las actividades de recreación nocturna de la población local es el Club Terry, donde suelen actuar grupos musicales. La presencia de turistas en el club es poco frecuente, aunque sí es frecuentado por visitantes de otras localidades quebradeñas o de la provincia.

---

<sup>435</sup> Durante varios años funcionó el Tilcara Rock, un festival que reunían a varios exponentes del rock nacional.

<sup>436</sup> Entrevista a José, empresario hotelero de Tilcara, originario de Tilcara, 17/01/2007.

Algunos de los quebradeños participan de estas actividades de entretenimiento junto con los turistas. La mayoría, sin embargo, se queja de la presencia de estos visitantes. Los residentes de la localidad suelen manifestarse efusivamente en contra del uso que estos turistas hacen del espacio público en esta época. Muchos vecinos se quejan por el ruido, por la basura que queda acumulada en la vía pública al día siguiente y por el hecho de que la gente orine en la calle. Esto ya se encuentra tan identificado como parte del Enero Tilcareño al punto que sobre la calle Rivadavia (entre Lavalle y San Martín) y en el edificio de la Municipalidad, durante enero de 2007 una vecina colocó carteles que ilustraban cómo los quebradeños percibían el comportamiento de los turistas y la actitud de ellos mismos frente a eso (ver imagen 12.6). Quienes se manifiestan más efusivamente en contra de la masividad del turismo durante los meses de verano son los empresarios hoteleros, que apuestan a transformar a la Quebrada en un destino de calidad (este tema se abordará más adelante en este mismo capítulo).



Imagen 12.6. Carteles colocados por una vecina de la localidad de Tilcara

Por otro lado, la dinámica turística durante las noches de enero en Tilcara se encuentra custodiada de cerca por la policía provincial, que diseña operativos específicos (y espectaculares) para garantizar la seguridad en la localidad. Sin embargo, “vienen los hijos de los diputados, de los funcionarios entonces la cana no actúa frente a esta situación, o no quiere actuar. Si hay una ley que dice que no se puede tomar alcohol en la vía pública no sé por que les permiten”<sup>437</sup>.

En algunos casos la presencia de estos “turistas del enero” es interpretada por los residentes como una invasión momentánea que experimenta la localidad. Los turistas son los que invaden todos los espacios en la vía pública, los comercios, los eventos y especialmente la plaza. La expresión “en enero se pierde la plaza” dicha por un residente de la localidad<sup>438</sup> es bastante elocuente respecto a cómo se interpreta esta visita y estadía turística. Por un lado, el uso del pronombre en forma impersonal (*se*) reemplaza a un *nosotros* (“nosotros perdemos”), idea que se refuerza en el contexto de la entrevista en que fue producida, donde se hablaba especialmente de la relación entre residentes y turistas. Por otro lado, la plaza, que en otro momento es de los residentes, es perdida por ellos (y ganada por los turistas) en una disputa por el uso de ese espacio público que es casi excluyente por parte de los turistas en esta época del año. La exclusión de la población quebradeña de este espacio central de la localidad durante el verano tiene su tradición. Desde los comienzos del Enero Tilcareño, organizado por los veraneantes, la población local ocupó un lugar poco central, limitándose a ser espectadores de las olimpiadas que organizaban los veraneantes como divertimento.

Si bien estos eventos marcan la segregación de diferentes grupos en diferentes lugares, mostrando una diferenciación entre población local y turistas (o al menos cierto tipo de turistas), otros eventos o momentos del calendario de celebraciones convocan conjuntamente a todos estos grupos. Se trata de las celebraciones tradicionalmente más turísticas de la zona, como el desentierro y el entierro del carnaval y el desfile de las comparsas por el pueblo; o en otro momento del año, la peregrinación al santuario de la virgen de Punta Corral (durante la Semana Santa).

Los espacios diferenciados para la población quebradeña y los turistas incluyen otros sitios más allá de la vía pública, por ejemplo, los lugares para comer. En la localidad de Tilcara existen varios locales que ofrecen servicios de comidas, muchos de ellos surgidos para atender a un público turista al que se le ofrecen platos regionales y sofisticados. Estos restaurantes suelen estar contruidos y decorados con las nuevas tendencias arquitectónicas y de decoración señaladas en el capítulo 11. Pero, existen otros locales que son utilizados principalmente por la población de la localidad, que no presentan este

---

<sup>437</sup> Entrevista a José, empresario hotelero de Tilcara, originario de Tilcara, 17/01/2007.

<sup>438</sup> Entrevista a Gabriel, docente y empleado de un museo, 29/01/2007.



tipo de decoración. Al observar la dinámica de estos lugares, los restaurantes del primer tipo son exclusivamente visitados por turistas y los del segundo tipo, por la población local aunque eventualmente, pueden verse turistas mochileros que los frecuentan. Interrogados algunos entrevistados sobre este tema, explicaron que si bien existieron intentos por parte de los dueños de los restaurantes para turistas por incorporar a la población local mediante invitaciones personales y a través de la creación de tarifas especiales para los quebradeños, éstos fracasaron. La población local no reconoce esos lugares como propios. Uno de los entrevistados (residente de larga data en Tilcara) que tiene una rotisería con mesas para sentarse a comer contaba: “Cuando la gente del lugar ve un restaurante lindo no entran”<sup>439</sup>. Otro entrevistado, quebradeño, que también tiene un restaurante al que eventualmente acuden lugareños señaló que: “si los de acá ven un mantel no entran”<sup>440</sup>. Por otro lado, el dueño de la rotisería señalaba que “la gente del lugar no va a los restaurantes nuevos, piensan que no están bien vestidos para ir a esos lugares”<sup>441</sup>. Más allá de las razones alegadas por los entrevistados el uso diferenciado de los locales gastronómicos habla de esta definición de espacios excluyentes en la localidad de Tilcara, la que se replica en las otras localidades<sup>442</sup>.

En este compartir un lugar turístico se delimitan ciertos espacios, que se corresponden con ciertos usos por parte de determinados actores. Sin embargo, existen otras áreas de la localidad usadas tanto por los residentes como por los turistas, pero no simultáneamente. Estos son espacios de uso excluyente en determinados momentos, como por ejemplo, la plaza grande, abarrotada de turistas durante el enero tilcareño y vista desde fuera por los residentes (al menos por aquellos que no tienen puestos de venta en la plaza).

A su vez, los espacios de uso compartido y simultáneo son aquellos de las actividades cotidianas de la población local y comunes a las que también realiza el turista que pernocta en la localidad (compras de todo tipo, uso de Internet, uso de locutorio) y eventualmente, algún lugar donde se realizan algunos de los espectáculos mencionados.

Otros espacios de uso compartido y simultáneo congregan a quebradeños y turistas pero en distintos papeles. Se trata fundamentalmente de los espacios destinados a eventos

---

<sup>439</sup> Entrevista a Juan, propietario de un local gastronómico en Tilcara, originario de Jujuy, 2/02/2007.

<sup>440</sup> Entrevista a Julio, músico, empleado de un museo de Tilcara y empresario turístico, originario de la Quebrada, 26/01/2007.

<sup>441</sup> El único lugar que ofrece servicio de gastronomía que es utilizado por igual por turistas y quebradeño es el comedor del Club Belgrano.

<sup>442</sup> Por ejemplo, en las zonas céntricas de Humahuaca donde recientemente se multiplicaron los locales gastronómicos.

culturales que constituyen atractivos turísticos. Allí los turistas (incluyendo todos los tipos de turistas) participan como observadores<sup>443</sup> de ciertos rituales y celebraciones, mientras que la población local es la que lleva adelante estos actos.

Es interesante aclarar que, más allá de esta disputa entre un uso cotidiano o turístico de la plaza, también existe una disputa en torno a este espacio como espacio para la comercialización. Como ya se señalara, la plaza es compartida por artesanos locales, revendedores de productos traídos de Bolivia y otras provincias argentinas y por los artesanos foráneos (hippies). Los revendedores y artesanos locales, de más larga data en la zona, alegan que las artesanías elaboradas por los hippies no son originarias de lugar y, por lo tanto, no deberían ocupar un sitio tan destacado como lo es la plaza de Tilcara para la comercialización de esos productos. Por otra parte, también los acusan de quitarles clientes. Los hippies, por su parte, afirman que los turistas están tan interesados tanto en la compra de artesanías locales como en la que ellos elaboran y que su presencia atrae a los turistas. Las causas del rechazo a los hippies están asociadas a las actitudes al conjunto de los foráneos en esta zona; de hecho, si la pertenencia al lugar de los productos ofrecidos es la causa, las artesanías producidas masivamente en Bolivia y comercializadas en la Quebrada también deberían ser objetadas, así como los dulces y conservas elaborados en otras provincias que también se comercializan en la plaza.

La gran cantidad de puestos de venta<sup>444</sup> genera posiciones enfrentadas entre distintos sectores de la población tilcareña. Por un lado, existen algunos empresarios quebradeños que objetan la cantidad de puestos y el desorden con el que se exhiben en la plaza<sup>445</sup>; por otro, uno de los entrevistados plantea que los argumentos y los intentos para sacar de la plaza a los puestos provienen de los sectores más acomodados de la localidad sin problemas para obtener un ingreso, pero que ese accionar implicaría la pérdida de una fuente de ingresos para una cantidad importante de tilcareños.

---

<sup>443</sup> Muchos turistas participan activamente de algunos rituales, en especial aquellos de carácter más festivo como el desentierro del carnaval.

<sup>444</sup> Uno de los entrevistados comentó sobre el origen de los puestos, de comercialización de la plaza. Si bien siempre existieron algunos puestos aparentemente habrían surgido más permisos otorgados luego de la victoria en las elecciones del actual intendente, que utilizó los permisos como pago por el apoyo recibido en la campaña.

<sup>445</sup> Uno de ellos afirma: "...creo que a nadie le puede gustar el desorden y las cosas que tienen en la plaza, todos los puestos esos. Vos vas a la plaza y es una visión desordenada, fea. Hay caños, palos, troncos, carpas de un color, carpas de otro color. Yo no digo que lo saquemos de ahí, aunque estoy a favor de que se reubique esa gente en otra parte, más ordenada. Pero si deciden las autoridades que permanezcan ahí ¿por qué no los ordenan? [...] Eso creo que ordenaría un poco más a todo esto que es el turismo" (entrevista a José, empresario hotelero de Tilcara, originario de Tilcara, 17/01/2007).

Este espacio, en tanto espacio de comercialización clave por su ubicación en la localidad (no sólo por su ubicación céntrica sino porque también es la parada obligada de los tours organizados) también se constituye en un ámbito de disputa, no sólo en términos de los usos turísticos o recreativos del que es objeto, sino también como espacio de comercialización. Además, en relación a esto último, cuestiones identitarias (los quebradeños versus los de afuera) y patrimoniales (productos auténticos versus productos foráneos) se utilizarán como argumento para reclamar por el legítimo derecho al acceso o la permanencia en este espacio.

## **12. 5. En busca de un destino de “calidad”: “¿Qué turismo queremos?”<sup>446</sup>**

Más allá de la repetición de esta pregunta en los talleres y las distintas instancias de participación en las que se discutió el futuro de la Quebrada como destino turístico, apelando a la posibilidad de diseñar ese futuro por parte de los actores interesados, la definición de qué turismo se quiere o no para la Quebrada se pone de manifiesto en discursos y acciones producidos por los distintos actores vinculados al turismo, mostrando varios puntos de convergencia de intereses.

En efecto, al hablar de qué turismo se quiere para la Quebrada parece haber un acuerdo en aspirar a construir a la Quebrada como un destino de “calidad”. Aquí la calidad es pensada como inversamente proporcional a la cantidad de turistas. La definición de la calidad, por otro lado, y más importante aún, pasa por el “tipo” de turistas<sup>447</sup>. Así, distintos rasgos del turismo en el lugar que no ayudarían a construir este destino de calidad han sido, de forma casi generalizada, blanco de actitudes de rechazo. Los turistas mochileros<sup>448</sup> constituyen uno de los grupos más repudiado por la mayoría de los empresarios turísticos y la población quebradeña. Pero la característica más negativa asociada a los mochileros es su baja capacidad de consumo. En efecto, los mochileros son visualizados como los que abarrotan el destino, acrecientan la mala imagen del lugar y no gastan dinero. Estos son los puntos que hacen de los mochileros los turistas no

---

<sup>446</sup> Esta pregunta organizaba uno de los momentos de los talleres llevados adelante en el marco del Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable para estimular la construcción de una visión compartida sobre el turismo en la provincia (Vía y Barilá, 2005).

<sup>447</sup> En el marco de las instancias participativas del PROFODE se demandó la necesidad de definir un perfil del turista, especialmente en las localidades de Purmamarca y Maimará.

<sup>448</sup> En el lugar se llama mochileros a los turistas argentinos jóvenes que recorren la Quebrada, muchos de ellos realizando visitas a los lugares turísticos más importantes del noroeste y que utilizan los servicios de alojamiento que brindan los campings, los hostales de tarifas más económicas y las casas de familia.

deseados en la Quebrada y la peor amenaza al destino de calidad en que se quiere transformar a este lugar. El Director de Turismo de Tilcara se refiere a ellos:

“¿Por qué tengo que escuchar una persona que vienen a una oficina y dice: ‘¿dónde hay un lugar donde no se pague nada?’ Y no, porque si vos viajás no podes ir a un lugar donde no se pague nada. Y eso lo escuchás a diario: ‘¿hay un lugar donde pueda tirar mi carpa y no se pague nada?’ ¿Por qué tengo que escuchar esto? Nosotros los coyas, los quebradeños no vamos a ir a un solo lugar y vamos a llegar y vamos a decir: ‘¿dónde hay un lugar donde no se pague nada?’, porque no existe para nosotros”<sup>449</sup>.

Es interesante la diferencia que se marca entre estos turistas mochileros y los mochileros extranjeros. En la clasificación que realizan los residentes y los empresarios, los turistas extranjeros que experimentan la visita turística a la Quebrada de manera similar a los mochileros nacionales, no son nombrados como mochileros. Ellos son turistas extranjeros o turistas internacionales (o gringos) y esta ubicación en otro lugar de la clasificación de turistas que realizan los deja fuera de las asociaciones negativas que se establecen para con los turistas mochileros nacionales. En general, los turistas extranjeros son apreciados por su capacidad de consumo, más allá de que sean mochileros o no<sup>450</sup>.

Los “turistas del enero” a los que se hiciera mención en el punto anterior también son objeto de rechazo por gran parte de los quebradeños y empresarios turísticos por los mismos motivos que los mochileros. Una de las ideas que circulan con más frecuencia acerca de estos turistas es que al trasladarse en vehículo propio a la localidad de Tilcara tienen resueltas dos necesidades básicas: alojamiento y comida. La población de Tilcara afirma que estos turistas duermen en sus vehículos y traen el baúl lleno de comida y

---

<sup>449</sup> En el mismo sentido se expresa uno de los músicos y dueños de uno de los restaurantes de Tilcara: “Los turistas que vienen con dos pesos no son queridos. Piden la comida que sobra, se emborrachan y quedan en la calle. Nosotros no iríamos a pedir a otros lugares” (Entrevista a Julio, músico, empleado de un museo de Tilcara y empresario turístico, originario de la Quebrada, 26/01/2007).

<sup>450</sup> De cualquier manera, algunos residentes en la Quebrada valorizan otras cualidades de los turistas extranjeros. Una vecina de Tilcara que atiende un local familiar dedicado a la gastronomía afirma: “...los gringos de afuera, los que tienen las pestañas blancas, son lindo de atender porque respetan el medio ambiente (Entrevista a Rita, miembro del Concejo Deliberante de la Municipalidad de Tilcara, 24/01/2007).

bebida, por lo que el gasto que realizan en la localidad es mínimo<sup>451</sup>. Se afirma que son turistas a los que “no les interesa la cultura local, les interesa pasar un rato, divertirse”<sup>452</sup>.

Este conjunto de actores vinculados al turismo en la Quebrada se complementa con la presencia de los llamados localmente hippies. En el discurso de los quebradeños en la Quebrada, existe una asociación entre mochileros y hippies, siendo que los hippies son los mochileros que se quedaron a vivir en la Quebrada. Los establecimientos de alojamiento que brindan servicios económicos también han sido objeto de críticas, especialmente por parte del resto de los responsables de emprendimientos turísticos, en tanto los consideran un aliciente para la proliferación del turismo mochilero.

La escasa experiencia turística de la localidad de Purmamarca, especialmente como lugar de pernocte, y la cantidad de turistas que recibió especialmente durante el verano de 2007, han dado lugar a conflictos recientes que hacían presentes estas discusiones en torno a qué tipo de destino se estaba construyendo y qué tipo de localidad turística debía ser Purmamarca. En esta localidad siempre se intentó evitar la conformación de un destino turístico similar a Tilcara. La falta de oferta de alojamiento y la escasez de negocios y servicios mantuvieron a este pueblo con una presencia de turistas muy escasa: eran visitantes que llegaban en el día y pasaban sólo unas horas en la localidad. El crecimiento de la oferta de todo tipo de servicios turísticos cambió este perfil y la nueva Purmamarca comenzó a albergar turistas de tipos muy diferentes. Por un lado, los nuevos hoteles de categoría instalados en la zona dieron albergue a turistas de un elevado poder adquisitivo que también hacían uso de los servicios de gastronomía de los hoteles o aquellos brindados en los nuevos restaurantes de la localidad. Por el otro, algunos alojamientos más económicos, especialmente un camping ubicado en la entrada de la localidad y puestos de comida improvisados durante la temporada alta, convocaron la presencia de turistas mochileros<sup>453</sup>.

A propósito del camping, Carlos Antoraz (arquitecto residente en Purmamarca) afirma que en ese lugar permitieron el ingreso de 200 carpas pero que no tienen infraestructura sanitaria y no hay control sobre ese tema. Dice que a partir del camping se generó una gran cantidad de turistas en Purmamarca: “Un pueblo de 600 habitantes no puede recibir 5.000 o 10.000 visitantes, tiene que calcularse la capacidad de carga y hacerse algo para

---

<sup>451</sup> El Director de Turismo de Tilcara se explaya sobre este grupo: “En el enero nosotros tenemos este tipo de turismo que son estos chicos que de alguna manera manejan una tarjeta de crédito, que los padres les envían recursos, pero se hizo esta costumbre que hay lugares que no tenemos que pagar nada”.

<sup>452</sup> Entrevista a Gustavo, guía de turismo de Tilcara (caminatas), originario de Tilcara, 8/03/ 2006.

<sup>453</sup> Ya existía un camping en la localidad (que continúa existiendo) pero la escasa oferta de servicios (especialmente de entretenimientos) hizo históricamente más elegible a Tilcara como lugar de pernocte para los mochileros.

respetarla. Yo no puedo prohibir que la gente ofrezca un lugar para carpas pero que lo haga en ciertas condiciones”<sup>454</sup>. Con esto coincide el administrador de un hotel de categoría de Purmamarca que se queja de la presencia de hippies y mochileros, especialmente los que llegaron durante el verano de 2007. También se queja de la falta de control para con los campings y aquellos servicios que son brindados de manera informal (ver imágenes 12.7 y 12.8).



Imagen 12.7. Camping en la localidad de Purmamarca

---

<sup>454</sup> Entrevista con Carlos Antoraz, 8/02/2007.



Imagen 12.8. Puesto de venta de comida en Purmamarca

Estos turistas tan distintos circulan en el mismo pueblo por lugares diferentes al punto de no encontrarse ya que se alojan y comen en lugares diferentes. Muchos de los turistas que utilizan los hoteles exclusivos realizan un uso muy limitado del espacio público del pueblo, que se limita a recorrer la feria o trasladarse hacia alguno de los restaurantes de la localidad. Los mochileros, por el contrario realizan un uso más intenso del espacio público, que incluye actividades como comer, entretenerse, dormir –cuando la oferta de alojamiento queda colapsada-. Ambos grupos se cruzan sólo en momentos y lugares muy específicos (como la plaza central donde se ubica la feria). Sin embargo, estos encuentros han sido retratados como problemáticos. Algunos de los empresarios turísticos han manifestado que los turistas que se alojaban en sus establecimientos se habían marchado antes de lo previsto cuando observaron la cantidad de gente que había en el pueblo. Por otro lado, algunos turistas se mostraron asustados por la cantidad de jóvenes que circulaban en el pueblo y temían por su seguridad, al punto de preferir trasladarse a los restaurantes de los hoteles que se encuentran más alejados del pueblo que hacerlo a los que se ubican en el centro<sup>455</sup>.

---

<sup>455</sup>“Los turistas que están en las posadas de mayor categoría se asustan de la cantidad de jóvenes que están tirados en la plaza, tienen miedo que les roben y además piensan que es desagradable verlos cuando almuerzan en el restaurante frente a la plaza” (entrevista a Marcos, administrador de establecimiento hotelero de Purmamarca, originario de Jujuy, 2/02/2007).

Los empresarios vinculados a la oferta hotelera y gastronómica de calidad retrataban la situación que se vivía en Purmamarca presentando estos grupos distintos de turistas como incompatibles. De hecho, la intención de crear un pueblo turístico con una oferta exclusivamente de servicios de calidad se ve seriamente amenazada por la presencia de estos otros turistas que cambian la imagen del pueblo que se muestra en los folletos turísticos y las páginas web de los hoteles, es decir, un paraíso de calles desiertas, silencio y servicios exclusivos.

Estos visitantes “indeseados” además son atraídos por los eventos que suelen organizarse con el apoyo de la Municipalidad de Tilcara durante enero. Uno de los principales impulsores de este tipo de eventos (y de la presencia del turismo en la Quebrada) es el intendente de Tilcara. En el convencimiento de que el turismo es la única opción para Tilcara<sup>456</sup> promueve eventos convocantes, manejando una idea de que más turistas implican mayores ingresos. Al respecto uno de los empresarios turísticos afirma: “La Municipalidad hace propaganda de la cantidad de gente que llega en el Enero Tilcareño: ‘llegaron 10.000 personas a Tilcara’. Los que más se benefician son los distribuidores de cerveza”<sup>457</sup>.

Existe acuerdo entre ciertos sectores de la población residente de la localidad y los empresarios hoteleros respecto del rechazo hacia este tipo de turistas. Quienes no concuerdan son aquellos que les brindan servicios, principalmente los que administran campings. Muchos de ellos son los principales beneficiarios de la visita de este tipo de turistas a las localidades de la Quebrada. Uno de los propietarios de un emprendimiento turístico en Tilcara, que combina camping con habitaciones compartidas e individuales, afirma que:

“En este lugar se brinda un servicios de camping y habitaciones con un mínimo de comodidades, no atendemos con el nivel de servicios de los hoteles. Privilegiamos la cantidad a la calidad ofreciendo un servicio para los mochileros, los estudiantes de menor poder adquisitivo, que no tienen lugar en los hoteles por los precios”<sup>458</sup>.

Este emprendimiento resultó rentable y con aquellos ingresos extra que logró en las temporadas altas pudo agregar algunas habitaciones, a lo que originalmente sólo era servicio de camping. Por otro lado, como se había mencionado, la gran mayoría de la población local se vincula a través del ofrecimiento informal de productos y servicios con

---

<sup>456</sup> Así lo evidencia la afirmación que hiciera en un artículo en la prensa local: “El tilcareño se dio cuenta que no le queda otra que vivir del turismo” (Servipren, 27 de Febrero del 2004).

<sup>457</sup> Entrevista a Gerardo, empresario hotelero y guía de turismo de Tilcara, originario de Buenos Aires, 21/01/2007.

<sup>458</sup> Entrevista a Pablo, empresario hotelero de Tilcara, originario de Bolivia, 31/01/2007.



el turismo, especialmente en las temporadas altas y este tipo de turistas es su principal cliente.

En la siguiente descripción de la situación que realiza el Director de Turismo de Tilcara aparece lo que se concibe como las consecuencias negativas del turismo masivo que se mezclan con los reclamos que el poder político local realiza al gobierno provincial y posibles soluciones que parecen improbables, dadas las condiciones en que parte de la población local se vincula al turismo en la actualidad, es decir, a través de la informalidad:

“Los gobiernos cuando hablan de promoción les importa que venga cantidad y no calidad. Nunca se planea la calidad, si nosotros tenemos que tener una autoestima alta de decir que lo nuestro vale, lo nuestro es extraordinario, entonces queremos que aquellos que vengan, vengan y generen una renta en el lugar, que dejen una renta en el lugar, porque si no, no tiene sentido. Porque a mí de qué me sirve que vengan miles de personas con los autos llenos de bebida, me ensucian todo el pueblo, chupan, tengo que tener mil policías para poder cuidar, parece una ciudad sitiada y la calidad de vida de las personas no mejora, entonces no sirve. [...]. Nosotros tenemos que tener cada vez una oferta de mayor calidad. Eso es lo único que va a ir seleccionando. Porque si nosotros tenemos una oferta chatarra, el que viene va a consumir esa chatarra”.

[...]

“Es lo que está pasando con Iruya, este movimiento con este perfil ha irrumpido en Iruya. Y ahora en Iruya se han abierto puertas en cualquier lado para que tiren las bolsas de dormir por dos pesos. [...] ¿En qué puede mejorar la calidad de vida de las personas por dos pesos? Yo entiendo a mi gente que se necesitan los dos pesos porque con eso comprar una o dos tiras de pan, pero ¿por qué no podemos apuntar ya no solamente a la tira de pan sino a mejorar integralmente nuestra calidad de vida? Esto es lo que a los gobierno no les interesa. Este turismo de enero no sirve, porque no nos deja beneficios a la comunidad”<sup>459</sup>.

En esta cita aparece el tema de la promoción del turismo, haciendo responsable al gobierno provincial de incentivar la llegada de turistas a la Quebrada sin conocer las consecuencias percibidas como negativas por amplios sectores de la Quebrada. La responsabilidad respecto a esto está compartida con el gobierno local, al menos en Tilcara desde donde se promueve el Enero Tilcareño en general, y desde donde se organizan eventos que incentivan la llegada masiva a la localidad. Por otro lado, como se mencionara anteriormente, la mayoría de la población vive del ofrecimiento de la “oferta chatarra” que menciona el funcionario, por lo que resulta improbable la erradicación de este tipo de servicios, especialmente considerando las escasas posibilidades que tiene la población local para insertarse en el turismo de otra manera.

---

<sup>459</sup>Entrevista con Eduardo Escobar, Director de Turismo de Tilcara, 8/03/2006.

En ocasiones, la existencia de este turismo masivo se muestra, como en otras oportunidades, como responsabilidad de la población local y su falta de capacitación o experiencia en los negocios turísticos, más que como consecuencia del crecimiento espontáneo del turismo y las características de la política turística. Respecto de los lugareños y su actitud para con el turismo, uno de los empresarios turísticos afirma: “con respecto al turismo se piensa en vender barato y no ofrecer un servicios de calidad”<sup>460</sup>, mientras que otra entrevistada afirma que la gente del lugar no tiene mentalidad empresarial, porque en lugar de vender caro durante el verano para aumentar los ingresos, vende barato estimulando la presencia de este tipo de turistas que gastan poco dinero<sup>461</sup>. Se cuestiona la falta de actitud empresarial y la falta de compromiso con el desarrollo de un emprendimiento a largo plazo, porque se prioriza lo inmediato.

Estas consideraciones en relación a los turistas dan cuenta de cierta selección acerca de quiénes son bienvenidos para hacer un uso turístico de la Quebrada (e incluso para residir en ella). Sin embargo, los turistas mochileros siguen constituyendo un número importante entre los turistas que visitan la Quebrada, y además encuentran una serie de servicios a la medida de su presupuesto de viaje que les permite acceder a la Quebrada como destino.

Los intentos de evitar la llegada de turistas a la Quebrada de alguna manera también chocan con ciertas tradiciones de viaje instaladas en el turismo argentino. El viaje al noroeste del país en carpa visitando Tucumán, Salta y Jujuy es un clásico para muchos jóvenes (provenientes al menos de la Región Metropolitana de Buenos Aires), así como también la prolongación de ese viaje hacia el norte, hasta Bolivia o Perú. En el mismo sentido, se puede mencionar la costumbre de pasar los fines de semana en Tilcara que tienen los “turistas del enero”. Así, por el momento en distintos puntos de la Quebrada y en momentos específicos del año se desafía el intento por constituir un destino de calidad, tan caro a la gran mayoría de los empresarios turísticos y los funcionarios de la zona.

Asimismo, en la forma de caracterizar el turismo que presentan políticos y empresarios existe una disociación importante entre la promoción que se realizó de la zona y la presencia de una cantidad mayor de turistas. En efecto, los empresarios participan junto con el poder político no solo a través de la promoción de sus productos en ferias, en Internet, sino también incentivando el pernocte en la localidad con el consecuente surgimiento de nuevos servicios para estos turistas que pasan más tiempo en la Quebrada. Sin embargo, los empresarios turísticos no se sienten responsables del

---

<sup>460</sup> Entrevista a Gerardo, empresario hotelero y guía de turismo de Tilcara, originario de Buenos Aires, 21/01/2007.

<sup>461</sup> Entrevista a Rita, miembro del Concejo Deliberante de la Municipalidad de Tilcara, 24/01/2007.

crecimiento del turismo, simplemente por el hecho de que ellos, cada uno en forma particular ofrece servicios exclusivos para turistas de alto poder adquisitivo, y en consecuencia no estarían incentivando una visita masiva a la Quebrada, cuando por otro lado, han contribuido fuertemente a instalar a la Quebrada como una opción para el turismo.

## **12.6. Las manifestaciones contra el turismo y la patrimonialización**

Algunas manifestaciones contra la presencia del turismo y el proceso de patrimonialización se han expuesto a lo largo de la tesis y en particular de este capítulo. A algunas de ellas surgieron en las entrevistas, otras fueron de carácter público y quedaron plasmadas en distintos documentos, en los medios de comunicación y en el espacio público. Como una más de estas manifestaciones a continuación se transcribe un poema de Sixto Vázquez Zuleta, escritor residente en Humahuaca quien en varias oportunidades se expresara respecto de las transformaciones que ocurren en la Quebrada a partir del desarrollo del turismo y la patrimonialización. En este poema se expresan parte de los conflictos analizados en este capítulo y en los precedentes, a la vez que pone de manifiesto las ideas sobre distintos actores sociales vinculados al proceso de patrimonialización de la Quebrada (especuladores inmobiliarios, foráneos, turistas, empresarios, representantes del poder político provincial y quebradeños):

### Carta desde el Patrimonio

Querida Angie te cuento  
y no lo hago por vanidad,  
qué es ser en estos momentos  
Patrimonio de la Humanidad.  
Ya no hay paz en los cerros;  
un patrimonio mundial  
es un pueblo planetario,  
una extraña aldea global.  
El camino que bajaba  
por la cuesta de Lipán,  
es autopista de asfalto  
que acuchilla al pueblo natal.  
La Nica que hacía tamales  
trabaja hoy en un hotel,  
en negro por supuesto  
todo el día meta correr.  
Quedó sin agua de acequia  
el Santiago que sembraba,  
ahora la usan los hostales  
¡y se secaron las parras!  
¿Miguel y Juan Antonio?  
No se los encuentra más,  
vendieron su casa y se fueron  
a vivir en Palpalá.

Por eso ya nadie se pone  
disfraces en las comparsas.  
Y esos cholos urbanos  
ni honran a la Pachamama.  
Querías comprar un terreno  
pa vivir con el Solís.  
Ahora valen millonadas  
mejor andate a París.  
Por culpa del alcohol  
que venden para curar,  
hay más misiles aquí  
que en Israel y en Irak.  
El José con sus quince años  
anda de distribuidor,  
de pastillas en los bailes  
poxinero y tomador.  
Causa del turismo sexual  
la Juanita de Chalala,  
se ha quedado de encargue  
para un porteño sin plata.  
Ella me comentaba  
que Manuela y Damiana,  
aprendieron con un hippie  
a fumar la marihuana.  
Malafés venden terrenos  
con gente que vive adentro.  
Son capaces de venderlos  
a los ríos y a los cerros.  
Los inversores nos dicen

mientras se comen la carne.  
¡Cuiden el patrimonio!  
¡Sean los perros guardianes!  
Se piensa que algún día  
los políticos jujeños,  
darán cabida a los indios  
y harán realidad sus sueños

Tengo en cuenta a los nativos  
el gobernador decía,  
con un ojo bien en serio  
pero con el otro se reía.  
Es que hay mucho turista  
y el gobierno está contento.  
¡Vengan, vean los collitas  
y sus coloridos cerros!  
Zoológico parece,  
el dueño cobra la entrada.  
¡Pasen, vean mis animales!  
Y para los monos? nada.  
Papelito blanco  
andá volando.  
Si no te reciben  
volvete llorando.

En [www.toqo.com.ar](http://www.toqo.com.ar)

01/04/2007

En este punto se reúnen las manifestaciones sobre los procesos de crecimiento del turismo y la puesta en valor turística del patrimonio en la Quebrada que hacen visible la disonancia del patrimonio y también del turismo en la zona y que se constituyeron en un intento por frenar o revertir estos procesos.

### Las marchas

Una de las primeras manifestaciones contra ciertos procesos agudizados por la presencia del turismo fue la marcha que se realizó en Tilcara en mayo de 2005. En esa oportunidad, algunos sectores de la población de Tilcara se movilizaron por el pueblo denunciando el intento de ocupación de la cancha de fútbol de Pueblo Nuevo. Los usuarios habituales de este terreno llevaban la consigna “las tierras son nuestras” frente a los intentos por ocupar ese terreno de uso comunitario.

Con posterioridad, a mediados de 2005 se realizó una marcha en la localidad de Humahuaca en la que los habitantes de la ciudad reclamaron mejores condiciones de vida. Ésta tenía como slogan “el patrimonio somos nosotros” y era apoyada por la prelatura de Humahuaca, encabezada por el religioso Jesús Olmedo. En este evento los pobladores denuncian la compra de tierras para la realización de emprendimientos turísticos en la localidad por parte de inversores extranjeros. El artículo también recoge las palabras del religioso del lugar: “La desocupación ronda el 50%’ expresa el cura claretiano Jesús Olmedo, agregando ‘el patrimonio son los habitantes de esta inmensa Quebrada sobre ellos el gobierno provincial y nacional debe fijar su mirada, resolviendo los problemas de trabajo y las pésimas condiciones en que viven los humahuaqueños” (“El grito de los excluidos en la quebrada de Humahuaca”, <http://www.copenoa.com.ar/><sup>462</sup>).

También se expresa que los manifestantes invitaron a los turistas a sumarse al reclamo que culminó con una toma simbólica del Monumento a la Independencia en Humahuaca. Otro artículo publicado en el mismo portal da cuenta de una marcha llevada adelante en julio de 2005 por los habitantes de la localidad de Uquía reclamando por el acceso a viviendas propias<sup>463</sup>.

---

<sup>462</sup>Copenoa (Colectivo Periodístico del NOA) posee una página de Internet con noticias regionales.

<sup>463</sup> En este artículo se citan las palabras de un habitante del lugar, que se expresa en el mismo sentido que durante las manifestaciones realizadas en Tilcara y Humahuaca: “El que la quebrada sea Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad no nos beneficia en nada al contrario los terrenos están mucho más caros sólo los extranjeros gozan del privilegio de poder comprar tierras” (“Pobladores del pueblito de Uquía reclaman expropiación para viviendas”, <http://www.copenoa.com.ar/>).

En otra entrevista Olmedo declaró:

“...los turistas vienen, ven precioso todo lo que hay de la Quebrada, ven el Monumento al Indio, ven la capilla que es preciosa, ven el santo que sale a bendecir; pero eso no es solamente Humahuaca, ese es un aspecto muy particular, artístico, cultural si quiere, pero cuando vean la situación de los barrios, de los asentamientos, de que hay barrios donde hay familias enteras sin agua, que hay gente que tiene que cruzar el río para pasar a su barrio porque no les han puesto una pasarela que llevan años pidiendo, cuando hay avenidas que no tienen luz. Entonces, eso es lo que queremos, que los turistas y todo el país los vean; y que vos [se refiere al periodista Nelson Castro, el entrevistador] también en esta radio lo estás diciendo para que la gente sepa que el patrimonio son las personas” (“Precariedad en Humahuaca”, Reportaje al Padre Jesús Olmedo de la Prelatura de Humahuaca, programa Puntos de vista, radio La red, 19/07/2005).

Por otro lado, a partir de los robos que tuvieron lugar a fines de julio de 2007 en la iglesia de Tilcara<sup>464</sup>, que se sumaban a otros acontecidos en la iglesia de Purmamarca y otras iglesias provinciales, se realizó en Tilcara una manifestación acompañada de la firma de un petitorio y notas a las autoridades provinciales. En el petitorio se exigía que fuera retirado el título de Patrimonio de la Humanidad a la Quebrada de Humahuaca. Un periódico provincial recoge algunos de los testimonios referidos a esta decisión:

“Fundamentan los habitantes esta postura, que tal declaración ‘sólo causa perjuicios y manoseos a la calidad de nuestras vidas’. Más abajo, afirman que ‘la falta de control y/o reglamentación, permite actos vandálicos que hieren a nuestros sentimientos’ que ‘a cuatro años de su implementación, los lugareños vemos cómo a diario la historia, costumbres y tradiciones se caen a pedazos’ que ‘sólo es beneficio de unos pocos y permite la invasión desmedida’ y que se ‘hace caso omiso a la tarea de resguardo y seguridad’ (*Pregón online*, 3/08/2007)<sup>465</sup>.

Frente a estas manifestaciones el responsable de la Unidad de Gestión de la Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad minimizó el problema adjudicándolo a

---

<sup>464</sup> Los elementos extraídos de la iglesia fueron un bastón de plata, una cruz y un rosario de la Virgen de Copacabana de Punta Corral (la virgen que es llevada en procesión hasta Punta Corral durante Semana Santa), una diadema de plata a la Virgen de la Dolorosa y una aureola de plata de San Francisco de Asís.

<sup>465</sup> El artículo también reproduce algunos de los textos de las pancartas que se esgrimían durante la manifestación: “Encabezaba la marcha un grupo de jóvenes portando un cartel donde podía leerse: Basta de atropellos, Tilcara se levanta y marcha con coraje en defensa de su cultura y su gente para no morir’. Otras pancartas decían: ‘No roben los tesoros de la iglesia’ (Escuela Normal), ‘La paz florece cuando se respetan nuestros derechos’, ‘Déjalos que te hagan el mal, su plan fracasará y no te ganarán’, ‘Necesitamos más seguridad en el pueblo y quienes hayan cometido este delito que devuelvan lo que se han llevado’, ‘Basta de robo, respeten lo nuestro, el pueblo necesita más seguridad’, entre otras” (*Pregón online*, 3/08/2007).

intereses creados en torno a las próximas elecciones provinciales y desvinculando el carácter patrimonial de la Quebrada (y el aumento en la cantidad de turistas en el lugar) con los robos ocurridos:

“El arquitecto Néstor José opinó sobre el petitorio de la comunidad de Tilcara de quedar excluidos del Patrimonio de la Humanidad, expresando que esto sería producto de una coyuntura de intereses políticos electorales y consideró que el no pertenecer al Patrimonio de la Humanidad no solucionará el problema de los robos y que los robos y el Patrimonio de la Humanidad no tienen relación directa” (“Para Néstor José el pedido Tilcareño está movilizad@ políticamente”, *Jujuy al día*, 5/08/2007).

### *Los talleres y la Carta Abierta*

En Tilcara, el Instituto Interdisciplinario de Tilcara (UBA) durante agosto de 2005 convocó a la realización de talleres de discusión sobre la problemática de la tenencia y acceso a la tierra en la localidad. En el marco de los talleres se elaboró una Carta Abierta dirigida al Presidente de la Nación, al Gobernador de la Provincia de Jujuy, a los Diputados y Senadores de la Nación, a los legisladores de la Provincia de Jujuy, al Intendente y Consejo Deliberante de Tilcara y a la UNESCO, de amplia circulación. El texto está estructurado por una presentación en la que se expresa el motivo de la carta; un segmento denominado “La historia”, otro segmento llamado “La actualidad” y un espacio final destinado a los reclamos que se efectúan.

Al comienzo del texto se aclara quiénes son los firmantes (“ciudadanos y pobladores de la localidad de Tilcara, Tilcara Marka y áreas rurales aledañas”) y expresa como objeto de la carta el “hacer manifiesta y pública la situación a la que nos ha conducido la declaratoria de la Quebrada de Humahuaca como paisaje cultural de la Humanidad”.

Uno de los puntos centrales del reclamo es la propiedad de la tierra para los habitantes de la Quebrada. Este reclamo presenta varios argumentos. Primero, el texto presenta una historia de la Quebrada en la que se relatan hechos y procesos que aparecen vinculados con los sucesos actuales. La historia tiene su inicio en una situación en la que las comunidades aborígenes que ocupan el pueblo de Tilcara tenían la propiedad de la tierra en forma colectiva (hasta mediados del siglo XIX). Durante el texto quienes hablan, los “firmantes”, se reconocen en varios puntos vinculados con ese pasado presentado. Por un lado, se presentan como descendientes de los habitantes originarios de la Quebrada (aquellos que detentaban una propiedad de tipo colectiva), quienes se ven enfrentados a los terratenientes por la propiedad de las tierras en varias oportunidades. Por otro, reconocen como antecedentes los reclamos que en varias ocasiones habían realizado a las autoridades locales con el objetivo de acceder a la propiedad de las tierras en disputa.

Por último, en este relato histórico reconocen también como antecedentes el uso y custodia de los recursos mientras los propietarios legales de la tierra perdían interés en ella: "... el patrimonio cultural y natural de la quebrada fue sostenido por los herederos de los pueblos originarios y migrantes provenientes de la puna".

Segundo, al describir la situación actual se apela a la avaricia, violencia, la falta de respeto, el accionar deshonesto y el descuido y dilapidación de los recursos que despliegan los nuevos propietarios vinculados a los negocios turísticos como argumento para apoyar sus reclamos. La consecuencia de este accionar recae sobre la población de la localidad, quienes ven deterioradas sus condiciones de vida (por procesos de contaminación, falta de agua, destrucción de infraestructura, imposibilidad de acceso a una vivienda, falta de acceso a servicios, etc.).

Por último, entre los reclamos que se realizan al final del documento figuran los siguientes: se pide que se dejen sin efecto las entregas de tierras fiscales a particulares realizadas en los últimos diez años; la participación de los habitantes originarios de Tilcara en el arbitraje de los litigios en relación con los problemas surgidos; la realización de una evaluación de impacto social y ambiental y se prohíba cualquier tipo de obra hasta tomar esta medida; el reconocimiento de los derechos de los pueblos originarios según el convenio 169 de la OIT ratificado por la Argentina; y la suspensión de la declaración de la UNESCO hasta tanto no se alcance una ordenación del lugar<sup>466</sup>.

En este tipo de reclamos aparecen con fuerza ciertos paralelismos entre las formas actuales de acceso a la tierra por "gente de fuera del lugar" para realizar emprendimientos turísticos, con otras formas históricas de avance en el territorio por "foráneos": la referencia más frecuente se realiza con el proceso de ocupación del territorio americano por los conquistadores y colonizadores españoles<sup>467</sup>.

La pertenencia y la condición de herederos en términos culturales de las comunidades prehispánicas en América se transforma en un motivo para reclamar derechos de propiedad sobre la tierra. Los reclamos que realiza la población aborígen se remontan en

---

<sup>466</sup> En el documento se afirma: "[reclamamos] que se suspenda la Declaratoria de Paisaje cultural por parte de la UNESCO para el Departamento de Tilcara hasta tanto no se planifique el control de los impactos sociales y ambientales de forma conjunta y consensuada entre el Estado y la población, se realicen las obras necesarias de infraestructura para contener a los visitantes y se garantice el monitoreo del proceso por parte de la población local".

<sup>467</sup> El texto afirma que: "una nueva fiebre del oro, pero ahora en busca de tierras y emprendimientos turísticos se ha desatado sobre nosotros".

"Así como los tilcareños nunca aceptamos los derechos de conquista producto de la invasión española, y resistimos silenciosamente la opresión de los 'patrones abusivos de la tierra' y sus descendientes, como decían nuestros antepasados a fines del siglo XIX, no aceptamos ahora la violencia de quienes por tener un poco de dinero y 'ser amigos del poder' se creen con derechos sobre nuestras tierras y nuestras prácticas culturales y sociales".



el tiempo para encontrar el antecedente que les permite legitimar su reclamo como propietarios de las tierras. Así, desconocen la propiedad privada reconocida en el sistema jurídico actual como única forma de acceso a la tierra y proponen el reconocimiento de otras formas consuetudinarias de uso de esas tierras. De esta manera, el reclamo por el acceso a la tierra se apoya fuertemente en una historia continuada de uso de ese espacio (trabajando las tierras bajo formas de arriendo, incluso luego de la migración de los propietarios hacia las ciudades). Y es por eso que se rechazan las formas de reconocimiento jurídico existentes y se reclama que esa propiedad se reconozca por otras vías, también existentes en la legislación vigente.

### Las denuncias en los medios de comunicación

En este contexto de crecientes manifestaciones que expresaban el descontento de algunos sectores por el crecimiento del turismo, la patrimonialización de la Quebrada y las consecuencias de ambos procesos, los medios de comunicación funcionaron como una herramienta para dar a conocer esta situación. Si bien circularon varios textos de distintos autores, lo que llama la atención no es el número de textos que circularon, sino la masiva reproducción de los mismos en distintos medios.

Los medios de comunicación que vehiculizaron esta información fueron: periódicos de distribución nacional (llamativamente no se realizó en periódicos provinciales), portales de Internet dedicados a diferentes cuestiones vinculadas con los derechos de pueblos aborígenes, listas de distribución de información que entre sus temáticas incluyen cuestiones vinculadas al turismo y el patrimonio y cadenas de mails.

Sólo dos personas han firmado los textos que han circulado. Uno de los autores, cuyos textos fueron los más reproducidos, publicó cartas en varios medios. Uno de ellos, aparece en el portal [argentina.indymedia.org.ar](http://argentina.indymedia.org.ar)<sup>468</sup> el 10 de mayo de 2005 bajo el asunto “¡¡¡URGENTE!!!”. Con posterioridad son enviadas dos notas del mismo autor a la lista de discusión sobre turismo del portal de Noticias de Antropología y Arqueología<sup>469</sup>, una con fecha del 8 de junio de 2005, titulada “Tilcara en peligro!” y otra de fecha 17 de junio de 2005 titulada “Represión en Tilcara” (esta última también publicada con anterioridad en [argentina.indymedia.org.ar](http://argentina.indymedia.org.ar)). Con posterioridad en la sección de *Clarín* de Cartas al país, aparece una carta titulada “Tilcara necesita ayuda” del 2 de agosto de 2005 firmada por el mismo autor. Se trata de la misma nota que aquella titulada “Tilcara en peligro!” de junio

---

<sup>468</sup> Indymedia se define como un centro de medios independientes en la Argentina. Presenta un espacio para incluir notas sobre las cuales los lectores pueden hacer comentarios.

<sup>469</sup> Noticias de Antropología y Arqueología (NAyA) es un portal de Internet que presenta información de interés para estas disciplinas.

de 2005 pero en una versión más corta. Hacia fin de ese mismo año se reproduce "Tilcara en peligro!" el 15 de diciembre de 2005 en portal proyectoconosur.com.ar<sup>470</sup>. Por otro lado, aquel primer texto del autor titulado "¡¡¡URGENTE!!!" también circuló por cadenas de mails, por lo menos hasta octubre de 2007.

El otro autor ha publicado sus textos de denuncia en el portal argentina.indymedia.org.ar en julio y agosto de 2005. Otras cartas no firmadas también circularon, entre ellas una de amplia difusión titulada "Así no queremos Patrimonio de la Humanidad en la Quebrada de Humahuaca". También circularon cartas con denuncias de conflictos en Tilcara y la Carta Abierta elaborada en Tilcara a partir de los talleres organizados por el Instituto Interdisciplinario Tilcara (esta carta también se reprodujo en el portal ecoportal.net<sup>471</sup>).

En estos textos que circularon por diversos medios se describen los casos de usurpación de tierras mencionados más arriba y se exponen las razones por las cuales la declaración como Patrimonio de la Humanidad ha sido perjudicial para parte de la población de la Quebrada, los que también son mencionados en la Carta Abierta.

### *Las manifestaciones gráficas en la vía pública*

Las manifestaciones contra el proceso de patrimonialización y la presencia del turismo en la Quebrada se manifestaron también en soportes gráficos tan espontáneos como los graffiti y los panfletos.

Como han manifestado algunos de los entrevistados, la asistencia a los talleres para la discusión de la temática de la tierra en la Quebrada estaba signada por el miedo a ser identificado en un pueblo donde se asume que la información pasa rápidamente de boca en boca y donde represalias pueden llegar a materializarse. Al contrario, el graffiti permite una forma de expresión desde el anonimato. Más allá de las formas de expresión, la patrimonialización, el crecimiento del turismo, la adquisición de tierras para inversiones turísticas, las condiciones de vida en el lugar y los foráneos son los ejes alrededor de los cuales se articulan las manifestaciones de descontento por parte de los residentes quebradeños.

---

<sup>470</sup> Conosur se define como una experiencia de comunicación alternativa llevada adelante por alumnos de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA. Conformó una agencia de noticias propia y establece vínculos con otros medios alternativos del país.

<sup>471</sup> Ecoportal.net se presenta como un portal de Internet dedicado al medio ambiente, la naturaleza, los derechos humanos y la calidad de vida. Tiene una sección llamada Cartas y denuncias de nuestros suscriptores donde aparece el texto mencionado.

Tempranamente en el proceso de patrimonialización del lugar apareció un panfleto en la estación Terminal de Ómnibus de Humahuaca que vaticinaba las consecuencias de la patrimonialización del lugar y el turismo que traería aparejado. Este folleto (citado y reproducido en Belli y Slavutsky, 2004) contenía el siguiente texto impreso:

“Hace 510 años Moctezuma creyó que quien venía desde el oriente era su antiguo señor Quetzalcoatl; pero cuando descubrieron que eran sanguinarios hombres... fue ya tarde.

Hoy, un grupo de personas y el gobierno, nos dicen que la QUEBRADA DE HUMAHUACA podría ser declarada Patrimonio de la Humanidad, por la UNESCO. El objetivo sería el desarrollo económico y social de la región; pero NADIE nos dice que:

. Podríamos perder la Esencia de nuestra identidad cultural, la calidad y autenticidad de las fiestas, ceremonias y creencias.

. Por satisfacer el mercantilismo y las estrategias del turismo nos llevaría a reestructurar y reorganizar el significado y la función de nuestros objetos, prácticas y costumbres.

. Los aumentos ocasionales de producciones culturales más se deban a la demanda de trabajo por la enorme desocupación, que a la recuperación de los Legados del pasado indígena o reivindicaciones de las culturas populares.

A 510 años del re-cubrimiento de América”

El panfleto se completaba con una pregunta manuscrita agregada en el margen inferior del mismo:

“¿A quién le sirve que la UNESCO haya declarado a la Quebrada de Omaguaca PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD, si nosotros mismos, como los hijos de esta sagrada tierra no sabemos bien cuál es el alcance y significación de dicha nominación?”<sup>472</sup>

Como ocurre con este tipo de materiales efímeros no existen datos sobre su elaboración o su autoría, aunque se supone que se realizó en 2002 por la alusión a 510 años de la llegada europea a América y además porque todavía la designación patrimonial no había tenido lugar<sup>473</sup>. Pero más allá de las especulaciones sobre la elaboración del panfleto, lo que interesa señalar es que, por un lado, existía una idea de las consecuencias que la relación entre patrimonio y turismo puede tener a nivel del lugar patrimonializado en relación a las transformaciones que el mismo puede experimentar. Como se ha señalado en otras oportunidades en esta tesis, las experiencias del turismo en otros lugares no se

---

<sup>472</sup> El panfleto completo contenía otro texto que aquí no se reproduce, en el cual se explica por qué a los habitantes de la Quebrada debería llamárselos omaguacas y no incas o coyas.

<sup>473</sup> Aquello que sí es más difícil de inferir es la anotación manuscrita aunque puede suponerse que es posterior a la designación por el uso del pretérito perfecto del subjuntivo (“haya declarado”).

ignoran ni en las esferas del conocimiento especializado sobre turismo, patrimonio y gestión, ni en las esferas del conocimiento vulgar. Este texto demuestra un conocimiento sobre esto, y preveía las transformaciones que se operarían en el lugar. Por otro lado, la frase manuscrita agregada es explícita respecto del desconocimiento de la población del lugar sobre el carácter de una declaración patrimonial de este tipo (como fuera señalado en el capítulo 9).

Estas manifestaciones contra la patrimonialización y el turismo se completan con los graffiti que aparecieron especialmente en Tilcara. Uno de ellos dice: “NO MÁS TILCARETA. QUE EL PATRIMONIO NO SEA DE POCOS”<sup>474</sup> (ver imagen 12.9). El graffiti, por un lado, hace clara alusión a la declaración de Patrimonio de la Humanidad de la Quebrada. Por otro, muestra una interpretación sobre el proceso de patrimonialización en dos aspectos: las consecuencias que la patrimonialización tuvo en la Quebrada y un fraude implicado en este proceso. Las consecuencias de la patrimonialización parecen ser interpretadas (o al menos expresadas) como signadas por la desigualdad: el patrimonio es de pocos y sus beneficios son para pocos, pero debería ser de todos o al menos de muchos. Por otro lado, la condensación de Tilcara + careta (en el sentido que le otorga el uso coloquial al término, como algo que aparenta ser lo que no es) en “tilcareta” habla de la interpretación del proceso de patrimonialización como un fraude: el proceso no resultó como se pensaba o se mostraba que sería (es decir, que generaría beneficios para todos), sino que se trató de un proceso en el cual se beneficiaban sólo unos pocos.

Otro de los graffiti que aparecieron en el pueblo se encuentra realizado sobre un cartel que ofrece la venta de una propiedad en Tilcara. Sobre el cartel se ha escrito: “No queremos más hoteles. Tilcara se opone” y “No queremos hoteles” (ver imagen 12.10). También hay rastros de otra leyenda pintada en el cartel que ha sido borrada. Estos graffiti se suman a los ya mencionados en otros puntos del capítulo: aquellos contra la presencia de los gringos en el pueblo y los que muestran algunas características del Enero Tilcareño. La conflictividad en torno a los cambios de titularidad de las tierras en Tilcara también ha llevado a expresiones escritas en la vía pública, como una pintada que se encuentran en un poste de la calle Bolívar (entre Ambrosetti y Jujuy) de la localidad de Tilcara. Ella dice: “Tilcareño ante la sospecha de usurpación denuncie por la tranquilidad de este bendito PUEBLO”.

Estas manifestaciones evidencian, por un lado, la disonancia que la puesta en valor turístico del patrimonio genera, donde algunos sectores de la sociedad quebradeña dejan ver otras aristas de la valorización turística del patrimonio quebradeño que hablan de las formas de exclusión que este proceso trajo consigo, a pesar de las intenciones de

---

<sup>474</sup>Se trata de una pintada aparecida un fin de semana hacia mediados de enero de 2007 en la calle Bolívar entre Belgrano y Lavalle.

inclusión presentadas en los planes de desarrollo del turismo en Quebrada que, como se vio en el capítulo 10, se presentaban como inclusivos en la medida en que estuvieron signados por el llamado a la participación.

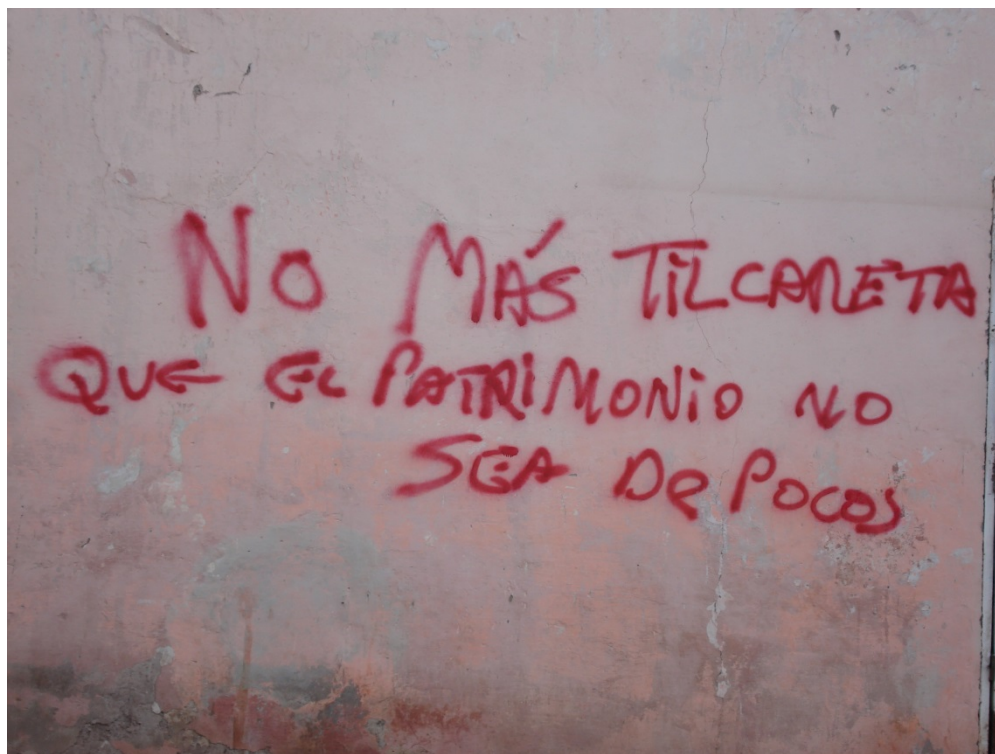


Imagen 12.9. Pintada en la localidad de Tilcara



Imagen 12.10. Pintada sobre un cartel de venta de una propiedad de Tilcara

### 12.7. A modo de cierre. La Quebrada disputada

En el proceso de valorización turística del patrimonio quebradeño, el lugar se vuelve centro de la disputa, ya sea a partir del acceso a la propiedad de la tierra, a su uso o a su capacidad para transformarse en referente identitario. En este sentido es que se construye una interpretación o una mirada de la Quebrada como **lugar disputado**. Y en esta disputa intervienen actores específicos con intereses particulares vinculados al turismo y al patrimonio. Estas disonancias en torno al patrimonio y también al turismo que le dan forma a la Quebrada turística y patrimonial se manifiestan en relación con ciertos referentes identitarios, a ciertas pertenencias y a las formas de uso y acceso de diferentes recursos y espacios de la Quebrada por los actores intervinientes. Así, cada actor esgrime su derecho al lugar como heredero o como ciudadano.

Como fuera señalado en los análisis realizados en algunos de los capítulos anteriores, esto permite abrir la trama social discutiendo la homogeneidad que se le atribuye a las sociedades locales, y pensar su redefinición a partir de ciertos procesos, en este caso vinculados a la valorización turística del patrimonio de la Quebrada.

En referencia a los aspectos identitarios involucrados en las disputas señaladas en este capítulo los aspectos aquí analizados muestran una complejidad del lugar que no termina en una diferenciación entre población local- empresarios foráneos. La sociedad quebradeña, al menos en sus aspectos identitarios ya era compleja previamente al desarrollo del turismo en el lugar. Ya existían vínculos complejos y conflictivos con los recién llegados (fueran estos mineros o bolivianos) y ya existían también vínculos complejos y conflictivos con los visitantes ocasionales, es decir, los veraneantes (también llamados gringos en su momento).

Si bien una parte importante de los conflictos y negociaciones en torno al turismo y el patrimonio se manifiesta entre estos dos grupos (los quebradeños y los de afuera), también es interesante señalar que entre los quebradeños no todos participan por igual en las instancias convocadas por los planes de desarrollo turístico, que algunos lograron acceder al crédito, que otros poseen terrenos que se están revalorizando, mientras la mayoría tiene problemas para acceder a una vivienda propia en la Quebrada o insertarse de alguna forma en el crecimiento del turismo y recibir parte de los beneficios prometidos.

El análisis aquí realizado también permite comprender cómo la Quebrada se disputa en varios niveles. La revalorización de tierras da cuenta de procesos donde se definen incluidos y excluidos en esta creación de una Quebrada turística y patrimonial. La adquisición o uso para explotación turística de terrenos ubicados en este lugar patrimonial da cuenta de un proceso de disputa del lugar en su dimensión material, como suelo urbano y rural. La llegada en aumento de turistas y la posibilidad de incorporar la excepcionalidad del lugar (su carácter de Patrimonio de la Humanidad, así como sus múltiples atractivos) al valor del suelo y a los bienes y servicios comercializados turísticamente despertó el interés de varios inversores jujeños y de otros lugares del país por adquirir terrenos, construir hoteles o realizar un emprendimiento turístico ofreciendo otro tipo de productos (gastronomía, excursiones, artesanías). El detentar cierto capital económico, cultural y social colocó a varios de estos actores en una situación favorable respecto a otros posibles interesados en explotar económicamente la situación por la que atravesaba la Quebrada. La disputa por el acceso a la renta monopólica, por otro lado, produjo un aumento en el valor de los terrenos que también aceleró el desprendimiento de inmuebles por parte de la población de la Quebrada. Amplios sectores de la población quebradeña a quienes se les había presentado la patrimonialización y el desarrollo del turismo como posibilidades de acceder a ingresos, se vieron por un lado, excluidos de la posibilidad de establecer su propio negocio turístico dadas las dificultades de acceso al crédito, y por otro, excluidos también de las posibilidades de acceso a la tierra o la vivienda, ya sea por el desconocimiento de las posibilidades reales de hacerlo (en los casos de los ocupantes efectivos de terrenos) o por el aumento en el precio de los inmuebles (para adquisiciones futuras).

Asimismo, el acceso a recursos básicos como el agua, y en general, a ciertas condiciones de vida aunó a actores frecuentemente enfrentados en relación a otros conflictos que caracterizan al lugar. Así, empresarios turísticos y quebradeños coincidían (en este caso puntual) en sus reclamos al poder político en cuestiones que afectaban democráticamente a todos por igual. La coincidencia entre algunos quebradeños y empresarios turísticos también se da en relación al tipo de visitantes que desean para la Quebrada. En efecto, la identificación de visitantes “indeseables” (los mochileros y los turistas del Enero Tilcareño) convoca en el rechazo conjunto a sectores de la sociedad quebradeña y empresarios turísticos. Vinculado con esto, también se ponen de manifiesto ciertas disputas por los espacios de este lugar turístico y su uso por quebradeños, mochileros y turistas de mayor poder adquisitivo.

El desarrollo del turismo y la patrimonialización también resultaron en incentivos para redefinir identidades, y en consecuencia, demarcar límites identitarios. Por un lado, se reivindicó una identidad quebradeña estimulada por estos procesos que tienen su origen fuera de ella. Así, en la actualidad nadie reniega de ser quebradeño, ni aborígen, ni colla y se identifican como herederos de ese patrimonio reconocido mundialmente, tal como se lo propuso desde la gestión patrimonial. Sin embargo, esta identidad quebradeña tal cual es presentada por y para el turismo no tiene su correlato en un grupo que se piensa y se siente compartiendo una identidad que, de algún modo, los aglutina. En efecto, en la Quebrada la identidad, presenta varios matices; cuando no, diferencias tajantes. Estas diferencias han estado presentes formando parte de la identidad de la Quebrada, resurgiendo y recrudeciéndose en algunos momentos en particular, como por ejemplo, a partir del proceso de expansión de la oferta turística en Tilcara y la adquisición de terrenos para ese fin o las posibilidades diferenciales de acceso a créditos para emprendimientos turísticos que enfrentaron a los del lugar con los de afuera, pero también a los aborígenes con los criollos. De esta manera, la convivencia armónica se rompe donde en realidad nunca existió, o al menos donde era un fenómeno aparente.

La identidad respecto de la Quebrada se define con la auto-inclusión en un “nosotros” que toma distintos significados, pero que nunca pierde de referencia a la Quebrada. Estas distintas definiciones del nosotros marcan aspiraciones a la propiedad y el derecho sobre el patrimonio. El gobierno provincial desde la elaboración de un discurso de “nosotros los jujeños” que incluye a la Quebrada, construye su derecho a tomar parte, participar, decidir, gestionar el patrimonio quebradeño; los quebradeños, aduciendo la ignorancia y el desprecio histórico que le propiciaran otros sectores de la provincia y del que fueron víctimas, excluye a aquellos del derecho de decidir sobre el patrimonio; los aborígenes, desde su lugar de ocupantes originarios excluyen a todos los demás, especialmente en lo referido a manifestaciones culturales propiamente aborígenes o reclamadas como tal.



Además, la UNESCO con su declaración, afirma que ese patrimonio es de toda la humanidad, es un legado que si bien producido en un ámbito geográfico específico y por grupos específicos, tiene el carácter de herencia mundial; una especie de herencia “de la especie humana”. Y esto no sólo hace referencia a los aspectos culturales, sino también a los naturales: la naturaleza expoliada, amenazada, arrasada presenta relictos que es necesario conservar. Y aquí también es donde aparece una especie de rol de **vigilancia mundial**, delegado en la UNESCO, que controlará las formas en que se hace uso, se manipula, se gestiona ese patrimonio, que a su vez se delegará en el poder político, en este caso, provincial. La gestión provincial, a su vez, y a tono con las tendencias actuales, brindará espacios de participación para la población de la Quebrada, que en este caso específico se limitaron a la participación en los talleres convocados para trabajar sobre las líneas de la gestión patrimonial y turística del lugar.

Así, la situación histórica de desventaja de la población local, y aborígen en particular, es algo que se intentó minimizar desde el gobierno provincial al asegurar que los proyectos de desarrollo del turismo y gestión del patrimonio contemplarían las necesidades de la población quebradeña al incorporar formalmente su participación en la gestión del área como patrimonio (a través de la conformación de las Comisiones de Sitio) y en la gestión turística (al convocar a los talleres de los planes de desarrollo del turismo implementados). Esto no fue percibido como la participación genuina de la población quebradeña en la gestión y beneficios de este proceso, sin embargo, su condición de sectores excluidos se utilizó para esgrimir argumentos que sustentaron las denuncias contra el accionar del poder político y económico que actuaban en el lugar.

El discurso turístico oficial muestra una Quebrada que poco ha sido modificada desde tiempos inmemoriales, aunque a la vez se defina como una zona marcada por los desplazamientos y las sucesiones de distintos grupos a través del tiempo. La Quebrada es presentada como un bastión que resiste la entrada de la modernidad, como un micromundo al que el turista se asoma con el respeto que merece una cultura “frágil”, en peligro de extinción y en riesgo de ser contaminada por la modernidad. La sociedad de la Quebrada, en su versión turística, hereda cierta armonía que aparentemente es propia de las sociedades andinas y que permaneció intacta a pesar del paso del tiempo. Algunos procesos vinculados a la patrimonialización del área y a su valorización turística y algunos otros eventos puntuales, han mostrado otra cara de la Quebrada, diferente a la que se presenta desde el ámbito de la gestión provincial para el producto turístico estrella de la provincia. Y, por lo tanto, también diferente a la que suele conocer el turista.

La estetización de la Quebrada y la intención de construir un destino de calidad dan lugar a procesos de exclusión de algunos de los usuarios efectivos o potenciales de este lugar turístico, en especial los mochileros, los turistas del enero y los artesanos. También cuestiona a los prestadores de servicios que fomentan o permiten el desarrollo de otro tipo de turismo. Como afirman Duncan y Duncan (2001), la Quebrada presentada como

un destino *exclusivo* tiene una contracara vinculada a la *exclusión*, no sólo de turistas, sino también de prestadores de servicios.

Las protestas por el avance del turismo en la Quebrada, especialmente a partir de la adquisición de tierras para emprendimientos turísticos, han convocado a varios actores: instituciones (como el Instituto Interdisciplinario Tilcara, las Comisión de sitio de Tilcara, la Comunidad Aborigen de Tilcara Marka, la Prelatura de Humahuaca) y población civil afectada directa o indirectamente. En este accionar, las instituciones han tenido un rol central y fueron las que tomaron la iniciativa y guiaron algunas de las manifestaciones de repudio (elaboración de la Carta Abierta por el Instituto y convocatoria a la marcha por la Prelatura). También se sirvieron de distintos medios para hacer público el conflicto y las manifestaciones y para dar a conocer otras voces sobre el proceso de patrimonialización y el crecimiento del turismo en la Quebrada. Para ello recurrieron a un amplio espectro de medios de comunicación y circulación de la información, que se extiende desde el diario de mayor tirada nacional hasta los portales consagrados a la reivindicación aborigen. Por otro lado, el gobierno provincial no suele pronunciarse públicamente sobre el tema. Esto tal vez porque la problemática de la tenencia de las tierras en áreas con ocupación aborigen constituye un problema de difícil solución para el gobierno provincial, que por otro lado, se está haciendo más visible en la actualidad, en la medida en que se suma al proceso de crecimiento del turismo en la zona. Además, estos procesos de cambio de titularidad en las tierras de la Quebrada son claramente entendidos por la opinión pública como consecuencias negativas del incremento del turismo y la patrimonialización, imagen poco conveniente de un proceso al que el gobierno apostó como una de las formas de dar respuesta a la situación económica adversa que atraviesa la provincia.

Estos procesos de reivindicación y difusión de las consecuencias del turismo en la Quebrada se constituyeron en instancias que encuentran eco en turistas y potenciales turistas que apoyan las reivindicaciones de la población de la zona. Este es el caso de los turistas que se sumaron a la marcha en Humahuaca y de aquellas personas que hicieron circular los mails que ponían en evidencia estos aspectos conflictivos del destino turístico. Así, estos sectores en sus reclamos convocan al turista, un turista que “comprende” la situación desfavorable de esa población. De hecho el turista o potencial turista se hace eco de la protesta; y también se hace eco de aquello que difunden los mediadores culturales y formadores de opinión pública dando espacio a la voz de estos sectores de la Quebrada que se manifiestan en relación con el avance del turismo y los procesos de patrimonialización. La situación de desventaja de amplios sectores de la sociedad quebradeña frente al desarrollo del turismo es algo que hoy también se cuestiona desde la opinión pública, más aún cuando se trata de población aborigen, la cual se reconoce como víctima de procesos que la colocaron invariablemente en una situación de debilidad en una relación desigual. También interviene en estas “simpatías” o solidaridad por la población local el conocimiento que se tiene de los efectos negativos que el turismo ha tenido en distintos lugares. Aquellos impactos negativos generados por un turismo

“intrusivo” han pasado a formar parte del conocimiento vulgar y en este contexto, las poblaciones aborígenes son visualizadas como “más frágiles y vulnerables” a la presencia occidental, urbana, moderna. De hecho, el avance de la modernidad sobre lo aborígen está prácticamente condenado de manera unánime<sup>475</sup>.

La apelación a la cultura como elemento a valorizar cultural, social y económicamente a través del turismo, así como la posibilidad de participación en los procesos de patrimonialización y desarrollo del turismo para los quebradeños, también dieron lugar a reinterpretar el patrimonio, la puesta en valor del mismo y, en definitiva, a cuestionar todo el proceso. La creación de un lugar turístico y patrimonial tuvo efectos no buscados. Como afirma Harvey (2002):

“Since capitalists of all sorts (including the most exuberant of international financiers) are easily seduced by the lucrative prospects of monopoly powers, we immediately discern a third contradiction: that the most avid globalizers will support local developments that have the potential to yield monopoly rents even if the effect of such support is to produce a local political climate antagonistic to globalization!” (Harvey, 2002).

Así, la creación de la Quebrada como un lugar turístico y patrimonial también dio lugar al accionar de otras voluntades que no comandaron este proceso y que se oponen a él en parte o de diferentes maneras stituyéndose en interlocutores nuevos, derivados de este accionar. La valorización turística del patrimonio quebradeño, más allá de los beneficios que acarrió para ciertos sectores, trajo consigo la participación de otros sectores que se expresaron en contra de este proceso y que reafirmaron ciertos antagonismos ya existentes en el lugar, entre quebradeños y jujeños (del sur de la provincia) o entre quebradeños y foráneos. Estos antagonismos se traducen en conflictos en los cuales los quebradeños cuestionan el sentido de la declaración patrimonial de la Quebrada, llegando al punto de pedir el retiro de la condición de Patrimonio Mundial para el lugar.

---

<sup>475</sup>Varios ejemplos en la Argentina han merecido la condena de la opinión pública: la adquisición de tierras reclamadas por mapuches por parte de empresarios extranjeros en la Patagonia y la desactivación de una reserva provincial en Salta, ocupada por aborígenes para permitir el avance de la frontera agropecuaria, son algunos casos ejemplares.

## Conclusiones generales

Esta tesis se elaboró con la intención de hacerla partícipe de una instancia de diálogo con lo producido hasta ahora en el campo de los estudios sobre el turismo en general y sobre la geografía del turismo en particular. Es por eso que en estas conclusiones interesa discutir cuáles son las contribuciones que la tesis realiza a la producción y las discusiones académicas respecto a la práctica turística, su dimensión territorial y su vinculación con el patrimonio.

En relación con esto, se señalan dos aportes que en particular ofrece este trabajo. Por un lado, esta tesis contribuye al desarrollo de las aquí denominadas *perspectivas críticas*. La realización de una investigación a partir de esta mirada crítica, sostenida por desarrollos conceptuales consistentes, adquiere relevancia en un medio de producción académica que en ocasiones se caracteriza por la falta de solidez de las interpretaciones que se elaboran sobre ciertos procesos que involucran al turismo, o simplemente por la falta de explicitación de los marcos de interpretación. En este sentido, la tesis espera constituir un aporte a aquellos trabajos que abordan el turismo desde bases conceptuales sólidas, a la vez que también realiza aportes a lo trabajado desde estas miradas críticas en relación con el turismo.

Asimismo, estas interpretaciones fueron puestas en juego a partir de la generación de información empírica acerca de un proceso concreto de valorización turística de un lugar. Esto es de utilidad en la medida en que permite contrastarlas con evidencia empírica para poner a prueba la pertinencia y utilidad de estas interpretaciones en el análisis de problemáticas concretas, que a su vez redundan en un enriquecimiento de estas perspectivas interpretativas. También, esta tesis (complementada con el análisis de otros casos) aporta elementos para pensar el lugar que está ocupando el turismo en un contexto nacional (influenciado por tendencias mundiales) en el que se propone como reemplazo o complemento de distintas actividades productivas. Así, lo trabajado aquí, sirve para dar cuenta de las transformaciones que se están operando en lugares concretos a partir de la apuesta al turismo que forma parte de una política a nivel nacional que se replica a otros niveles subnacionales.

En términos generales el trabajo realizado buscó problematizar ciertos aspectos y dimensiones de la práctica turística que en el contexto de producción académica sobre el turismo aparecen fuertemente naturalizados. Atendiendo a esto se abordó especialmente

una de las dimensiones de la práctica turística, su **dimensión territorial**. Esta mirada territorial (y disciplinaria) colaboró para poner de relieve una dimensión que si bien en términos generales es señalada como relevante en los estudios turísticos, se encuentra poco problematizada. Para su abordaje se apeló a los desarrollos que desde la geografía se produjeron en relación con el concepto de lugar.

Las perspectivas señaladas fueron utilizadas para comprender el proceso de creación de la Quebrada de Humahuaca como lugar turístico y patrimonial. Respecto de este proceso interesaba especialmente conocer las transformaciones recientes en el destino a partir del crecimiento del turismo y la patrimonialización del lugar. Para ello se fijó como objetivo analizar el proceso de redefinición de la Quebrada de Humahuaca como lugar turístico y su relación con las características que adquieren el proceso de construcción de atraktividad turística, el proceso de patrimonialización y las transformaciones resultantes, tanto en relación con la presencia y accionar de ciertos actores, como en la adecuación del lugar para permitir el consumo turístico.

La organización de las partes de la tesis y sus capítulos permitió abordar distintas cuestiones que dieron respuesta a este objetivo. En la **primera parte** (*Parte I. Enfoque teórico-metodológico. La relación entre turismo, patrimonio y valorización de los lugares*) se desarrollaron los enfoques interpretativos utilizados en la tesis vinculados a la práctica turística y su dimensión territorial y los procesos de construcción de atraktividad turística y de patrimonialización relacionados con la valorización turística de los lugares. Asimismo, se dio cuenta de la forma de generación, análisis e interpretación de las fuentes de información utilizadas (**capítulo 5**).

Aquí se expuso una idea de lugar como un ámbito geográfico que puede ser analizado en tres dimensiones: como locale, como localización y como sentido de lugar, atendiendo a su carácter abierto que permite, por un lado, reconocer los vínculos que el lugar establece con procesos más amplios que también afectan a otros lugares y atender al conjunto de actores involucrados en las transformaciones que atraviesan los lugares (descartando aquellas ideas que asocian lugar con sociedades cerradas, homogéneas y armónicas). Por otro lado, la valorización turística de los lugares se vinculó con aquellas formas en que una sociedad considera (en términos económicos, políticos y socioculturales) determinadas particularidades de los mismos, que explican en parte los usos y las transformaciones de estos lugares a partir de la presencia del turismo (**capítulo 1**). Esta forma de concebir la valorización turística de los lugares permitió rever aquellas concepciones simplistas en torno a las sociedades locales asociadas a ciertos destinos turísticos.

Además, se definió al turismo como una práctica sociocultural e histórica vinculada al desarrollo del capitalismo y la consolidación de una sociedad de consumo que valoriza ciertas particularidades de los lugares y esta valorización se explica tanto por

dimensiones económicas y políticas, como por dimensiones sociales y culturales. También se rescataron y revisaron las propuestas sobre el desarrollo del turismo y las virtudes asociadas a su presencia como dinamizador de la economía y las formas en que las características de los lugares suelen ser aprovechadas para impulsar la presencia del turismo (**capítulo 2**). Así, se cuestionaron las ideas que asocian turismo y desarrollo en una relación considerada positiva, a la vez que se brindaron elementos para poner de manifiesto que el turismo, lejos de constituir una temática banal, brinda elementos para comprender las sociedades actuales.

Se presentó a la atraktividad turística como producto de un proceso que surge en las sociedades que hacen turismo y valorizan turísticamente ciertas particularidades de los lugares. Y se hizo referencia a la dimensión territorial de la conceptualización de atractivos y atraktividad definida y utilizada en la investigación. Estos desarrollos interpretativos brindaron elementos para una aproximación crítica al proceso de creación de una Quebrada turística y patrimonial, en especial para comprender el carácter histórico y sociocultural del proceso de construcción de atraktividad en la Quebrada (**capítulo 3**). Esto brindó elementos para discutir las ideas sobre la atraktividad turística como condición previa a la valorización turística de los lugares, en tanto se asume una característica inherente de objetos y lugares.

Se definió el carácter patrimonial de ciertos objetos como resultado de un proceso (patrimonialización) en el cual intervienen diferentes actores, donde la dimensión simbólica del patrimonio (en tanto representación de una identidad) y el poder que reúnen ciertos actores cobran un rol central. Además, se analizó cómo el turismo participa de los procesos de patrimonialización en la actualidad y se retomaron las formas de creación de especificidades de los lugares a partir de la valorización turística del patrimonio para la creación de circuitos o destinos turísticos orientados a la explotación económica de ese patrimonio (**capítulo 4**). Así, se cuestionaron las ideas que asumen que el patrimonio genera consenso dado su carácter incuestionable en tanto expresión de la cultura y la identidad.

La **segunda parte** (*Parte II. La valorización turística de la Quebrada de Humahuaca: creando un lugar turístico y patrimonial*) abordó en detalle el proceso de valorización turística y patrimonial de la Quebrada de Humahuaca presentando, por un lado, un panorama amplio del lugar y su evolución turística y por otro, aquellas dimensiones específicas que interesaban para la realización de la investigación. Así, se emprendió el tratamiento del proceso de construcción de atraktividad de la Quebrada de Humahuaca y su vinculación con la patrimonialización de este destino por la UNESCO y las múltiples transformaciones que estos procesos generaron en el lugar.

Se presentaron las formas de comprender el lugar a partir de los abordajes que realizaron distintas disciplinas brindando elementos para definir el carácter turístico y patrimonial del

mismo (**capítulo 6**). Se señalaron las características de la evolución del turismo en la Quebrada desde comienzos del siglo XX hasta la actualidad. También se observó cómo la práctica turística vincula a la Quebrada de Humahuaca con otras áreas turísticas al encontrarse comprendida en distintos circuitos: regionales (como el noroeste argentino), nacionales e internacionales (como aquellos circuitos turísticos que abarcan el área andina en Sudamérica) (**capítulo 7**).

Se analizaron las formas en que ciertas características de la Quebrada fueron y son valorizadas como atractivos turísticos. Así, se puso en evidencia cómo los rasgos de la Quebrada de Humahuaca presentados y consumidos como atractivos turísticos fueron cambiando a lo largo del tiempo. Se hizo hincapié en la manera en que se retrata la Quebrada turística en la actualidad teniendo en cuenta cómo, por qué y a través de qué medios ciertos actores instauraron como atractivos determinados rasgos del lugar. También se dio cuenta de los cambios históricos en los rasgos del lugar que se consideraron atractivos desde la mirada turística mostrando el carácter de construcción histórica y sociocultural de la atraktividad de la Quebrada (**capítulo 8**).

Asimismo, se analizaron los rasgos que caracterizan a la Quebrada patrimonial poniendo atención en la vinculación de esta caracterización con los elementos actualmente valorizables en términos patrimoniales y turísticos. Además se puso en evidencia cómo en la selección implicada en el proceso de patrimonialización, se dejan fuera ciertos rasgos de la Quebrada que no serían parte de su carácter patrimonial. También, se señaló la participación de varios actores en este proceso de activación patrimonial (poder político, saber experto, empresarios turísticos, población quebradeña) dejando de lado las explicaciones que hablan de una transmisión directa de la herencia patrimonial desde la población local hacia los encargados de postular al sitio ante la UNESCO, y por el contrario, señalando las múltiples voces presentes en el proceso de patrimonialización. Por último, se hizo referencia a las críticas gestadas desde distintos sectores de la sociedad quebradeña hacia la gestión patrimonial (**capítulo 9**).

Se expusieron los principales supuestos en los cuales se apoyan los proyectos de desarrollo del turismo y sus principales propuestas, así como las formas en que la participación de la población de la Quebrada fue pensada en los mismos. Se sostuvo que esta política turística presentada como participativa e inclusiva formó parte del proceso de legitimación que despliega el poder político provincial en el proceso de creación de una Quebrada turística y patrimonial. Esta legitimación fue obtenida a partir del apoyo de la sociedad quebradeña (ya que el turismo fue presentado como motor del desarrollo) y de la sociedad en general (dado que se trataba de un accionar en pos de la protección del patrimonio). Asimismo, se dio cuenta de la forma diferencial de inserción de los actores en los beneficios del turismo, donde aquellos actores con una disponibilidad mayor de capital económico, social y cultural lograron una mejor inserción en actividades vinculadas a la prestación de servicios turísticos que otros. En este capítulo también se

afirmó que, a pesar de lo presentado en la política turística (que se muestra atenta a las necesidades de la población quebradeña) la organización del lugar orientada a su uso turístico tiene como protagonistas centrales y casi exclusivos (en términos de destinatarios de los beneficios) a los actores vinculados al poder político provincial y a empresarios que aprovecharon ciertas condiciones del lugar para desarrollar sus emprendimientos (**capítulo 10**).

Se analizó la normativa existente, las ideas del saber experto y el rol de los profesionales que están moldeando la imagen pretendida de la Quebrada (fundamentalmente orientando las características arquitectónicas de las nuevas construcciones) y se concluyó que las transformaciones operadas en la Quebrada obedecen a una forma de concebir cómo debe ser este lugar, respondiendo a una mirada desde afuera (turística, urbana y moderna). Estas transformaciones se relacionan con ciertas ideas que recuperan lo vernáculo impulsadas por el saber experto (arquitectos, fundamentalmente) y compartidas por los empresarios con presencia en la zona. Asimismo, se hizo referencia al conjunto de transformaciones que se manifestaron en los intentos por construir un lugar atractivo para el turismo y en especial, comercializable en términos turísticos (mediante adecuaciones de bienes y servicios ofrecidos en el lugar, adaptados a la condición de sitio patrimonial). Por último, se introdujeron algunas transformaciones del lugar que no se explican directamente por la presencia del turismo ni son consecuencia del proceso de patrimonialización, frecuentemente objetadas desde el poder político y los empresarios turísticos, en la medida en que no responden a la estética buscada para el lugar (**capítulo 11**).

Se definieron diferentes ejes de indagación (la dinámica del mercado inmobiliario, el acceso a servicios públicos, el uso compartido o exclusivo de ciertos espacios por turistas y población residente y la redefinición identitaria) para dar cuenta del carácter conflictivo de los procesos de patrimonialización y valorización turística del lugar. En efecto, el surgimiento de diferentes interpretaciones del proceso de crecimiento del turismo y la patrimonialización de la Quebrada y las respuestas a estos procesos se hicieron evidentes en ciertas manifestaciones sociales de descontento pronunciadas por diferentes actores con presencia en la zona. Así, se pusieron de manifiesto las características que tomó el proceso de revitalización del mercado inmobiliario que dio lugar a un cambio en la titularidad de las propiedades, en los usuarios de las mismas y en los usos del suelo de la zona (ahora orientados al turismo). También, se dio cuenta de algunas formas en que las identidades y la adscripción identitaria colocan al lugar como objeto de disputa en tanto referente identitario. Además, se hizo referencia a los intentos por definir un destino de “calidad”, basado en la atracción de determinados consumidores/turistas de mayor poder adquisitivo, que entra en contradicción con algunas de las formas en que efectivamente se consume turísticamente la Quebrada. Estas dimensiones dieron cuenta de la complejidad y conflictividad de las relaciones entre



los actores intervinientes implicadas en los procesos de patrimonialización y valorización turística de la Quebrada (**capítulo 12**).

*La creación de un lugar turístico y patrimonial en la Quebrada de Humahuaca: las contribuciones para pensar las relaciones entre turismo, patrimonio y valorización de los lugares*

En los distintos capítulos fueron desarrollándose conclusiones parciales sobre los distintos temas abordados. Aquí interesa recuperar grandes núcleos de indagación presentados en la tesis para desarrollar las conclusiones generales del trabajo. El primero de ellos (I) abarca las relaciones entre definición de atractivos y patrimonialización y las selecciones implicadas en ambos procesos; el segundo (II), reúne las cuestiones vinculadas a las transformaciones de los lugares orientadas al consumo turístico; el tercero (III), se aboca a reflexionar sobre la dimensión conflictiva del proceso de valorización turística del patrimonio; el cuarto núcleo (IV) recupera lo desarrollado en relación con la política turística y patrimonial orientada al desarrollo; y el quinto (V), aborda las cuestiones referidas a las condiciones generales y particulares que explican las formas en que se manifiesta el turismo en el lugar.

I. El **proceso de construcción de atractividad** fue conceptualizado como producto de una selección de determinados rasgos o elementos de los lugares que tiene en cuenta gustos, intereses y preocupaciones actuales de las sociedades de origen de los turistas. El carácter histórico de la atractividad turística se hizo evidente para el caso de la Quebrada de Humahuaca a partir del análisis de los cambios en los atractivos turísticos de ese lugar. Hacia principios del siglo XX este lugar se valorizaba por sus características físico-naturales (relieve montañoso, condiciones climáticas, etc.) mientras se dejaban a un lado sus rasgos culturales, que serían presentados como atractivos recién hacia mediados del siglo XX. En la actualidad la apreciación de ciertas condiciones naturales de la zona continúa, mientras que otras ya no revisten interés desde el punto de vista turístico (como, por ejemplo, la sequedad del clima). Hoy en día son valorizadas fundamentalmente las manifestaciones culturales no sólo del pasado o las folklóricas, sino también las actuales, las cuales son reconocidas como herederas de prácticas culturales anteriores.

Así, en este proceso sólo algunos atributos del lugar devienen atractivos y se consolidan como rasgos más visibles, diferenciándose de aquellos que no revisten interés para el turismo en la actualidad. En este sentido, la construcción de atractividad es también un proceso de **visibilización e invisibilización** de ciertos rasgos de los lugares. Para el caso analizado esto implicó la creación de un retrato de la Quebrada turística basado en

sus rasgos que la muestran como un área típicamente andina (con clima árido, cielos despejados, relieves abruptos, formaciones rocosas coloridas, cardones, camélidos, productores campesinos, aborígenes, edificaciones coloniales y un amplio espectro de manifestaciones del pasado prehispánico). Este constituye el retrato de la Quebrada visible desde el punto de vista turístico, ampliamente promocionado por el gobierno provincial, especialmente a partir de la puesta en marcha del proceso de patrimonialización.

La **patrimonialización** también es conceptualizada en este trabajo como un proceso de selección que vuelve visibles ciertas características de los lugares las que se considera que merecen una distinción patrimonial, o aquellas por las cuales un lugar recibe la designación. Para el caso de la Quebrada sus rasgos patrimoniales quedaron definidos por sus paisajes presentados como pocos modificados en una adaptación a las necesidades de sociedades que establecían una relación armónica con la naturaleza, por la presencia de varios grupos sociales que ocuparon la zona en una sucesión temporal (y también contemporáneamente) y una sociedad actual que mantiene características de aquellas otras sociedades o aquellas otras épocas. El conjunto de rasgos patrimoniales producto de esta selección se asemeja a aquel que resulta del proceso de construcción de atraktividad de la Quebrada. Esto, por un lado, se explica por la importancia que cobra en la actualidad el patrimonio como elemento cultural objeto de consumo (y producción) turístico, y por otro, por la presencia e ingenerencia del turismo en los procesos de definición patrimonial de la Quebrada. Con esto último se hace referencia, por un lado, a la patrimonialización de un lugar que ya era un destino turístico (y, por lo tanto a la patrimonialización de atributos del lugar que eran atractivos turísticos) y por otro, a las intenciones de transformar a la Quebrada en un lugar turístico para lo cual se recurrió a crear una nueva atraktividad a partir de su patrimonialización. Con esta distinción se promocionaron y explotaron turísticamente ciertos rasgos destacados del lugar que, junto con el aumento en las visitas turísticas, colocaron a la Quebrada entre una de las principales opciones para el turismo nacional. Así, como se presentara en una de las hipótesis de la investigación, la reciente patrimonialización de la Quebrada por la UNESCO constituye un paso más en la construcción de la atraktividad del lugar.

La Quebrada de Humahuaca **invisibilizada**, por otro lado, reúne aquellos atributos del lugar que en la actualidad no constituyen elementos destacados desde el punto de vista turístico y patrimonial para ser promocionados, exhibidos y consumidos como atractivos. Las viviendas construidas por planes de vivienda y aquellas con techo de chapa, la vestimenta occidental de los habitantes de la Quebrada, la cumbia, el evangelismo, los movimientos de trabajadores y desocupados, los conflictos que datan de siglos entre aquellos que se consideran lugareños y aquellos considerados foráneos, las técnicas de producción agrícola moderna, son algunas de las características de la Quebrada que no participan del repertorio seleccionado de características del lugar consideradas dignas de ser admiradas por el turismo o de recibir una distinción patrimonial. Entre ellas cobra

relevancia la complejidad de la trama social en el lugar y las desigualdades que la caracterizan, las cuales son reemplazadas por una imagen de la sociedad quebradeña como armónica que no sólo contribuye a la imagen turística de la Quebrada sino que permea las lecturas que desde el ámbito profesional y académico se realizan del lugar.

Las **selecciones** implicadas en los procesos de construcción de atraktividad y patrimonialización respondieron a ciertas ideas y demandas eminentemente *actuales*, que ofrecían ciertos límites acerca de qué rasgos podrían conformar la Quebrada turística y patrimonial. Las demandas surgidas desde las sociedades y las lecturas sobre el pasado, la naturaleza y otras culturas diferentes a la occidental (urbana, industrial, moderna) definieron sólo ciertas características de la Quebrada pasibles de ser seleccionadas. Las selecciones que dieron forma a los atractivos y el patrimonio quebradeños definieron una especificidad para la Quebrada (su especificidad como lugar turístico) que buscó atraer turistas e inversiones. En efecto, estas selecciones fueron cuidadosamente realizadas atendiendo a aquellos rasgos “consumibles” turísticamente.

Los **cambios y permanencias** que caracterizan a estos procesos, a su vez, se explican como resultado de una selección llevada adelante por ciertos actores atendiendo a esta demanda turística. Diversos actores participaron en las formas de presentar a la Quebrada. Entre ellos se destacan los intelectuales, artistas y profesionales que hicieron de ella su lugar de veraneo a comienzos y mediados del siglo XX y la retrataron según los intereses de la época. A estos actores hay que agregar en la actualidad la injerencia del poder político provincial a través de sus organismos especializados que tendieron a promocionar turísticamente a la provincia de Jujuy en general y a la Quebrada en particular, en un accionar que reconoce su apogeo en la década de 2000. La versión turística y patrimonial de la Quebrada que se conoce hoy a través de los múltiples textos que hacen referencia a ella es producto del accionar del poder político provincial, de la UNESCO, del saber experto, de los empresarios turísticos y de la población quebradeña en función de las demandas actuales por el consumo de ciertos atractivos turísticos. También es producto de los distintos intereses de estos actores. Esta versión turística y patrimonial de la Quebrada (que también se impuso como versión oficial y se reprodujo en distintos materiales de promoción) no es obvia y por lo tanto, no es la única manera posible de definir al lugar como destino turístico y patrimonial. Esto cuestiona fuertemente las ideas de atraktividad y patrimonio como condiciones intrínsecas de objetos y lugares. Y por el contrario, brinda argumentos para afirmar que los atractivos y el patrimonio son concebidos como resultados de procesos de construcción social, condicionados por intereses y demandas actuales. En este sentido ambos pueden cambiar con el tiempo, pero además están mediados por selecciones realizadas por actores concretos interesados en poner de relieve ciertos rasgos de los lugares para su consumo turístico, siendo éste el caso de los atractivos y de las activaciones patrimoniales con fines turísticos. Esta forma de concebir atractivos y patrimonio corre el foco de interés desde las características intrínsecas de objetos y lugares hacia los actores y sus relaciones. Y

también sus acciones concretas: seleccionar, colocar en un lugar de destaque y comercializar determinados rasgos o elementos. Esto coloca a la construcción de atraktividad y la patrimonialización en un campo de intereses convergentes o encontrados entre distintos actores. Así, no es obvio que tales o cuales elementos sean consumidos como atractivos, sino que su lugar entre las opciones del consumo turístico quedará condicionado por el accionar de actores concretos interesados en que ese consumo se lleve a cabo.

En relación con esto, el concepto de atraktividad turística evidenció su utilidad para articular las interpretaciones en torno al turismo con aquellas vinculadas al patrimonio. En efecto, el patrimonio, al ser considerado un atractivo turístico pudo ser incorporado a los análisis e interpretaciones de los procesos de valorización turística. Además, el concepto de atraktividad también sirvió como bisagra para articular dos grandes esferas involucradas en este proceso: la esfera económica y la esfera cultural. En relación con esto, fue de utilidad también sumar al concepto de atraktividad turística las interpretaciones sobre el consumo de cultura en la actualidad, en tanto la atraktividad de ciertos objetos y lugares (entre ellos el patrimonio) se explica en gran medida a partir de esas demandas.

II. Esta versión turística y patrimonial de la Quebrada estuvo atenta a la **mirada desde afuera** ante la cual fue presentada para su consumo. Así, las transformaciones por las que atravesó la Quebrada también están guiadas por una mirada foránea (turística) que fue imprimiendo ciertas características al lugar y construyendo nuevos atractivos turísticos, recreando en gran medida sus rasgos patrimoniales. Estas selecciones estuvieron atentas a los intereses de una sociedad occidental preocupada por proteger ambientes y culturas en vías de desaparición o al borde de sufrir cambios irreversibles.

Este lugar fue experimentando **transformaciones** orientadas a su adaptación a la nueva condición. Parte de estas transformaciones respondían a una idea acerca de cómo debía verse el lugar. Algunas de ellas estuvieron pautadas por una normativa que intentó darle forma a la Quebrada a través de la protección de sus rasgos patrimoniales y la orientación estética de las transformaciones futuras. Estas pautas se dieron en paralelo con un crecimiento espontáneo del turismo que también planteó cierta forma de transformar a la Quebrada conforme su carácter patrimonial. Las transformaciones impulsadas por la gestión patrimonial y los profesionales (en especial los arquitectos) buscaron la **estetización** del lugar reforzando una versión del mismo conforme a las demandas turísticas: es decir, un lugar andino, tradicional, rural donde la arquitectura y en general todos los productos que se consumen rescatan “lo quebradeño” y son representantes de una relación cercana y armónica con el medio que caracterizaría al lugar. La Quebrada también exhibió sus indicadores como lugar patrimonial diseñados e implementados a partir de la señalización turística como parte de la política turística y

patrimonial. Ellos no sólo dan cuenta de la nueva condición de la Quebrada sino que facilitan la visita y la permanencia de los turistas, reforzando ciertos recorridos y puntos panorámicos e instalando nuevos. El consumo de estos productos y servicios ofrecidos en el lugar, y el consumo del lugar en sí como destino turístico, además serán procesados por los turistas como marcas de distinción, que también redundarán en la consolidación del destino como exclusivo. Asimismo, aquellos rasgos de la “Quebrada invisible” (de hecho, invisibilizados), los que no se ajustan a la versión buscada para el lugar, son sancionados estéticamente y acusados de atentar contra su carácter patrimonial.

Las transformaciones de la Quebrada orientadas al consumo turístico evidencian la forma en que la mirada turística es compartida por varios actores: aquellos vinculados con la gestión, los profesionales, los empresarios y los turistas. Las formas en que efectivamente esta mirada define a la Quebrada se manifiestan a partir de esta convergencia, pero además, de la capacidad específica de actuar con que cuentan estos actores. La posibilidad de administrar y legislar del poder político, y la capacidad de modificar inmuebles y terrenos (a partir de la propiedad o el uso temporario) de los empresarios definieron en gran medida el perfil de la Quebrada turística y patrimonial. Esto refuerza la idea acerca de la posibilidad de imponer modificaciones en un territorio que tienen aquellos actores con una mayor cuota de poder. Estos procesos confirman dos de las hipótesis de la investigación que afirman que la atractividad turística del lugar, incrementada a partir de la patrimonialización, generó transformaciones en el mismo y que éstas fueron impulsadas por ciertos actores interesados en la expansión turística. A esto se podría agregar que estas transformaciones se orientaron a atraer un tipo particular de consumidor, fundamentalmente turistas de alto poder adquisitivo.

Esta mirada turística orientó las transformaciones que se produjeron en la Quebrada, por un lado, en el aspecto que cobró el paisaje quebradeño a partir de su adecuación para el turismo y atendiendo a su carácter de lugar patrimonial. A esta adecuación de los atributos del lugar que serán consumidos como atractivos, se suman distintos tipos de construcciones y marcas. En efecto, también ellos se transformaron en atributos que complementan la atractividad del lugar y son objetos de la valorización turística. Por otro lado, esta mirada está presente en determinados actores, como los empresarios turísticos y el poder político provincial, en gran medida foráneos, quienes efectivamente lideraron estos procesos de transformación de la Quebrada. Además, este interés por transformar a la Quebrada en un lugar turístico y patrimonial, en definitiva un lugar de consumo, se vincula estrechamente con los intentos por atraer a *determinados* sectores de la demanda turística (aquellos que detentan cierto capital económico, pero también un capital cultural que les permitiría distinguir los “exclusivos y verdaderos rasgos quebradeños”).

En efecto, estos procesos van a redefinir a la Quebrada turística, no sólo a partir de la construcción de una nueva atractividad, sino también en relación a las formas de comercialización de distintos bienes y servicios que habilita el crecimiento del turismo en el lugar. La creación de un lugar turístico y patrimonial también implicó la generación y obtención de ciertos **beneficios económicos de explotar la excepcionalidad** que conlleva la condición de Patrimonio de la Humanidad de la Quebrada. Así, los procesos de consolidación del turismo sumados a la declaración patrimonial del lugar dieron paso a posibilidades de desarrollo de la esfera de la producción turística en la Quebrada. Fundamentalmente se trató de la instalación de establecimientos de servicios de alojamiento, gastronómicos, de excursiones y comercios de artesanías. Estos nuevos servicios se distinguen de los existentes hasta ese momento, en la medida en que responden a ciertas transformaciones operadas en la esfera de la producción turística que hablan de una oferta adaptada a las necesidades de una demanda fragmentada, que además contribuyen a producir. Los establecimientos de alojamiento de pocas plazas como hostales, cabañas, posadas, con atención personalizada y servicios exclusivos caracterizan a esta nueva oferta turística quebradeña que se complementa con la gastronómica orientada a la presentación de platos elaborados con ingredientes de la zona rescatados en preparaciones refinadas, además de servicios de excursiones armados a partir de los intereses de los turistas y la comercialización de diferentes productos artesanales, algunos de ellos reclamando un carácter más auténtico que otros comercializados en la zona. La nueva oferta turística en la Quebrada se desarrolló de la mano de un nuevo actor, la Asociación de Turismo de Quebrada y Puna, que consolidó su posición en el campo del turismo en el lugar, redefiniendo la trama de actores vinculados a la oferta turística y la trama de aquellos que intervinieron en las instancias participativas vinculadas a la gestión turística. Además, se convirtió en un actor clave (junto con los empresarios no asociados y ciertos profesionales) en la definición de las transformaciones estéticas de la Quebrada acorde a su condición de lugar patrimonial y turístico exclusivo. Así, los empresarios turísticos, en su papel de dinamizadores de las actividades económicas y el mercado laboral, reclaman también la atención del poder político (quebradeño y provincial) e imponen sus condiciones a las formas de desarrollo del turismo en la Quebrada.

Estos procesos **redefinieron la forma de hacer turismo** en el lugar, sumando nuevas opciones (y productos turísticos) que modificaron la visita al lugar, fundamentalmente ampliando los tiempos de permanencia y modificando los recorridos (especialmente a partir de la incorporación de Salinas Grandes e Iruya como dos puntos relevantes en las visitas a la Quebrada). Esto estuvo acompañado de la consolidación como centros de pernocte de Humahuaca, Tilcara y Purmamarca. En efecto, estas fueron las localidades que concentran los nuevos servicios turísticos y especialmente los de alojamiento y gastronomía. Además, estos procesos también redefinieron el perfil y la primacía de las distintas localidades de la Quebrada turística. Mientras Maimará, Tilcara y Humahuaca habían sido los referentes del turismo de veraneo de comienzos del siglo XX y

Humahuaca fue la localidad que se distinguió a partir de su organización en función de la visita en el día de tours organizados, en la actualidad Purmamarca es el nuevo referente del turismo quebradeño de exclusividad. En efecto, es Purmamarca la localidad que más se transformó en función de las demandas del turismo actual que exige productos diversificados, exclusivos, rescatando ciertos elementos del lugar pero sin dejar de lado las comodidades que caracterizan a una hotelería y gastronomía de calidad. Tilcara y Humahuaca acompañan a Purmamarca en este proceso, ya que todas las localidades registran transformaciones en el mismo sentido. En el caso de Purmamarca, sin embargo, estas transformaciones han sido radicales, especialmente porque pasó de ser una localidad que prácticamente no ofrecía servicios turísticos, y menos aún aquellos necesarios para un turista que pernocta allí, a concentrar una oferta relativamente homogénea de servicios orientados a un turista de alto poder adquisitivo.

Gran parte del consumo turístico vinculado a la Quebrada de Humahuaca está asociado al consumo de determinadas particularidades del lugar (los atractivos turísticos y entre ellos el patrimonio) que una vez recuperados o instalados como rasgos típicos del lugar se incorporaron a los bienes y servicios turísticos ofrecidos para ser consumidos como parte de la visita. Esto refuerza las ideas expresadas en la tesis acerca de las formas que adquiere el consumo turístico de los lugares a partir de la promoción de determinados atributos de los mismos como punto de partida para la definición de distintos bienes y servicios turísticos. Los negocios turísticos se montaron aprovechando la excepcionalidad de la Quebrada a partir de su declaración como Patrimonio de la Humanidad, lo cual implicó la invocación (más o menos explícita) de esta condición en los bienes y servicios ofrecidos. La asociación de éstos con la excepcionalidad de la Quebrada se tradujo en la exclusividad de los productos y, en consecuencia, en el aumento de sus precios. Esta excepcionalidad, creada a partir de su patrimonialización y el crecimiento del turismo en la zona dinamizaron el mercado inmobiliario, lo que trajo consigo un proceso acelerado de adquisición de tierras con fines turístico y de especulación inmobiliaria (aumento en el valor de los terrenos y la puesta en uso turístico de nuevas áreas urbanas y rurales). Además, el acceso a ciertas localizaciones específicas, generó la posibilidad del acceso a rentas monopólicas.

Lo señalado hasta aquí fortalece otra de las dimensiones desarrolladas en la tesis: la vinculación entre cultura y economía a través del turismo. En efecto, el patrimonio en tanto manifestación cultural, atractivo turístico y especificidad del lugar atrae turistas y capitales y es incorporado a la esfera económica a través de su asociación con bienes y servicios turísticos. Pero además, esta vinculación adquiere otra forma: la participación del turismo en los procesos de patrimonialización. Las selecciones turísticas y patrimoniales son aprovechadas para la generación de negocios económicos vinculados a la prestación de servicios turísticos, al punto que, como acontece en el caso de la Quebrada, la activación patrimonial puede ser también interpretada como una **activación turística del patrimonio**.

III. El proceso de valorización turística de la Quebrada estuvo caracterizado por la existencia de **conflictos** que, fundamentalmente, giraron en torno a quiénes y cómo hacen uso (o deberían hacer uso) de este lugar. La tierra, los espacios públicos y el acceso a una mejor calidad de vida son objeto de la disputa por el uso o apropiación del lugar por distintos actores, especialmente los quebradeños, frente a otros foráneos (empresarios turísticos o turistas). Al mismo tiempo, la Quebrada como referente identitario también se transformó en un objeto de disputa que permitía, a quienes la pretendieran como propia, reclamar ciertos derechos sobre la misma. Así, como se mencionara, los grupos aborígenes y los quebradeños en general se presentaron como legítimos herederos del patrimonio y reclamaron su derecho a participar en la administración y los beneficios del proceso de valorización del lugar. Asimismo, el poder político provincial buscó instalar a la Quebrada como referente identitario provincial, actitud que justificó su participación en la gestión del área.

Las discusiones en torno a quiénes y cómo hacen uso de la Quebrada se vinculan también con los intentos por definir un perfil del turista que visita la Quebrada que se acerque a un consumidor de alto poder adquisitivo. En este sentido, la oferta de alojamiento jugó un rol central en virtud de su crecimiento, el cual permitió constituir a la Quebrada en un centro de pernocte. A esto se le sumó el aumento en el valor de las tierras y las propiedades y el afianzamiento del sector empresarial. Por otro lado, también las transformaciones recientes en la Quebrada generaron disputas acerca de quiénes y cómo se benefician (o deberían beneficiarse) de la valorización turística del patrimonio quebradeño. Estas discusiones trajeron a un primer plano a la sociedad quebradeña, históricamente relegada y presentada desde el discurso oficial de la política provincial como los destinatarios de la política turística y patrimonial y sus principales beneficiarios. Estos beneficios, que la población de la Quebrada adoptó como derechos, fueron reclamados en distintas instancias. En estos reclamos, con frecuencia se esgrimieron argumentos que asimilaban la presencia y el crecimiento del turismo en la zona con otros procesos históricos (fundamentalmente la ocupación europea del continente americano) vividos como un avasallamiento hacia la población local por parte de grupos foráneos. En efecto, uno de los puntos a partir de los cuales se comparaba el turismo y la ocupación europea era el carácter de foráneos de aquellos actores que lideraban estos procesos, haciendo referencia en el caso del turismo, al hecho de que quienes adquirieron tierras e instalaron emprendimientos turísticos en la Quebrada provenían de otros lugares.

Más allá de estos procesos de valorización turística y patrimonialización, también se manifestaron en el lugar acciones que frenaron o modificaron el curso de los mismos. Algunas de estas acciones lograron imponer en la Quebrada **otros usos del suelo distintos al turístico**, imprimiéndole al lugar otras características diferentes de aquellas propuestas desde el sistema de producción turístico. Entre ellos se destaca: la creación



de los barrios de viviendas en las cercanías de Tilcara impulsados por algunos sectores de la sociedad tilcareña, el freno a los procesos de adquisición de tierras (aunque en un momento en que el proceso se encontraba avanzado), las manifestaciones en distintos medios rechazando la designación patrimonial (convocados en algunas ocasiones por instituciones con presencia en la Quebrada) y en general el reclamo de una participación más activa en los beneficios de la valorización de la Quebrada. Así, esta conformación de un lugar turístico y patrimonial se entiende no sólo a partir de estas voluntades que tienen como meta esta transformación de la Quebrada, sino también de aquellas otras que frenan, modifican o cambian el rumbo de este proceso planificado o ideado.

La **multiplicidad de intereses** (convergentes y divergentes) involucrados en el proceso de creación de la Quebrada como un lugar turístico y patrimonial refuerza la idea del lugar como algo heterogéneo y conflictivo que se emplea en esta tesis. En efecto, los procesos analizados y las posturas manifestadas por los distintos actores cuestionan las conceptualizaciones del lugar como un ámbito homogéneo y armónico, pero además, muestran, para el caso específico de la Quebrada, que la presencia del turismo y los intentos por constituir de él un motor del desarrollo no disiparon los puntos de divergencia. Por el contrario, profundizaron algunos conflictos producto de estas divergencias (por ejemplo, aquellos en torno al acceso colectivo a la tierra que mantienen enfrentados a las comunidades aborígenes y el gobierno provincial), a la vez que dieron inicio a otros (por ejemplo, entre los empresarios turísticos y los residentes quebradeños en torno a la apropiación de beneficios por el aprovechamiento turístico de la Quebrada). Sin embargo, la existencia de divergencias y conflictos no fue óbice para la convergencia de intereses. La coincidencia de intereses entre el poder político y económico que dio impulso al crecimiento del turismo, no es el único ejemplo de esto; en distintas oportunidades el poder político municipal, los empresarios turísticos de la Quebrada y los residentes quebradeños también se unieron en los reclamos ante el gobierno provincial en relación a determinadas problemáticas ambientales y respecto al perfil del turistas que pretenden para el destino. Estos procesos afianzan una de las hipótesis de la investigación, que sostiene que no existía un acuerdo sobre el rumbo de los procesos de creación de un lugar turístico y patrimonial, y que por el contrario, en torno a este proceso se habían generado conflictos.

Considerar la posibilidad de conflicto en los lugares, articulado con estas conceptualizaciones sobre el turismo y el patrimonio que ponen la atención en la trama de actores, es útil para comprender las formas en que concretamente se transforma (se define o redefine) un lugar como lugar turístico. La complejidad de la trama social asociada al lugar y la introducción de la posibilidad de conflicto como parte constitutiva del mismo desarmen la idea de lugar armónico que prevalece en muchos abordajes de los destinos turísticos. Esta trama, como acontece en la Quebrada, puede convocar múltiples intereses así como desigualdades en relación al poder que manejan los distintos actores. Lo analizado para el caso de este lugar cuestiona la armonía y el

accionar en pos del bien común que parece caracterizar la consideración *a priori* de la sociedad de los destinos turísticos realizada en muchos estudios turísticos y que subyacen a las propuestas para este lugar.

Si bien la disonancia del patrimonio no se expresó con fuerza en la versión patrimonial oficial, en tanto caracterización que seleccionaba ciertos aspectos de la Quebrada, sí se puso en evidencia en relación con el *qué hacer* con este patrimonio. Las formas que adquirió la gestión oficial fueron cuestionadas a través de manifestaciones concretas que incluyeron las declaraciones en los medios de comunicación, las marchas, los graffiti, la carta abierta y la ocupación efectiva de tierras. Así, el lugar, la Quebrada, se vuelve también objeto de disputa: se disputa como referente identitario, como ámbito de injerencia en materia política y económica, se discute acerca de quiénes hacen y deberían y no deberían hacer uso del mismo y en torno a cómo debe verse y mostrarse respondiendo a la versión turística y patrimonial que para él se diseñó (en función de aquello que demanda la mirada turística). Como parte de estas disputas, cada uno de los actores involucrados reclama y ejercita su derecho al lugar aduciendo su carácter de heredero, ciudadano, ocupante o administrador. Nuevamente, esto objeta la idea de lugar (y sociedad asociada a ese lugar) como armónicos y homogéneos.

IV. Como parte del proceso de patrimonialización, el poder político instaló la idea de la necesidad y las bondades de lograr la declaración patrimonial de la Quebrada y esto lo acompañó con una tarea de **concientización** en la que se transmitían las ideas sobre la importancia de la protección y la puesta en valor turística de los elementos que constituían referentes identitarios de la población del lugar. En este proceso, el poder político también se constituyó en custodio y administrador de ese patrimonio, ya que con la ayuda del saber experto contaba con los medios (de los que carecía la población quebradeña) para generar la caracterización y fundamentación de la propuesta, tramitar la designación y administrar el área patrimonial (con el respaldo de la UNESCO). La política patrimonial encarada por el poder político provincial fue apoyada en un momento por la población local y la sociedad en general, conforme se presenta como una acción orientada a proteger aquellos elementos naturales y culturales ampliamente valorizados que se asumen en proceso de desaparición. Sin embargo, este papel del poder político fue cuestionado por sectores de la sociedad quebradeña que reclamaron como propio el rol de gestores de un patrimonio del cual también se presentan como herederos exclusivos.

Esta anhelada designación patrimonial puede ser interpretada como formando parte de una política diseñada desde el gobierno provincial orientada a dinamizar el área a partir del desarrollo del turismo, para generar ingresos y beneficios en general. La conformación de un repertorio patrimonial de ciertos elementos o rasgos que caracterizan patrimonialmente a la Quebrada tuvo el objetivo explícito de poner a estos elementos a

disposición de un consumo que vendría fundamentalmente de la presencia de turistas en la zona. Así, esta activación patrimonial, como otras propias de este momento histórico, reconoce también **motivaciones económicas**. Explícitamente el gobierno provincial presentó en diferentes oportunidades a la explotación económica del patrimonio como una alternativa y una oportunidad para la Quebrada (y la provincia en general), en virtud del deterioro de ciertas actividades productivas y del mercado laboral provincial.

Esto es relevante para la Quebrada en términos de la posición que ocupa en el contexto provincial. La revalorización de lo aborígen, de lo andino coloca a esta área de la provincia en una situación nueva: de ser considerada un área relegada en tanto no concentraba actividades productivas y contaba con una sociedad tradicional que la dejaban al margen del progreso, pasó a ser el lugar desde donde se reactivaría (al menos en parte) la economía provincial y todas sus otrora desventajas pasaron a considerarse (y promocionarse desde la provincia) como atractivos turísticos y referentes patrimoniales.

Este proceso de patrimonialización iniciado y dirigido por el gobierno provincial creó las condiciones para la intervención en el área del poder político provincial a través de la Secretaría de Turismo y Cultura, a partir del diseño de una política patrimonial y una política turística. El conocimiento y la capacidad de acción del gobierno provincial, asociada en gran medida con el gobierno nacional, como se mencionara, lo colocarían en el lugar de informar a los diferentes actores involucrados sobre las ventajas de la patrimonialización en un intento por obtener el consenso en el reconocimiento de la necesidad de lograr la designación patrimonial. También tomaría el rol de responsable de la gestión del área, dando lugar a lo que se presentó como una gestión compartida con otros actores involucrados, a partir de la creación de instancias participativas.

Esta versión patrimonial de la Quebrada creada por el saber experto a partir de la convocatoria del gobierno provincial no ha recibido grandes cuestionamientos. Sin embargo, hubo algunas **objeciones** a la manera en que el lugar era retratado en los materiales de promoción elaborados por el gobierno provincial y en las versiones que producen o reproducen los “foráneos”. En efecto, algunos sectores de la sociedad quebradeña refutan estas versiones ofreciendo otras presentadas como alternativas y auténticas en tanto producidas por los propios habitantes del lugar y representantes de una cultura. Así, si bien existen objeciones a algunos de los aspectos que conforman esta Quebrada patrimonial, la versión oficial ha sido aceptada reconociendo fundamentalmente la autoridad de ese saber experto en esta caracterización patrimonial. Asimismo, en algunos casos ciertos sectores de la sociedad quebradeña retoman la forma en que la Quebrada es presentada en su versión patrimonial oficial, adoptándola como propia.

La versión patrimonial que se crea desde el gobierno provincial no es indiferente para la sociedad quebradeña. Esta versión de la Quebrada será apropiada de manera diferente

por los actores para distintos fines. En este sentido, por ejemplo, las agrupaciones aborígenes reforzaron su carácter de herederas primeras de ese patrimonio que apelaba con fuerza a la presencia de sociedades aborígenes prehispánicas en la Quebrada y su pervivencia en la actualidad, favoreciendo los procesos de reclamo y reivindicación iniciados por estas organizaciones. Como otros sectores de la sociedad quebradeña, también reclamaron no sólo la participación en la gestión de un patrimonio que reconocen exclusivamente como propio sino en la participación en los beneficios que generaría la explotación económica de sus referentes culturales e identitarios (y así lo manifestaron en numerosas oportunidades).

Los empresarios turísticos, por su parte, a partir de detentar cierto capital cultural y cierto conocimiento de la cultura quebradeña, se constituyeron a sí mismos en protectores del patrimonio y en voces autorizadas (junto con los expertos y profesionales) para decidir en qué forma debía modificarse la Quebrada para mantener su carácter patrimonial. La posibilidad de acción de los empresarios en este sentido también decidió cuáles fueron efectivamente las modificaciones que se efectuaron, por ejemplo, en los aspectos referidos al proceso de estetización de la Quebrada. Además, esta capacidad de actuar en relación al patrimonio también redundaría en beneficios para sus emprendimientos, ya que al reforzar la versión patrimonial de la Quebrada también se reforzaba su atraktividad turística.

La percepción de este proceso como caótico o desordenado que existe entre los actores vinculados al turismo y al patrimonio muchas veces desemboca en la crítica al rumbo que tomó la gestión del área dirigida por el poder político provincial. Como se mencionara, los cuestionamientos más importantes respecto al proceso de patrimonialización de la Quebrada se han orientado a la gestión y la puesta en valor turístico del patrimonio llevada adelante por el poder político y los empresarios turísticos. La falta de información, las demandas no escuchadas, la ausencia de normativas o el incumplimiento de las mismas, la falta de implementación de las condiciones necesarias para el acceso a los beneficios generados por el turismo para los sectores más relegados, la ausencia de previsión acerca de las consecuencias de la redefinición de este lugar turístico, son algunos de los aspectos cuestionados de la política turística y patrimonial llevada adelante por el gobierno provincial. Sin embargo, de estos procesos también son reconocidos como responsables los empresarios turísticos retratados por la población quebradeña como ávidos buscadores de ganancias a expensas de una cultura con la cual no tienen relación.

Los procesos de valorización turística del patrimonio también fueron legitimados a partir de su intención de lograr el **desarrollo local**, apelando a la capacidad atribuida al turismo como estrategia para superar la situación de crisis económica y laboral para amplios sectores de la sociedad quebradeña. Además, el patrimonio fue presentado como el elemento óptimo para ser valorizado por esta práctica. En efecto, el patrimonio, o la

cultura quebradeña (en términos generales aquello que “abunda” en la zona) en numerosos documentos y manifestaciones públicas de representantes del poder político se expuso como el recurso a explotar. El turismo patrimonial fue la única opción y no se presentaron otras actividades productivas como alternativas para alcanzar el desarrollo de este lugar. Asimismo, las bondades del turismo se presentaron como algo indiscutible, en el sentido de que no cabían dudas acerca de su eficacia. Esto confirma la hipótesis de la investigación que afirmaba que la función de motor del desarrollo atribuida al turismo sirvió de argumento legitimador para impulsar la revalorización turística de la Quebrada.

La implementación de este proyecto político para la Quebrada se llevó adelante, procurando el compromiso de la población del lugar a través de la participación. La participación y los esfuerzos por recoger las demandas de los sectores involucrados con el turismo y el patrimonio efectivamente se llevaron adelante. Sin embargo, muchas veces las demandas planteadas en las instancias de participación no aparecían o se diluían en las etapas posteriores de diseño y toma de decisión respecto de esta política.

Éste fue un proceso en el que, por un lado, se convoca a la población quebradeña a participar en las formas de gestión y obtención de recursos a partir de la valorización turística de ciertos rasgos culturales del área para su aprovechamiento económico, pero, por otro, no se crean las condiciones para que esto sea posible. En este doble movimiento de **convocar y excluir** jugaron un papel central las condiciones previas de los distintos actores que se vincularon con el turismo, en relación a su capacidad de acceso a determinados recursos. Los actores participantes de estas instancias, con diferentes papeles en la escena local y diferentes cuotas de poder, tendrían también una participación diferencial en los beneficios generados por el turismo. Esto implicó la inclusión de determinados actores y la exclusión de otros. Entre quienes se vincularon con el turismo se encuentran aquellos empresarios de fuera de la Quebrada que, ya residiendo en ella o llegando en los últimos años para desarrollar emprendimientos turísticos, se abocaron a brindar este tipo de servicios (especialmente a partir de la crisis económica de 2001 y la patrimonialización de la Quebrada). Otros actores participan del turismo a través de la prestación de servicios. Se trata de quebradeños ya vinculados con este tipo de actividades o que contaban con una posición más acomodada en términos económicos que les permitió acceder a créditos para emprendimientos (cuyas condiciones dejan a grandes sectores de la sociedad quebradeña fuera de la posibilidad de obtenerlos). Por su parte, la mayoría de la población de la Quebrada que se vinculó a actividades turísticas a partir de su participación en el mercado laboral lo hizo en condiciones de precariedad. Estas formas diferenciales de vinculación con el turismo se relacionan estrechamente con las **desigualdades sociales preexistentes al boom turístico y patrimonial** de la Quebrada. La diferenciación en relación a la detentación de distintos tipos de capital económico, social, cultural permitió el acceso desigual a las posibilidades que brindó el turismo y a la participación en la toma de decisiones convocadas por el poder político. No todos los actores tuvieron la misma capacidad de

acción y aquellos con más conocimiento y experiencia en la organización de un emprendimiento turístico, aquellos que conocían con antelación las intenciones de transformar a la Quebrada en este lugar turístico y patrimonial o aquellos que reunían las condiciones para la obtención de un crédito, tuvieron más ventajas en el acceso al desarrollo de un emprendimiento turístico. Así, el convocar sólo se dio parcialmente dado que las condiciones para la inserción de la mayoría de la población de la Quebrada en el negocio turístico se encuentran vedadas. A partir de lo anterior es posible concluir que esas desigualdades preexistentes condicionaron las formas que adquirieron la apropiación de beneficios y la inserción en el turismo para diferentes grupos. A su vez, **estas desigualdades se reproducen** en este proceso de consolidación del turismo, en la medida en que aquellos actores mejor posicionados antes del proceso contaron con los recursos para acceder a los beneficios generados y continúan estando mejor posicionados en esta etapa de expansión del turismo.

El accionar del poder político en relación a la gestión turística y patrimonial de la Quebrada ha presentado ciertas contradicciones. Por un lado, desde el gobierno provincial se esgrimió un discurso marcado por cierta prudencia acerca de la necesidad de proteger el patrimonio quebradeño; por otro lado, se asistió a la ausencia de planificación. Esto también sucedió en relación con los discursos sobre el desarrollo: se buscaron, promovieron y publicitaron los medios por los cuales se garantiza la participación de la población de la Quebrada, pero este accionar no apuntó a lograr las condiciones necesarias para la inclusión de la población quebradeña. Estas contradicciones, lejos de ser prueba de una desorganización no buscada, pueden ser interpretadas formando parte de cierta estrategia que le permite al poder político salir airoso del proceso de valorización turística de la Quebrada al que dio inicio. A la vez que otorga la posibilidad de participación a la población presentada como beneficiaria de la valorización turística del lugar, deja actuar libremente al poder económico sin pautar su accionar y sin implementar acciones en pos de lograr beneficios para quienes son señalados como los beneficiarios de este proceso.

Sin embargo, este tipo de accionar también creó las condiciones para la participación de diferentes sectores de la población de la Quebrada y esto constituyó una posibilidad para la manifestación de voces en disidencia acerca de las características que tomó este proceso. También se logró progresivamente un acceso a cierta información para los sectores menos informados que les permitiría recurrir a nuevas herramientas en su cuestionamiento al accionar del poder político y económico y que se manifestó en algunas disputas. Parte de este cuestionamiento también provino de los grupos aborígenes con una tradición de reclamo por el acceso colectivo a la tierra en el ámbito provincial, favorecido por el reconocimiento nacional e internacional de éste y otros derechos para estos grupos.

Atendiendo a lo desarrollado con respecto a la Quebrada, el concepto de lugar también ha aportado elementos para pensar de manera diferente el desarrollo en su dimensión escalar. Si éste se piensa estrictamente como desarrollo local y la atención está puesta en rescatar los lazos comunitarios que alguna vez parecen haber existido y que priorizaban objetivos en pos del bien común en detrimento de intereses particulares o sectoriales asociados con la idea de “lo local”, entonces hay procesos más amplios (aquellos rescatados a partir de la vinculación del lugar con el afuera) de los cuales estas formas de entender lo local no pueden dar cuenta. Suponer que lo local equivale a lazos comunitarios armónicos opaca la comprensión de las sociedades en su complejidad a la vez que cercena la trama social que probablemente esté compuesta por actores que las miradas más tradicionales no adscribirían al nivel de lo local.

A partir del análisis realizado para el caso de la Quebrada de Humahuaca podría pensarse que las sociedades sobre las que se pretende actuar no son homogéneas, que los diferentes grupos que las conforman no tienen intereses comunes y que la trama social vinculada al lugar incluye actores que no son los tradicionales “actores locales” que tomarán las riendas de los procesos, según rezan las propuestas de desarrollo a partir del turismo.

Además, esta forma de concebir a las sociedades locales como comunidades en las que subsisten ciertas costumbres y valores se apoya en una mirada *turística* sobre las mismas. La armonía quebradeña atribuida al lugar desde los materiales de promoción turística no encuentra su correlato en indagaciones de tipo académico, como la realizada en este trabajo. Sin embargo, el turismo construye y promociona ideas de los lugares (especialmente de sociedades tradicionales, rurales, aborígenes) signadas por la armonía que permean el sentido común, y que a partir de éste muchas veces se cuelan en el discurso académico como presupuestos.

Es igualmente relevante señalar que la manera de pensar el lugar que tiene en cuenta la trama social sirve para cuestionar la agencia atribuida al territorio. En efecto, lo analizado para el caso de la Quebrada hace evidente lo inadecuado de ciertos planteos que hablan de los territorios como los grandes protagonistas de un cambio para lograr el desarrollo. Atribuirle cierta agencia al territorio no hace más que velar la dimensión social de los procesos, impidiendo asirlos en su complejidad.

Asimismo, el análisis de los procesos que se desarrollan en la Quebrada a partir de las conceptualizaciones empleadas en la tesis cuestionan aquellas propuestas abocadas a pensar el desarrollo de los lugares a partir de la puesta en valor de su patrimonio, o sea, las formas de intervenir en lo social cuando se conciben e implementan planes de desarrollo turístico. Al analizar la política turística y patrimonial de la Quebrada se ha dado cuenta de los supuestos que la sostienen (que en gran medida son comunes a varias propuestas de desarrollo a partir del turismo y a otro tipo de políticas orientadas al

desarrollo). Se afirmó que, en general, la política turística así como su análisis y las propuestas que se realizan desde el mundo profesional (y también académico) se mueven a partir de un conjunto de premisas ampliamente compartidas. Algunas de ellas hacen referencia específicamente al turismo y su capacidad certera de generar ingresos, empleo y recursos en general. Otras tienen sustento en el desarrollo local y sustentable, formas ampliamente difundidas y hegemónicas de pensar el desarrollo, legitimadas por presentarse como superadoras de los problemas que presentaban los modelos de desarrollo que las antecedieron. Estas ideas sobre el desarrollo se apoyan en bases interpretativas débiles que no contemplan la trama de actores de las sociedades en las cuales se busca la intervención. Lo analizado para el caso de la Quebrada fortalece aquellas ideas acerca de la relevancia de considerar esta trama, en tanto condicionará la forma en que se desarrollen estos procesos.

Las conceptualizaciones de lugar, turismo y valorización turística del patrimonio desarrolladas en la tesis también brindan elementos para cuestionar la producción académica de corte fuertemente propositivo y técnico que caracteriza a la literatura sobre turismo y patrimonio. Particularmente son de relevancia para repensar aquellas propuestas en las que se asume que la puesta en valor turístico del patrimonio requiere una tarea profesional de descubrir (asépticamente) valores y potencialidades ya presentes en lugares y objetos. En este sentido, lo analizado en esta tesis es de utilidad para incluir, como un ejercicio de reflexión sobre la propia práctica profesional, el accionar de los expertos en turismo en la trama de actores vinculados con los procesos de selección de atractivos y patrimonio.

V. Por último, se ha destacado que la declaración patrimonial y la devaluación de la moneda nacional son los grandes acontecimientos que frecuentemente son señalados para explicar la forma que tomó el proceso de valorización turística de la Quebrada. De hecho, constituyen los eventos mencionados por los distintos actores para explicar el devenir desorganizado del proceso de valorización turística en los últimos años. Sin embargo, estos acontecimientos se combinan con otras condiciones contextuales que marcaron el rumbo que tomó este proceso para el caso de la Quebrada.

La evolución del turismo en la Quebrada de Humahuaca se comprende a partir de procesos más amplios, o **condiciones generales**, que afectan a diferentes sociedades y lugares. Por un lado, como se ha señalado, se asiste a un proceso de valorización de la cultura en términos generales que colocó a distintos elementos y manifestaciones culturales entre los atributos de los lugares dignos de ser visitados por los turistas. La creación de la Quebrada como un lugar turístico y patrimonial se comprende cuando se lo considera en el contexto de consolidación del turismo como una práctica de consumo (de cultura y de lugares) y la forma en que la producción turística se adapta a ella y moldea esta demanda. Como se señalara más arriba y como fuera desarrollado en la tesis, la



Quebrada fue transformada adaptándola a la idea del lugar turístico y patrimonial consumible por la demanda turística actual. Para ello se recurrió a producir y reproducir la especificidad de la Quebrada como lugar turístico mediante las selecciones comentadas que recogieron muchos de los rasgos del lugar ya consagrados como atractivos turísticos emblemáticos, a los que se le agregarán otros, creando novedades. Esta creación de una especificidad para la Quebrada es producida atendiendo a la competencia de los lugares por insertarse en el mercado según las actuales demandas. En efecto, la Quebrada se inserta en el conjunto de opciones del mercado mundial compitiendo con otros destinos (del noroeste argentino, del mundo andino) por atraer capitales y turistas. Lo señalado hasta aquí afianza las formas de comprender al turismo como una práctica sociocultural asociada al surgimiento y consolidación de la modernidad, del capitalismo y de la sociedad de consumo, o sea una práctica histórica.

Estas condiciones generales se acompañan de ciertas **condiciones particulares** previas al crecimiento turístico y la patrimonialización de la Quebrada, que marcaron los límites y las posibilidades respecto a cómo se desarrollaron estos procesos de valorización turística del lugar. La situación de tenencia de la tierra en forma precaria en la provincia y la desinformación que reina respecto de las posibilidades de acceso a la propiedad luego de un período de ocupación efectiva de los terrenos, las condiciones desfavorables de acceso a un ingreso para algunos habitantes de la Quebrada y las condiciones de acceso al crédito imperantes en el ámbito provincial favorecieron los procesos de adquisición de tierras por nuevos propietarios a partir de la venta de los terrenos, la recuperación de algunos terrenos por los antiguos propietarios y la adquisición de tierras en condiciones irregulares. La desinformación respecto del proceso de patrimonialización (qué implicancias tendría la designación de la UNESCO, qué condiciones exige el organismo, cuál es la participación de la UNESCO en la gestión del área patrimonial, cuál sería el rol de las autoridades provinciales en la gestión del área) también marcó la forma que tomó el proceso de valorización turística del patrimonio. La información sobre el mismo, al menos en un primer momento, quedó exclusivamente en manos de los actores que impulsaron la patrimonialización quienes se encargaron de informar y concientizar acerca de la importancia de la patrimonialización y la utilización de esta nueva condición con fines turísticos. Este rol lo detentó el gobierno provincial, quien direccionó el proceso de valorización turística del patrimonio, casi de manera exclusiva. A esto se suman las desigualdades sociales preexistentes al boom del turismo, señaladas más arriba.

Así, el proceso de valorización turística de la Quebrada no se explica sólo por acontecimientos puntuales, sino también por ciertas condiciones generales y particulares. En este sentido es que cobra relevancia la conceptualización de lugar empleada en la tesis. Este concepto permitió comprender cómo un ámbito geográfico específico establece vínculos con procesos más amplios que afectan o inducen transformaciones en otros lugares también. Esto no implica pensar que lo que acontece en la Quebrada es una concreción de procesos globales y más amplios que se replican geográficamente. La

comprensión de los procesos analizados para el caso de la Quebrada se entiende en el contexto de procesos actuales que tienden a la homogeneización de los lugares, a la vez que también valorizan las particularidades de los mismos. Así, el proceso de valorización turística del patrimonio quebradeño se comprende en la intersección de aquellos procesos más amplios con la creación y recreación de ciertas particularidades del lugar para atender al interés por las especificidades de diferentes ámbitos geográficos. A su vez, las formas específicas en que se ofrezcan estas especificidades para el consumo turístico estarán condicionadas por las características que adquiere la trama social en la Quebrada.

Y en este lugar *abierto* esta trama social excede los límites de lo que tradicionalmente se define como Quebrada. Así, en esta tesis se puso de manifiesto, por ejemplo, la importancia, en el proceso de valorización turística y patrimonial, del accionar del gobierno provincial, del gobierno nacional, de la UNESCO, de los empresarios originarios del resto del país, de los turistas que la visitan, todos ellos actores de “fuera” de la Quebrada. En este sentido, toma relevancia concebir al lugar como una red de relaciones y acuerdos sociales que se extienden más allá de todas aquellas delimitaciones espaciales que pueden ser pensadas para marcar los límites de la Quebrada. Esta forma de entender al lugar también permite tener en cuenta que los actores involucrados en ciertos procesos exceden a “los actores locales” y al ámbito de “lo local”, tal como tradicionalmente se los concibe. En efecto, lo que acontece en la Quebrada se comprende por los intereses y acciones de la población local, los empresarios turísticos, los gobiernos municipales, las distintas organizaciones quebradeñas *en articulación con* el gobierno provincial, el gobierno nacional y la UNESCO, en tanto para cada uno de ellos (aún actuando a diferentes niveles) la Quebrada constituye su ámbito de acción. Esta concepción del lugar vinculado con el afuera se complementa con lo señalado acerca de pensar al lugar como conflicto, a partir de la existencia de diferentes intereses y capacidades de acción de los actores.

Estos elementos en la conceptualización del lugar permiten comprender lo que acontece en ámbitos geográficos organizados para la visita y estadía turística, sin perder de vista las relaciones que este lugar establece con otros, con las demandas e intereses actuales que moldean a ese lugar y con la configuración amplia que puede tomar la trama de actores con injerencia en él. Estas formas de comprender el lugar turístico otorgan elementos para enriquecer aquellas miradas sobre la dimensión territorial del turismo que conciben al destino meramente como el escenario que se acondiciona y se recorre en una visita turística. En efecto, esta concepción permite un análisis más complejo de la **dimensión territorial de la práctica turística, en tanto dimensión constitutiva de esa práctica**. Así, como se ilustra mediante el caso analizado, los lugares se transforman a partir de los procesos de valorización turística (definidos éstos histórica, económica y socioculturalmente) pero también condicionan la forma en que se dan esos procesos,

brindando ciertos puntos de partida desde los cuales se darán esas transformaciones y ciertas condiciones de posibilidad que inciden en las especificidades de sus procesos.

### *Propuestas para futuras indagaciones acerca del turismo en la Quebrada de Humahuaca*

La elaboración de la tesis implicó un trabajo de recopilación y sistematización de información acerca de la historia y la actualidad del turismo en la Quebrada y la provincia de Jujuy que constituye un antecedente que puede servir de base para posteriores indagaciones sobre la práctica turística en el lugar. Asimismo, el trabajo aquí realizado también puede brindar una base sobre la cual contrastar o complementar otras interpretaciones que se realicen acerca de la presencia del turismo en la Quebrada de Humahuaca.

Aquí se señalan sintéticamente algunos de los aspectos sobre los cuales podrían realizarse posteriores investigaciones para continuar indagando en el proceso de valorización turística del lugar. Por un lado, sería de especial interés profundizar en algunos aspectos de la política turística, fundamentalmente en las características que adquiere la continuidad de los proyectos de desarrollo del turismo y los proyectos sobre gestión patrimonial de la Quebrada en tanto Patrimonio de la Humanidad. Continuar indagando en estos aspectos completaría el análisis aquí realizado acerca de estos proyectos que, al momento de concluir el trabajo de generación de evidencia empírica, estaban en etapas iniciales. Por otro lado, sería interesante dar continuidad a la indagación acerca de la dinámica de la oferta turística (fundamentalmente la evolución del aumento, la localización y los tipos de servicios de alojamiento) para conocer los procesos de afianzamiento o cambio de las tendencias en esta oferta. Esto podría complementarse con un análisis de las condiciones que esta oferta está creando en relación al mercado laboral turístico en la zona. En efecto, las formas de inserción al mundo del turismo de la población local constituyen otro aspecto de interés, tanto en lo referido al mercado laboral, como también en relación a la prestación de servicios turísticos en el contexto de transformaciones operadas a partir de la consolidación del turismo en el lugar.

Además, el abordar en detalle el proceso de valorización turística de un lugar en particular, como se realizó aquí, también brinda elementos para indagar sobre la relación que establece este lugar con otros, a los cuales se encuentra vinculado por la práctica turística. En este sentido, tomando como base lo trabajado en esta tesis, surgen algunas inquietudes por comprender los procesos a partir de los cuales la Quebrada de Humahuaca se inserta en diferentes circuitos turísticos y patrimoniales que relacionan este lugar con otros valorizados turística y patrimonialmente. Así, sería de interés conocer quiénes, cómo y por qué intervienen en la conformación de circuitos que conectan varios

lugares, sus discursos y prácticas y las consecuencias que la creación o modificación de estos circuitos generan. Por otro lado, esto se podría complementar analizando cómo el crecimiento del turismo en la Quebrada y su patrimonialización influyeron en los circuitos de los cuales la Quebrada forma parte (en relación con la redistribución de pernóctes, la complementación o competencia en términos de atractivos y oferta turística, etc.). Teniendo en cuenta lo anterior, esos ejes de indagación podrían pensarse específicamente en relación con la manera en que la Quebrada de Humahuaca se vincula con ciertos circuitos provinciales (especialmente en lo concerniente a los proyectos en gestación que intentan vincular a la Quebrada con la Reserva de Biosfera de las Yungas); con el tradicional circuito regional del noroeste argentino; y con los circuitos internacionales que unen a la Quebrada de Humahuaca con el mundo andino promovidos por el proyecto de postular el Camino del Inca para su designación como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

## Referencias bibliográficas

Aa, Bart J.M. van der (2005) Preserving the heritage of humanity? Obtaining world heritage status and the impacts of listing, Groningen University (<http://irs.ub.rug.nl/ppn/27585387X>).

Agnew, John (1987) Place and politics. The geographical mediation of state and society, Boston, Unwyn Hyman.

Agnew, John (1989) "The devaluation of place in social sciences", en Agnew, J. y Duncan, J. *The power of place. Bringing together geographical and sociological imaginations*, Boston, Unwyn Hyman.

Aitchison, Cara, Nicola E. Macleod y Stephen J. Shaw (2002) *Leisure and tourism landscapes. Social and cultural geographies*, Londres, Routledge.

Albet i Mas, Abel (2001) "¿Regiones singulares y regiones sin lugares? Reconsiderando el estudio de lo regional y lo local en el contexto de la geografía postmoderna", en *Boletín de la A. G. E.*, N° 32.

Almeida Santos, Carla (2004) "Framing Portugal. Representational Dynamics", en *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, N°1, Nueva York, Pergamon.

Almirón, Analía, Bertonecello, Rodolfo y Claudia Troncoso (2006) "Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina", en *Estudios y perspectivas en turismo*, vol. 15, N°2, CIET, Buenos Aires.

Araújo Poletto, Sara (2003) "Esboço de um personagem fugaz. O turista sob o olhar dos moradores da Cidade de Goiás – Patrimônio da Humanidade", presentado en *II Congreso Internacional de Turismo Cultural*, organizado por Noticias de Antropología y Arqueología (NAYA), octubre, [www.naya.or.ar](http://www.naya.or.ar).

Arellano, Alexandra (2004) "Mobility systems and performance at Machu Picchu", trabajo presentado en *Alternative Mobilities Futures conference*, 9-11 de enero, Lancaster University, Reino Unido.

Ariza da Cruz, Rita de Cássia (2001) *Política de turismo e território*, San Pablo, Contexto.

Ariza da Cruz, Rita de Cássia (2003) *Introdução à Geografia do turismo*, San Pablo, Roca.

Arocena, José (1995) *El desarrollo local: un desafío contemporáneo*, Centro Latinoamericano de Economía Humana- CLAEH- Universidad Católica del Uruguay, Nueva Sociedad.

Arzeno, Mariana y Hortensia Castro (1998) "Agricultura y modernización en la Quebrada de Humahuaca", Trabajo presentado a las Jornadas de Estudios Agrarios "Horacio Giberti" Instituto de Geografía-Grupo de Estudios Agrarios, Facultad de Filosofía y Letras, UBA.

Ateljevic, Irena y Stephen Doorne (2002) "Representing New Zealand. Tourism, Imagery and Ideology", en *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, N°3, Nueva York, Pergamon.

Baldwin, Jeff (2005) "The contested beach. Resistance and resort development in Antigua, west Indies", en Cartier, Carolyn y Alan Lew *Seduction of place. Geographical perspectives on globalization and tourist landscapes*, Nueva York, Routledge.

Ballart Hernández, Josep y Jordi Juan i Tresserras (2001) *Gestión del Patrimonio Cultural*, Barcelona, Ariel.

Barrado, Diego y Jordi Calabuig (ed) *Geografía mundial de turismo*, Madrid, Síntesis.

Barreto, Margarita (2003) "La delicada tarea de planificar turismo cultural: un estudio de caso con la 'germanidad' de la ciudad de Blumenau-SC (Brasil)", en *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 1, N°1, [www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org)

Barros, Claudia (2000) "Reflexiones sobre la relación entre lugar y comunidad", en *Documents D'Anàlisi Geogràfica*, N° 37, Universitat Autònoma de Barcelona- Universitat Autònoma de Girona.

Belli, Elena y Ricardo Slavutsky (2005) "Discursos patrimonialistas. Consecuencias prácticas", en Belli y Slavutsky (2005) en Belli, Elena y Ricardo Slavutsky (ed.) *Patrimonio en el noroeste argentino. Otras historias*, IIT, Facultad de Filosofía y Letras, UBA, San Salvador de Jujuy.

Belli, Elena, Slavutsky, Ricardo y Cristina Argañaraz (2005) "Quebrada de Humahuaca; patrimonio de la humanidad. Capitales, territorios y pueblos", en Belli, Elena y Ricardo Slavutsky (ed.) *Patrimonio en el noroeste argentino. Otras historias*, IIT, Facultad de Filosofía y Letras, UBA, San Salvador de Jujuy.

Belli, Elena, Slavutsky, Ricardo y Cristina Argañaraz (2005b) "Patrimonio y memoria: el problema de la tierra en Tilcara", en Belli, Elena y Ricardo Slavutsky (ed.) *Patrimonio en el noroeste argentino. Otras historias*, IIT, Facultad de Filosofía y Letras, UBA, San Salvador de Jujuy.

Bertoncello, Rodolfo (1993) "Configuración socio-espacial de los balnearios del Partido de la Costa (provincia de Buenos Aires)", en *Territorio* N°5, Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, UBA.

Bertoncello, Rodolfo (1998) "Turismo 'alternativo' en Argentina: una nueva forma de consumo del patrimonio natural?", en *GeoUruguay*, N°2.

Bertoncello, Rodolfo (2000) "Turismo en los Andes Patagónicos. Valorización turística de áreas de preservación ambiental", en *Actas Latinoamericanas de Varsovia*, Tomo 23, Varsovia, Universidad de Varsovia.

Bertoncello, Rodolfo (2002) "Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas", *Aportes y Transferencias*, Vol. 6, N° 2, CIT-UNMDP, Mar del Plata.

Bertoncello, Rodolfo (2004) "Documento de base y síntesis del Panel del 'Sector Turismo'", en Argentina, Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación, SECYT, *Bases para un plan estratégico de mediano plazo en ciencia, tecnología e innovación. Anexo 4 Paneles estratégicos II*, Buenos Aires.

Bertoncello, Rodolfo, Castro, Hortensia y Perla Zusman (2003) "Turismo y patrimonio en Argentina. Hacia una conceptualización desde las Geografías Culturales", presentado en *Unión Geográfica Internacional. Encontro As dimensões históricas da relação entre espaço e cultura*. Río de Janeiro, 10-12 de junio.

Bertoncello, Rodolfo, Castro, Hortensia y Perla Zusman (2003b) "Turismo y patrimonio: una relación puesta en cuestión", en Bertoncello, R y A. Fani (org.) *Argentina, Brasil. Territorios en transformación*, Univesidad de San Pablo.

Bertoncello, Rodolfo y Claudia Troncoso (2003) "El lugar y las redes. Turismo en Quebrada de Humahuaca (Argentina)", en *Huellas* N°8, Instituto de Geografía, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad de La Pampa, Santa Rosa.

Bhattacharyya, Deborah (1997) "Mediating India. An Analysis of a Guidebook", en *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, N°2, Nueva York, Pergamon.

Bianchi, Raoul (2003) "Place and power in tourism development: tracing the complex articulations of community and locality", en *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol.1, N°1, [www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org).

Borg, Jan van der, Costa, Paolo y Giuseppe Gotti (1996) "Tourism in European heritage cities", en *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, N° 2, Pergamon.

Bosque Morel, Joaquin (1996) "Conferência: O patrimônio da humanidade", en Yázigi, Eduardo, Alesasandri Carlos, Ana Fani y Rita de Cássia Ariza da Cruz (org) *Turismo: espaço, paisagem e cultura*, San Pablo, Editora Hucitec.

Boullón, Roberto (1985) *Planificación del espacio turístico*, México, Trillas.

Bourdieu, Pierre (1998 [1979]) *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus.

Bourdieu, Pierre (1993 [1987]) "The forms of capital", en Richardson, John (ed.) *Handbook of theory and research for the sociology of education*, Connecticut, Greenwood Press, Inc.

Bourdieu, Pierre (1993 [1987]) "Espacio social y poder simbólico", en Bourdieu, Pierre *Cosas dichas*, Barcelona, Gedisa.

Brackebush, L. (1883) "Viaje á la provincia de Jujuy", en *Boletín del Instituto Geográfico Argentino* Tomo IV, Buenos Aires.

Britton, Stephen (1992 [1982]) "La economía política del turismo en el Tercer Mundo", en Jurado, Francisco (comp.) *Los mitos del turismo*, Madrid, Endimión.

Britton, Stephen (1991) "Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism", en *Environment and Planning, D Society and Space*, vol. 9, Londres.

Cabrera, M. Claudia (2005) "El tiempo libre y el turismo social como derecho en la Argentina. Una indagación acerca de sus orígenes", trabajo presentado en el *Taller Internacional Desplazamientos, contactos, lugares: la experiencia de la movilidad y la construcción de 'otras' geografías*, Buenos Aires, Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

Callizo Soneiro, Javier (1991) *Aproximación a la geografía del turismo*, Madrid, Síntesis.

Capanegra, C. Alejandro (2005) "Políticas, intelectuales e instituciones del turismo en Argentina, 1955-2001", en *Actas de las VII Jornadas Nacionales y I Simposio Internacional de Investigación- Acción en Turismo*, Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca.

Capanegra, C. Alejandro e Hilda Puccio (2001) "El turismo como objeto de política y planificación pública en Argentina, 1955-1983, en *Actas del III Congreso Latinoamericano de investigación en Turismo*, Valdivia.

Carman, María (2006) *Las trampas de la cultura. Los "intrusos" y los nuevos usos del barrio de Gardel*, Buenos Aires, Paidós.

Cartier, Carolyn y Alan Lew (2005) *Seduction of place. Geographical perspectives on globalization and touristed landscapes*, Nueva York, Routledge.

Castro, Hortensia y Perla Zusman (2004) "La relación global-local en la construcción de los patrimonios de la Humanidad. El caso de la patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca", ponencia presentada en el *Congreso Internacional Políticas Culturales e Integración Regional*. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, 30 de marzo al 02 de abril de 2004.

Cazes, Georges y Rémy Knafou (1995) "Le tourisme", In: Bailly, A., et al (dir.) *Encyclopédie de Géographie*, Paris, Economica.

Chang, T., Milne, Simon, Fallon, Dale y Corinne Pohlmann (1996) "Urban heritage tourism. The Global-Local Nexus", en *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, N°2, Pergamon.

Cheung, Sidney (1999) "The meanings of a heritage trail in Hong Kong", en *Annals of Tourism Research*, Vol. 26, N°3, Menomnie, Pergamon.

Chhabra, Deepak, Healy, Robert y Erin Sills (2003) "Staged authenticity and heritage tourism", en *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, N°3, Menomnie, Pergamon.

Chiozza, Elena y Ricardo Figueira (1981) *Atlas Total de la República Argentina*, Buenos Aires, CEAL.

Choay, Françoise (2001) *A alegoria do patrimônio*, Estação Liberdade/ Editora San Pablo, UNESP.



Cicchini, Ana María y Hugo Escobar (2002) "El Patrimonio Cultural, como recurso turístico. El Camino del Quebracho como itinerario cultural turístico", en Actas (CD) de las *V Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*, Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, mayo-junio.

Combetto, Argelia y Alicia da Veiga (1967) "El clima de la Quebrada de Humahuaca", en *Contribuciones a la Geografía de la Quebrada de Humahuaca*, Centro de Estudios Geográficos, Facultad de Filosofía y Letras, UBA, Buenos Aires.

Coca Pérez, A. (2002) "Espacios Naturales Protegidos en Andalucía y Desarrollo Rural. El Patrimonio Como Recurso de Desarrollo", presentado en el *IX Congreso de Antropología*, Barcelona, 4-7 de septiembre, (disponible en [www.antropologiasocial.org](http://www.antropologiasocial.org)).

Conti, Viviana (2006) "De las guerras de la independencia a la organización del estado, 1810-1852", en Teruel, Ana y Marcelo Lagos (dir.) (2006) *Jujuy en la historia. De la colonia al siglo XX*, San Salvador de Jujuy, EdiUnju.

Convención de Patrimonio Mundial (2005) *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*.

Cornero, Silvia del Río, Paula y Paula Curetti (2002) "Revalorización patrimonial como recurso sustentable en la iniciativa turística: la costa santafecina", en Actas (CD) de las *V Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*, Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, mayo-junio.

Crang, Michael (2004) "Cultural geographies of tourism", in Lew, Alan and Hall, C Michael and Williams, Allan, Eds. *A companion to tourism*. Blackwell. Versión disponible en [www.dur.ac.uk](http://www.dur.ac.uk).

Cosgrove, Denis (2002) "Observando la naturaleza: el paisaje y el sentido europeo de la vista", en *Boletín de la A.G.E.*, N°34.

Cruz, Pablo y Verónica Seldes (2005) "Patrimonio, identidad y práctica arqueológica en la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina)", en Belli, Elena y Ricardo Slavutsky (ed.) *Patrimonio en el noroeste argentino. Otras historias*, IIT, Facultad de Filosofía y Letras, UBA, San Salvador de Jujuy.

Daniel Villa, Aurora (2001) "El turismo cultural o la mercantilización de la cultura", presentado en *I Congreso Internacional de Turismo Cultural*, organizado por Noticias de Antropología y Arqueología (NAYA), octubre, [www.naya.or.ar](http://www.naya.or.ar).

de Kadt, Emanuel (1984 [1979]) *Tourism. Passport to development?*, World Bank-UNESCO, Washington, Oxford University Press.

de Luque, Susana (2001) "Pierre Bourdieu: las prácticas sociales", en Díaz, Esther (ed.) *La ciencia y el imaginario social*, Buenos Aires, Biblos.

Drost, Anne (1996) "Developing Sustainable Tourism for World Heritage Sites", en *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, N°2, Menomonie, Pergamon.

- Duncan, James (1995) "Landscape geography, 1993-1994", en *Progress in Human Geography*, vol. 19, N°3, Edward Arnold.
- Duncan, James y Nancy Duncan (2001) "The aestheticization of the politics of landscape preservation", en *Annals of the Association of American Geographers*, vol. 91, N°2, Blackwell Publishers.
- Edwards, J. Arwel y Joan Carles Lluques i Coit (1996) "Mines and Quarries. Industrial Heritage Tourism", en *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, N°2, Menomonee, Pergamon.
- Entrikin, Nicholas (1989) "Place, region and modernity", en Agnew, J. y Duncan, J. *The power of place. Bringing together geographical and sociological imaginations*, Boston, Unwyn Hyman.
- Entrikin (1997 [1991]) *The betweenness of place: towards a geography of modernity*, Londres, Macmillan (1991), reproducido en Barnes, Trevor y Derek Gregory (ed.) (1997) *Reading human geography. The poetics and politics of inquiry*, Londres- Nueva York, Arnold.
- Entrikin, Nicholas y Vincent Berdoulay (2005) "The Pyrenees as place: Lefebvre as guide", en *Progress in Human Geography* vol. 29, N°2, Sage Publications.
- Featherstone, Mike (2000 [1991]) *Cultura de consumo y posmodernismo*, Buenos Aires, Amorrortu.
- Fernández, Guillermina y Aldo Guzmán Ramos (2002) "Turismo, patrimonio histórico-cultural y desarrollo sustentable", en Actas (CD) de las *V Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*, Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, mayo-junio.
- Finot, Iván (2003) "Descentralización en América Latina: cómo hacer viable el desarrollo local", en *CEPAL, Serie gestión pública*, N°38, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES), Dirección de Gestión del Desarrollo Local y Regional, Santiago de Chile.
- Flores Klarik, Mónica (2001) *La construcción de Salta "la linda". Apuntes para una antropología del turismo*, Universidad Nacional de Salta, Facultad de Humanidades. Tesis de Licenciatura (mimeo).
- Galasso, Emanuela y Martin Ravallion (2003) *Social Protection in a Crisis: Argentina's Plan Jefes y Jefas*, Development Research Group, World Bank, Washington DC.
- García Canclini, Néstor (1999) "Los usos sociales del patrimonio cultural", en Aguilar Criado, Encarnación *Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía, (disponible en [www.antropologiasocial.org](http://www.antropologiasocial.org))
- Gold, John y Stephen Ward (1994) *Place promotion. The use of publicity and marketing to sell towns and regions*, Chichester, John Wiley & Sons Ltd.
- Gómez Mendoza, J, Muñoz Jiménez, J. y Ortega Cantero, N. (1982) *El pensamiento geográfico*, Madrid, Alianza Universidad.

Gómez, Elizabeth y Federico Kindgard (2006) "Trabajo, desocupación y movimiento obrero", en Teruel, Ana y Marcelo Lagos (dir.) (2006) *Jujuy en la historia. De la colonia al siglo XX*, San Salvador de Jujuy, EdiUnju.

Graham, Brian, Ashworth, G y J. Tunbridge (2000) *A Geography of Heritage. Power, Culture and Economy*, Londres, Arnold Publishers.

Guerra Chirinos, Diana (2003) "Los actores del Turismo Cultural: Una introducción a los avances y perspectivas en su estudio y aplicación", presentado en *II Congreso Internacional de Turismo Cultural*, organizado por Noticias de Antropología y Arqueología (NAYA), octubre, [www.naya.or.ar](http://www.naya.or.ar).

Guiddens, Anthony (1985) "Time, space and regionalisation", en Gregory, Derek y John Urry (eds) *Social relations and spatial structures*, Londres, Macmillan.

Gutiérrez, Alicia (1994) *Pierre Bourdieu: las prácticas sociales*, Buenos Aires, CEAL.

Haesbaert, Rogério (2002) *Terrotórios alternativos*, San Pablo, Contexto.

Harrison, David (2004) "Introduction. Contested narratives in the domain of World Heritage", en *Current Issues in Tourism*, vol. 7, N°4-5.

Harvey, David (1998 [1989]) *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*, Buenos Aires, Amorrortu.

Harvey, David (2002), "The art of rent: globalization, monopoly and the commodification of culture", *Socialist Register 2002: A World of Contradictions*, Nueva York.

Hernández Llosas, M. Isabel (2002) "Patrimonio cultural y desarrollo sostenible en la Quebrada de HUmahuaca. Potencial y perspectivas", en *Cuadernos FHyCS*, N°18, San Salvador de Jujuy.

Hiernaux Nicolás, Daniel (1994) "En busca del Edén: turismo y territorio en las sociedades modernas", en *Ciudades* N°23, RNIU, México.

Hiernaux Nicolás (2002) "¿Cómo definir el turismo? Un repaso disciplinario", en *Aportes y transferencias*, Año 6, Vol. 2, CIT-UNMDP, Mar del Plata.

Holmberg, Alejandro (1904) "Investigación agrícola en la provincia de Jujuy", en *Anales del Ministerio de Agricultura*, Tomo II, N° 6, Buenos Aires.

Huber, Norberto y Marcelo Giacobone (2001) "Circuito Turístico Histórico Hospital Santa María y Dique Las Higuieritas", en Actas (CD) del 3er. *Congreso Latinoamericano de Investigación Turística. Conocimiento: puente hacia la integración y la excelencia turística*, Universidad Austral de Chile, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Instituto de Turismo, Valdivia, Chile, octubre-noviembre.

Huit, Groupe (1984 [1979]) "The sociocultural effects of tourism in Tunisia: a case study of Sousse", en de Kadt, Emanuel *Tourism: passport to development?*, World Bank-UNESCO, Washington, Oxford University Press.

- Hunter, Colin (1997) Sustainable tourism as an adaptive paradigm”, en *Annals of Tourism Research*, vol, 21, N°1, Pergamon.
- Isla, Alejandro (1992) “Jujuy en el siglo. Estrategia de investigación”, en Isla, A. (comp.) *Sociedad y articulación en las tierras altas jujeñas*, ECIRA; MLAL; ASAL, Buenos Aires.
- Janoschka, Michael (1999) *El turismo, ¿alternativa para el proceso migratorio en la Quebrada de Humahuaca?*, mimeo.
- Janoschka, Michael y Carlos Reboratti (2003) “la movilidad de la población”, en Reboratti, Carlos (coord.) (2003) *La Quebrada. Geografía, historia y ecología de la Quebrada de Humahuaca*, Buenos Aires, La Colmena.
- Jacobsen, Jens (1997) “The making of an attraction. The Case of North Cape”, en *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, N°2, Elsevier.
- Karasik, Gabriela (1987) “El control de la mano de obra en un ingenio azucarero. El caso Ledesma (Pcia. de Jujuy)”, en *Serie Estructuras Sociales Regionales. Investigaciones*, ECIRA, Tilcara.
- Karasik, Gabriela (1994) *Pequeños productores campesinos de Tilcara y desarrollo local*, Proyecto SECTER/ D 15.2, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy.
- Karasik, Gabriela (1994b) “Plaza Grande y Plaza Chica: etnicidad y poder en la Quebrada de Humahuaca”, en Karasik, Gabriela (comp.) *Cultura e identidad en le noroeste argentino*, Buenos Aires, CEAL.
- Karasik, Gabriela (s/f) *Transformaciones en la estructura agraria jujeña. Arrinconamiento campesino y proletarización*, ECIRA/CONICET, UNJu.
- Karasik, Gabriela (2006) “Cultural popular e identidad”, en Teruel, Ana y Marcelo Lagos, (dir.) *Jujuy en la historia*, Unidad de Investigación en Historia Regional Fac. Humanidades y Ciencias Sociales, Unju, San Salvador de Jujuy, EdiUnju.
- Kim, Hyounggon y Sarah Richardson (2003) “Motion picture impacts on destination images”, en *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, N°1.
- Knafou, Rémy (1991) “L’invention du lieu touristique: la passation d’un contrat et le surgissement simultané d’un nouveau territoire”, en *Revue de Géographie Alpine*, N°4.
- Lagos, Marcelo (1993) “Estructuración de los ingenios azucareros jujeños en el marco regional (1870-1930)”, en *Jujuy en la Historia. Avances de investigación I*, Unidad de Investigación en Historia Regional, FCSyH, UnJu, San Salvador de Jujuy.
- Lagos, Marcelo y Mirta Gutiérrez (2006) “Dictadura, democracia y políticas neoliberales. 1976-1999”, en Teruel, Ana y Marcelo Lagos (dir.) (2006) *Jujuy en la historia. De la colonia al siglo XX*, San Salvador de Jujuy, EdiUnju.

Lanfant, Marie-Françoise (1980) "Introducción. El turismo en el proceso de internacionalización", en *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, Vol. XXXII, N°1, UNESCO, París.

Lash, Scott y John Urry (1998 [1994]) *Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de la postorganización*, Buenos Aires, Amorrortu.

Lefebvre, Henri (s/f) "O Espaço e o Estado", en *A Respeito do Estado*, tomo V, Labor-USP, mimeo.

Livingstone, David (1992) *The geographical tradition*, Oxford, Blackwell Publishers.

Lolich, Liliana (2002) "Patagonia: el patrimonio ferroviario y de la producción como potencial ruta cultural", en Actas (CD) de las *V Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*, Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, mayo-junio.

López-Guzmán Guzmán, Tomás y Fernando Lara de Vicente (2003) "Impacto económico del turismo cultural en las ciudades Patrimonio de la Humanidad", presentado en *II Congreso Internacional de Turismo Cultural*, organizado por Noticias de Antropología y Arqueología (NAYA), octubre, [www.naya.or.ar](http://www.naya.or.ar).

Lowenthal, David (1999) "Fabricating Heritage", en *History & Memory*, Vol. 10, N°1.

Lowenthal, David (1998 [1985]) *El pasado es un país extraño*, Madrid, AKAL Ediciones.

Lozato-Giotart (1987) *Géographie du tourisme. De l'espace regardé á l'espace consommé*, Paris, Masson.

MacCannell, Dean (1989 [1976]) *The tourist. A new theory of the leisure class*, Nueva York, Schocken Books Inc.

MacCannell, Dean (1992 [1981]) "Reconstructed ethnicity. Tourism and cultural identity in Third World communities", en *Empty meeting grounds. The tourist papers*, Londres y Nueva York, Routledge.

MacCannell, Dean (2001) "Tourist Agency", *Tourist Studies*, vol. 1, n° 1.

Madrazo, Guillermo (1990) "El proceso enfitéutico y las tierras de indios en la Quebrada de Humahuaca (Pcia. de Jujuy, República Argentina). Período Nacional", en *Andes, Antropología e Historia*, N°1, Salta.

Manning, Frank (1984 [1979]) "Tourism and Bermuda's Black Clubs: a case of cultural revitalization", en de Kadt, Emanuel *Tourism: passport to development?*, World Bank-UNESCO, Washington, Oxford University Press.

Manzanal, Mabel, Arqueros, M. Ximena, Azeno, Mariana, García Ariel, Nardi, M. Andrea, Pereira, Sandra, Roldán Ignacio y Federico Villareal (2006) "Territorio e instituciones en el desarrollo rural del norte argentino", en Manzanal, Mabel, Neiman, Guillermo y Mario Lattuada (Comp.) *Desarrollo rural. Organizaciones, instituciones y territorios*, Buenos Aires, Ediciones Ciccus.

Manzanal, Mabel (2007) "Territorio, poder e instituciones. Una perspectiva crítica sobre la producción del territorio", en Manzanal, Mabel, Arzeno, Mariana y Beatriz Nussbaumer (comp.) *Territorios en construcción. Actores, tramas y gobiernos: entre la cooperación y el conflicto*, Buenos Aires, Ediciones Ciccus.

Marchena Gómez, M. (s/f) Un ejercicio prospectivo: de la industria del turismo "fordista" al ocio de producción flexible, Sevilla, mimeo.

Markwick, Marion (2001) "Postcards from Malta. Image, Consumption, Context", en *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, N°2, Nueva York, Pergamon.

Martín de la Rosa, Beatriz (2003) "Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: el patrimonio cultural", en *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol.1, N°2, [www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org).

Mass, Glenn, Macklin, Mark, Sparks, Paul y Eilidh Meldum (2003) "Registro geomorfológico de los torrentes de varro de los últimos 200 años en la cuenca del Arroyo del Medio", en Reboratti, Carlos (coord.) (2003) *La Quebrada. Geografía, historia y ecología de la Quebrada de Humahuaca*, Buenos Aires, La Colmena.

Massey, Doreen (1984) "Introduction", en Massey, Doreen y John Allen *Geography matters! A reader*, Nueva York, Cambridge University Press.

Massey, Doreen (1995) *A place in the world? Places, cultures and globalization*, Oxford, Oxford University Press/ The Open University.

Massey, Doreen (1996 [1991]) "A global sense of place", *Marxism Today*, Junio, reproducido en Daniels, S. y Lee, R. (ed.) (1996) *Exploring Human Geography. A reader*, Londres, Arnold.

Meethan, Kevin (2001) *Tourism in global society. Place, culture, consumption*, Nueva York, Palgrave.

Merrifield, Andrew (1993) "Place and space: a lefebvrian reconciliation", en *Transactions of the Institute of British Geographers*, New Series, vol. 18, N° 4, Blackwell Publishing.

Minca, Claudio (2006) "Re-inventing the 'Square': poscolonial geographies and tourist narratives in Jamaa el Fna, Marrakech", en Minca, Claudio y Tim Oakes *Travels in paradox. Remapping tourism*, Maryland, Oxford, Rowan & Littlefield Publishers, inc.

Minca, Claudio y Tim Oakes (2006) *Travels in paradox. Remapping tourism*, Oxford, Rowan & Littlefield Publishers, inc.

Miranda Noriega, Jesús (2002) "Cultura, patrimonio y desarrollo", presentado en el IX Congreso de Antropología, Barcelona, 4-7 de septiembre, (disponible en [www.antropologiasocial.org](http://www.antropologiasocial.org)).

Moraes, Antonio (1995 [1983]) *Geografia. Pequena história crítica*, San Pablo, HUCITEC.

Moraes, Antonio y Wanderley da Costa (1987 [1984]) *A valorização do espaço*, San Pablo, HUCITEC.

Moreira Braga, Tania (2001) "Desenvolvimento local endógeno. Entre a competitividade e a cidadania", en *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, N°5, Associação Nacional de Pos-graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano.

Morgan, Nigel y Annette Pritchard (1998) *Tourism promotion and power. Creating images, creating identities*, Chichester, John Wiley & Sons Ltd.

Mujica Barreda, Elías (Ed.) (2001) *Paisajes Culturales en los Andes. Memoria Narrativa, casos de estudio, conclusiones y recomendaciones de la Reunión de Expertos*, mayo de 1998, Lima.

Neveu, Erik (1990) "'The Tourist gaze' (John Urry)" (reseña), en *Réseaux* Vol. 9, N° 44.

Newsham, Andrew (2002) *Participation: processes, problematics and Campfire*, Universidad de Edimburgo.

Nouzeilles, Gabriela (2002) "Introducción", en Nouzeilles, Gabriela (comp.) *La naturaleza en disputa*, Buenos Aires, Paidós.

Nuryanti, Wiendu (1996) "Heritage and Postmodern Tourism", en *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, N°2, Menomoneie, Pergamon.

Organización Mundial del Turismo (OMT) (1993) *Desarrollo turístico sostenible- Guía para planificadores locales*, Madrid.

Organización Mundial del Turismo (OMT) - Sancho, Amparo (dir.) (1998) *Introducción al turismo*, Madrid, OMT.

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2003) *Turismo y atenuación de la pobreza*, Madrid.

Paasi, Anssi (2002) "Place and region: regional worlds and words", en *Progress in Human Geography* Vol.26, N°6.

Pérez Diestre, José (2002) "Patrimonio histórico y turismo cultural", presentado en *II Congreso Internacional de Turismo Cultural*, organizado por Noticias de Antropología y Arqueología (NAYA), octubre, [www.naya.or.ar](http://www.naya.or.ar)

Prados Pérez, Elisa (2003) "Turismo cultural: un segmento turístico en expansión", presentado en *II Congreso Internacional de Turismo Cultural*, organizado por Noticias de Antropología y Arqueología (NAYA), octubre, [www.naya.or.ar](http://www.naya.or.ar).

Prats, Llorenç (1998) "El concepto de patrimonio cultural", en *Política y Sociedad. Revista de la Universidad Complutense*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, N°. 27, Madrid, (disponible en [www.antropologiasocial.org](http://www.antropologiasocial.org)).

Prats, Llorenç (2003) "Patrimonio + turismo = ¿desarrollo?", en *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol.1, N°2, [www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org).

Prats, Llorenç (2005) "Concepto y gestión del patrimonio cultural", en *Cuadernos de Antropología Social*, N° 21.

Pred, Allan (1984) "Place as historically contingent process: structuration and the time-geography of becoming places", en *Annals of the Association of American Geographers*, Vol. 74, N°2.

Pred, Allan (1985) "The social becomes the spatial, the spatial becomes the social: enclosures, social change and the becoming of place in Skåne", en Gregory, Derek y John Urry (eds) *Social relations and spatial structures*, Londres, Macmillan.

Pretes, Michael (1995) "Postmodern tourism. The Santa Claus industry", en *Annals of tourism reseach*, Vol. 22, N°1, Elsevier Science, Ltd.

Reboratti, Carlos (1996) *Sociedad, ambiente y desarrollo regional en la Alta Cuenca del Río Bermejo*, Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, UBA.

Reboratti, Carlos (coord.) (2003) *La Quebrada. Geografía, historia y ecología de la Quebrada de Humahuaca*, Buenos Aires, La Colmena.

Reboratti, Carlos, García Cordón, Juan Carlos, Albeck, Mariette, Castro, Hortensia y Mariana Arzeno (2003) "Una visión general de la Quebrada", en Reboratti, Carlos (coord.) (2003) *La Quebrada. Geografía, historia y ecología de la Quebrada de Humahuaca*, La Colmena, Buenos Aires.

Reisinger, Yvette y Carol Steiner (2006) "Reconceptualizing object authenticity", en *Annals of Tourism Research* Vol. 33, N°1, Elsevier.

Reisinger, Yvette y Carol Steiner (2006b) "Understanding existencial authenticity", en *Annals of Tourism Research* Vol. 33, N°2, Elsevier.

Ritzer, George y Allan Liska (2002 [1997]) "'Mcdisneyization' and 'post-tourism': complementary perspectives on contemporary tourism", en Rojek, Chris y John Urry *Touring cultures, Transformation of tourism and theory*, Londres, Routledge.

Rivero, Ángela (2002) "Una aproximación a la construcción del producto turístico cultural. El caso de la misiones jesuítico guaraní", en Actas (CD) de las *V Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*, Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, mayo-junio.

Rojek, Chris (2002 [1997]) "Indexing, dragging and the social construction of tourist sights", en Rojek, Chris y John Urry *Touring cultures. Transformation of tourism and theory*, Londres, Routledge.

Rotman, Mónica (2002) "Turismo y patrimonio cultural: las tradiciones en un contexto de globalización", en Actas (CD) de las *V Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*, Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, mayo-junio.

Rössler, Mechtild (2001) "Los Paisajes Culturales y la Convención del Patrimonio Mundial Cultural y Natural: resultados de reuniones temáticas previas", en Mujica Barreda, Elías (Ed.) (2001) *Paisajes Culturales en los Andes. Memoria Narrativa, casos de estudio, conclusiones y recomendaciones de la Reunión de Expertos*, mayo de 1998, Lima.



Sack, Robert (1992) *Place, modernity and the consumer's world. A relational framework for geographical analysis*, Baltimore-Londres, The Johns Hopkins University Press.

Salemme, Mónica, Canale, Graciela, Daverio María Elena y Marisol Vereda (1999) "El Patrimonio Arqueológico como Atractivo Turístico en Tierra del Fuego", en *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol. 8: 57- 78, CIET, Buenos Aires.

Sala, Norma y María Mabel Radrizzani (1967) "Migraciones internas estacionales en el Noroeste argentino", en *Contribuciones a la Geografía de la Quebrada de Humahuaca*, Centro de Estudios Geográficos, Facultad de Filosofía y Letras, UBA, Buenos Aires.

Sánchez, Joan-Eugeni (1985) "Por una geografía del turismo de litoral. Una aproximación metodológica", en *Estudios Territoriales*, Nº17, Madrid.

Sánchez de Bustamante, Teodoro (1937) *El camino a Bolivia por la Quebrada de Humahuaca. Contribución a su estudio*, Buenos Aires.

Santana Talavera, Agustín (2002) "Mirar y leer: autenticidad y patrimonio cultural para el consumo turístico", *VI Encontro Nacional de Turismo com base local*, Campo Grande, Octubre, (disponible en [www.antropologiasocial.org](http://www.antropologiasocial.org)).

Santana Talavera, Agustín (2003) "Patrimonios culturales y turistas: Unos leen lo que otros miran", en *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 1, nº1, [www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org).

Santos, Milton (1996 [1978]) *Por uma Geografia nova*, San Pablo, HUCITEC.

Santos, Milton (1996) *A natureza do espaço. Técnica e tempo. Razão e emoção*, San Pablo, HUCITEC.

Santos, Milton (2000) *Por uma outra globalização. Do pensamento único à consciência universal*, Río de Janeiro- San Pablo, Record.

Santos, Milton (2004 [1982]) *Pensando o espaço do homem*, San Pablo, EDUSP.

Schlüter, R. (2001) *El turismo en Argentina. Del balneario al campo*, CIET, Buenos Aires.

Scifoni, Simone (2003) "Patrimônio mundial: do ideal humanista à utopia de uma nova civilização", en *GEOUSP, Espaço e Tempo*, Nº 14, San Pablo.

Seca, Mirta (1989) "Introducción a la geografía histórica de la Quebrada de Humahuaca. Con especial referencia al pueblo de Tilcara", en *Cuadernos de Investigación* Nº1, Instituto Interdisciplinario Tilcara, Facultad de Filosofía y Letras, UBA, Buenos Aires.

Segato, Rita (s/f) *Algunas propuestas para un estudio del cambio religioso: la expansión evangélica en la quebrada y puna jujeñas*, mimeo.

Schlüter, Regina (2001) *El turismo en Argentina. Del balneario al campo*, Buenos Aires, CIET.

Sica, Gabriela, Bovi, M. Teresa y Lucía Mallagray (2006) "La Quebrada de Humahuaca: de la colonia a la actualidad", en Teruel, Ana y Marcelo Lagos (dir.) (2006) *Jujuy en la historia. De la colonia al siglo XX*, San Salvador de Jujuy, EdiUnju.

Silveira, María Laura (1997) "Da fetichização dos lugares à produção local do turismo", en Rodríguez, A. B. *Turismo. Modernidade. Globalização*, San Pablo, HUCITEC.

Silveira, María Laura (1999) "Imperio de la Escala, Escala del Imperio", en *Revista Universitaria de Geografía*, Vol. 8, N° 1 y 2, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca.

Silveira, María Laura (2000) "Por um conteúdo da reflexão epistemológica em Geografia", en Souza, A. J. de (org.) *Paisagem, território, região: em busca da identidade*, Cascavel, EDUNIOESTE.

Silvestri, Graciela (2003) *El color del río. Historia cultural del paisaje del Riachuelo*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes- Prometeo 3010.

Soja, Edward (1985) "The spaciality of social life: towards a transformative retheorisation", en Gregory, Derek y John Urry (eds) *Social relations and spatial structures*, Londres, Macmillan.

Soja, Edward (1993 [1989]) *Geografías pós-modernas. A reafirmação do espaço na teoria social crítica*, Río de Janeiro, Jorge Zahar Editor.

Soja, Edward (1996) *Thirdspace. Expanding the Geographical Imagination*, Blackwell Publishing Limited.

Teo, Peggy y Shirlena Huang (1995) "Tourism and heritage conservation in Singapore", en *Annals of Tourism Research*, Vol. 22, N°3, Menomoneie, Pergamon.

Teruel, Ana (1985) "Población y trabajo rural en Jujuy. Siglo XIX", en Teruel, A. (comp.) *Población y trabajo en el Noroeste argentino. Siglos XVIII y XIX*, UNIHR, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, UNJu, S. S. de Jujuy.

Timothy, Dallen y Geoffrey Wall (1997) "Turismo y patrimonio arquitectónico. Temas polémicos", en *Estudios y perspectivas en turismo*, Vol. 6: 193- 208, CIET, Buenos Aires.

Torres Moré, Pedro (2003) "El Patrimonio Histórico Cultural y Natural como factor de producción turística", presentado en *II Congreso Internacional de Turismo Cultural*, organizado por Noticias de Antropología y Arqueología (NAYA), octubre de 2003, [www.naya.or.ar](http://www.naya.or.ar)

Troncoso, Claudia (1998) *Estrategias de vida de la población campesina en la Quebrada de Humahuaca. El caso de Juella*, Tesis de Licenciatura, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

Troncoso, Claudia (2007) "Atractivos y promoción del turismo: la construcción de atraktividad turística de la provincia de Jujuy (Argentina)", trabajo publicado en actas del *XI Encuentro de Geógrafos de América Latina "Geopolítica, globalización y cambio ambiental: retos en el desarrollo latinoamericano"*, 26 al 30 de marzo de 2007, Universidad Nacional de Colombia-sede Bogotá.

Troncoso, Claudia (2007b) "Promoción de atractivos y política turística en la Quebrada de Humahuaca (provincia de Jujuy)", trabajo publicado en actas de las VII Jornadas de

Sociología 1957-2007. Cincuenta años. "Pasado, presente y futuro de la Sociología", 5 al 9 de noviembre de 2007, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

Troncoso, Claudia y Analía Almirón (2004a) "Turismo y patrimonio. Una revisión crítica de sus relaciones en la literatura", en *Actas (CD) de las III Jornadas Interdepartamentales de Geografía de Universidades Nacionales*, Departamento de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Tucumán, octubre de 2004.

Troncoso, Claudia y Analía Almirón (2004b) "Una aproximación a diferentes miradas sobre los vínculos entre turismo y patrimonio", en *Actas (CD) del VIII Encuentro Nacional de Turismo com Base Local*, UNICENP-UFPR, Curitiba, noviembre de 2004.

Troncoso, Claudia y Analía Almirón (2005) "Turismo y patrimonio. Hacia una relectura de sus relaciones", en *Aportes y transferencias*, año 9, vol. 1, CIT, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata.

Troncoso, Claudia y Carla Lois (2004) "Políticas turísticas y peronismo. Los atractivos turísticos promocionados en *Visión de Argentina (1950)*", en *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 2 N°2.

Tuan Yi-Fu (1975) "Place: an experiential perspective", en *Geographical Review*, Vol. 65, N° 2, American Geographical Society of New York.

Tuan, Yi-Fu (1976) "Humanistic geography", en *Annals of the Association of American Geographers*, Vol. 66, N°2.

Tuan, Yi-Fu (2005 [1977]) *Space and place. The perspective of experience*, Mineapolis, Londres, University of Minnesota Press.

Turner, Louis y John Ash (1991 [1975]) "Introducción" a *La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer*, Editorial Endymión, Madrid. Reproducido en *Cuadernos del sureste* N°4, 1998 (<http://www.linea-e.com/cuadernos/index.htm>).

Urry, John (1995a) "Tourism, travel and the modern subject", en Urry, John *Consuming places*, Londres, Routledge.

Urry, John (1995b) "The consumption of tourism", en Urry, John *Consuming places*, Londres, Routledge.

Urry, John (1995c) "Time and space in the consumption of place", en Urry, John *Consuming places*, Londres, Routledge.

Urry, John (1995d) "The making of Lake District", en Urry, John *Consuming places*, Londres, Routledge.

Urry, John (1996 [1990]) *O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*, San Pablo, SESC- Studio Nobel.

Valdéz Muñoz, Raúl y Alicia Bernard (2002) "El turismo cultural en México. Retos y perspectivas", presentado en el *II Encuentro de Turismo Cultural*, organizado por Noticias de Antropología y Arqueología (NAYA), San Salvador de Jujuy, 15- 17 de agosto, [www.naya.or.ar](http://www.naya.or.ar)

Vázquez Barquero, Antonio (2000) *Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual*, Proyecto CEPAL/GTZ "Desarrollo económico local y descentralización en América Latina", Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL)- Deutsche Gesellschaft für Technishche Zusammenarbeit (GTZ), Santiago de Chile.

Venturini, Edgardo (2002) "Patrimonio cultural, turismo y desarrollo local: el camino de las Estancias Jesuíticas de Córdoba", en Actas (CD) de las *V Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*, Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, mayo-junio.

Vera, Palomeque, Marchena y Antón (1997) *Análisis territorial del turismo*, Barcelona, Ariel Geografía.

Waite, Gordon (2000) "Consuming Heritage. Perceived historical authenticity", en *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, N°4, Menomone, Pergamon.

Wang, Ning (1999) "Rethinking authenticity in tourism experience", en *Annals of Tourism Research* Vol. 26, N°2, Elsevier.

World Commission on Environment and Development (1987) *Our Common Future*, reproducido en <http://www.un-documents.net/ocf-ov.htm>

Yanes, Luis (dir.) (1987) *Proyecto nacional para la conservación de la infraestructura*, Tomo XXIX, Ministerio de Obras y Servicios Públicos, Secretaria de Coordinación de Obras y Servicios Públicos, Proyecto MOSP-PNUD.

## Fuentes utilizadas

### Capítulo 6. La Quebrada de Humahuaca desde múltiples miradas

#### Documentos de información estadística

Argentina (1872) *Censo Nacional de Población 1869*, Impr. del Porvenir, Buenos Aires.  
INDECCenso Nacional de Población, Hogares y Viviendas del año 2001.

### Capítulo 7. El turismo en la Quebrada de Humahuaca

#### Documentos institucionales

Actas y resoluciones de la Comisión Municipal y Municipalidad de Tilcara.  
Administración General de Parque Nacionales y Turismo (1949) *Memoria de 1948*, Buenos Aires.  
CFI - Güidi, Graciela y otros (2001) *Informe desarrollo turístico de la región del noroeste argentino NOA*.  
CFI - D' Agnillo, Bibiana (2001) *Plan de Desarrollo Turístico de Jujuy. Informe Final*.  
Gobierno de la provincia de Jujuy, Secretaría de la Gobernación, Dirección provincial de Prensa y Difusión, Parte de Prensa N° 77 Martes 12 de Abril de 2005.  
PROFODE (2004a) *Análisis de situación. Informe prediagnóstico de la Provincia de Jujuy*.  
Secretaría de Turismo de la Nación. Dirección de Inversiones Turísticas (2006) *Regímenes de incentivo a la inversión turística*.

#### Guías turísticas

*Consultor turístico Jujuy*, Editorial UNCA, San Salvador de Jujuy, 1968.  
*Guía Turística YPF. Centro y noroeste*, 1998, Santiago de Chile.  
Kirbus, Federico (2003) *Quebrada de Humahuaca*. Colección Patrimonio de la Humanidad, Ediciones del Eclipse, Buenos Aires.  
Morey, Antonio (1955) *Guía argentina de turismo*, Talleres gráficos Lumen, Buenos Aires.

#### Folletería turística

Folletería elaborada por la Dirección de Turismo de Jujuy, 1950-1955 aprox.  
Folletos producidos por la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy en 2006.

#### Artículos en revistas y periódicos

Constanzo, Alida (1945) "Tilcara", en *Revista Geográfica Americana*, año 12, N°142, Buenos Aires.

Montagne, Víctor (1944) "La encantadora Quebrada de Humahuaca", en *Revista Geográfica Americana*, año 9, N°125, Buenos Aires.

Nagel, Guillermo (1934) "Un viaje por la Quebrada de Humahuaca", en *Revista Geográfica Americana*, año 1, N°8, Buenos Aires.

Valdivieso, Valentín (1967) *Humahuaca "la bella"*, Imprenta Minerva, San Salvador de Jujuy.

"Las bellezas del norte argentino", *Revista Geográfica Americana*, tomo 1, año N°2, 1933.

"La zona norte del país se verá muy favorecida por el plan oficial de ubicación de hoteles", *Automovilismo* (Automóvil Club Argentino), N° 333 de 1946.

"Tucumán, Salta y Jujuy, metas del turismo invernal", *Turismo* (Touring Club Argentino), N°454, 1947.

"Tucumán, Salta y Jujuy, metas del turismo invernal", *Turismo* (Touring Club Argentino), N° 454, mayo de 1947.

*Revista al servicio del turismo "Noroeste argentino" de las provincias de Tucumán, Salta Jujuy*, año1, N°1, 1958.

"El turismo, tercera dimensión económica", *El Pregón*, 15/06/1977.

#### **Páginas de Internet**

[www.alasdelalma.com/home.htm](http://www.alasdelalma.com/home.htm), establecimiento hotelero Alas del Alma, Tilcara.

#### **Documentos de información estadística**

Estadísticas turísticas de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy.

#### **Otros**

Publicidad de la Dirección de Turismo de la provincia de Jujuy, en *La Nación*, 18/05/1969.

"Humahuaca de pasada", Humahuaca Trío, del disco *Humahuaca Trío*, 2005.

Solari, Eulogio (1904) *Guía general de la provincia de Jujuy*.

Sánchez de Bustamante, Teodoro (1967) *Jujuy a fines del siglo XIX y principios del siglo XX (Recuerdos personales)*, Córdoba.

Armanini, José (1935) *A Jujuy*, Buenos Aires, Editorial ANLO.

### **Capítulo 8. La construcción de atractivos turísticos en la Quebrada de Humahuaca: el retrato de la Quebrada turística**

#### **Documentos institucionales**

CFI- D'Agnillo, Bibiana (2001) *Plan de Desarrollo Turístico para la provincia de Jujuy, Informe final*.

PROFODE (2004) *Análisis de situación. Informe prediagnóstico de la Provincia de Jujuy*.

Provincia de Jujuy (2002) *Quebrada de Humahuaca. Un itinerario cultural de 10.000 años. Propuesta para la inscripción a la lista de patrimonio mundial*, formato electrónico.

Secretaría de Turismo de la Nación- CFI (2005) *Turismo 2016 Argentina. Plan Federal Estratégico de Turismo sustentable*.

Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy-CAF- Howarth Consulting, 2006.

Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy, Documento de la sección de Promoción y Marketing, 2006.

### **Guías turísticas**

Administración General de Parques Nacionales y Turismo, Ministerio de Obras Públicas (1950) *Visión de Argentina*, Buenos Aires.

*Atlas turístico Clarín*, 1991-1992 aprox., fascículos Humahuaca 1 y 2.

*Guía de la provincia de Jujuy. Servicio y turismo*, 1996, Milano Guías, Buenos Aires.

*Guía del viajero*, 1997, Secretaría de Turismo de la Nación.

*Guía Turística YPF. Centro y noroeste*, 1998, Santiago de Chile.

*Guía Visual Clarín. Salta y Jujuy*, 2002.

Secretaría de Turismo (2000 aprox.) *Jujuy Turístico*, publicación en CD.

Morey, Antonio (1955) *Guía argentina de turismo*, Talleres gráficos Lumen, Buenos Aires.

### **Folletería turística**

Folletos elaborados por: la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy, la Secretaría de Turismo de la Nación, la Cámara de Turismo de Jujuy, la Asociación de Turismo de la Quebrada, la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de Humahuaca, la Comisión municipal de Purmamarca, la Dirección de Turismo de la provincia de Jujuy, prestadores de servicios turísticos.

### **Artículos en revistas y periódicos**

Addor, (1940) "Visiones pintorescas de la Argentina", en *Revista Geográfica Americana*, año 7, N° 87, Buenos Aires.

Debenedetti, S. (1910) "Exploración arqueológica a los cementerios prehistóricos de la Isla de Tilcara", citado en Sánchez de Bustamante, T. (1937) *El camino a Bolivia por la Quebrada de Humahuaca. Contribución a su estudio*, Buenos Aires.

Casanova, E. (1936) "La Quebrada de Humahuaca", en *Historia de la Nación Argentina*, citado en Sánchez de Bustamante, T. (1937) *El camino a Bolivia por la Quebrada de Humahuaca. Contribución a su estudio*, Buenos Aires.

Constanzo, Alida (1945) "Tilcara", en *Revista Geográfica Americana*, año 12, N°142, Buenos Aires.

Marqu ez Miranda, Fernando (1941) "Rincones poco conocidos del m as remoto noroeste argentino", en *Revista Geográfica Americana*, año 9, N  98, Buenos Aires.

Montagne, Víctor (1944) "La encantadora Quebrada de Humahuaca", en *Revista Geográfica Americana*, año 9, N 125, Buenos Aires.

Nagel, Guillermo (1934) "Un viaje por la Quebrada de Humahuaca", en *Revista Geográfica Americana*, año 1, N 8, Buenos Aires.

Sánchez de Bustamante, T. (1937) *El camino a Bolivia por la Quebrada de Humahuaca. Contribución a su estudio*, Buenos Aires.

Suplemento Día del Camino, *Automovilismo* (Automóvil Club Argentino), N  308, septiembre de 1945.

"Los nombres geográficos: rastro de pueblos primitivos", *Automovilismo* (Automóvil Club Argentino), N 312, enero de 1946.

“La historia en los caminos. Ruta N°9. Asesinato de Juan Lavalle”, *Automovilismo* (Automóvil Club Argentino), N°318, junio de 1946.

“Tucumán, Salta y Jujuy, metas del turismo invernal”, *Turismo* (Touring Club Argentino), N° 454, mayo de 1947.

Editorial “Cómo remover las vallas que impiden la expansión turística”, *Turismo* (Touring Club Argentino), N°462, enero de 1948.

“Secretos de la Quebrada”, *Suplemento Viajes y Turismo de Clarín*, 14/07/1996.

“Quebrada de Humahuaca”, *Pueblos Andinos*, julio-agosto de 2001.

“Cumbres de plata, altares dorados”, *Autoclub* (Automóvil Club Argentino), abril 2002.

“Donde el tiempo embellece”, *Revista Nexo* ( 22/09/ 2002).

“Vacaciones con historia. Noroeste”, *Suplemento de la Revista Gente*, 2002.

“Buscan revalorizar el Camino del Inca” *La Nación*, (28/02/2003).

“Quebrada de Humahuaca. Tesoro de la humanidad”, *La Nación Revista*, 20/07/ 2003.

“Donde habita el silencio”, *Revista Viva (Clarín)*, julio de 2003.

*Carta Abierta Jujuy. Turismo y Cultura*, varios números de 2003 y 2004.

*Suplemento Viajes y Turismo (Clarín)*, 14/07/96.

### **Páginas de Internet**

[www.elruna.com](http://www.elruna.com) Página de información sobre turismo alternativo en el noroeste.

[www.jujuy.gov.ar/turismo](http://www.jujuy.gov.ar/turismo) Página de Internet de la provincia de Jujuy.

[www.turismo.gov.ar](http://www.turismo.gov.ar) Página de Internet de la Secretaría de Turismo de la Nación.

[www.laposadita.com.ar](http://www.laposadita.com.ar), página de Internet de La Posadita, establecimiento turístico de Tilcara.

### **Documentos de información estadística**

Estadísticas turísticas de la Secretaría de Turismo y Cultura de la Provincia de Jujuy (2004) formato electrónico.

### **Otros**

Publicidad de la Dirección de Turismo de la provincia de Jujuy aparecida en el diario *La Nación*, del 16/06/1971, página 12.

Solari, Eulogio (1904) *Guía general de la provincia de Jujuy*.

Secretaría de Turismo (2000 aprox.) *Jujuy Turístico*, publicación en CD.

## **Capítulo 9. La patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca en el proceso de construcción de atraktividad turística**

### **Documentos institucionales**

Comisión de Cultura de la Cámara de Diputados de la Nación, Orden del día N°2453 (21/08/2003).



Comité de Patrimonio Mundial (2003) *Decisions adopted by the 27th session of the World Heritage Committee* in 2003, París, 30 de junio al 5 de julio de 2003. Actas de la 27 sesión del Comité de Patrimonio Mundial ([www.whc.unesco.org](http://www.whc.unesco.org))

Comité de Patrimonio Mundial *Format for the nomination of cultural and natural properties for inscription on the World Heritage List*, Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural, en [www.wch.unesco.org/archive/nominfrm.pdf](http://www.wch.unesco.org/archive/nominfrm.pdf).

Comité Intergubernamental de Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural (1999) *Directrices prácticas sobre la aplicación de la Convención para la Protección del Patrimonio Mundial*, Revisión aprobada por el Comité del Patrimonio mundial en su 22ª reunión, diciembre de 1998.

Convention concerning the protection of the World Cultural and Natural Heritage, World Heritage Committee, 27º sesión, 30 de junio a 5 de Julio de 2003, París.

Fellner, Liliana (2003) “El espíritu de la Quebrada”, en *Perspectivas regionales. Revista Electrónica de Comunicación, Cultura y Sociedad*, Año I, Nº 1, agosto –setiembre.

Gacetilla de Prensa, Dirección de Prensa, Senado de la Nación, 2/07/03 (“Scioli en Francia. La Quebrada de Humahuaca es Patrimonio de la Humanidad. Se aprobó hoy en la UNESCO la propuesta argentina”).

Gobierno de la provincia de Jujuy, Secretaria General de la Gobernación, Dirección Provincial de Prensa y Difusión, *Parte de Prensa* Nº 164, 2/08/2007.

ICOMOS *Congreso Internacional del CIIC de ICOMOS*. Pamplona, Navarra, junio de 2001 ([www.icomos-ciic.org](http://www.icomos-ciic.org)).

Provincia de Jujuy (2002) *Quebrada de Humahuaca. Un Itinerario Cultural de 10.000 Años*, Propuesta para la Inscripción a la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO.

UNESCO (1972) *Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural*, Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 17º reunión, París, 17 de octubre al 21 de noviembre de 1972.

Unidad de Gestión Quebrada de Humahuaca (2005) *Informe de gestión 2003-2005* (en <http://www.quebradadehumahuaca.gov.ar/index.php>).

### **Guías turísticas**

Rossi, Jorge (2005) *Jujuy. Argentina*, Buenos Aires.

### **Artículos en revistas y periódicos**

Vázquez Zuleta, Sixto “Un conflictuado Patrimonio de la Humanidad” (en [www.toqo.com.ar](http://www.toqo.com.ar)).

*Carta Abierta Jujuy, Turismo y Cultura*, varios números de 2003.

“Reportaje exclusivo a Liliana Fellner en la sede de la UNESCO”, *Jujuy al día*, 4/07/ 2003.

“Entrevista exclusiva a Eduardo Fellner en París, Francia”, *Jujuy al día*, 6/07/2003.

“Los lugareños se unen para proteger los andenes de Coctaca”, *La Nación*, 22/01/2005.

“Entregan bibliografía sobre la Quebrada de Humahuaca”, *Jujuy al Día*, 21/10/2005.

“Sabores andinos”, *Clarín*, 24/05/2007.

“Purmamarca, con sabor a quinoa, llama y papines”, *La Nación*, 5/08/ 2007.

### **Páginas de Internet**

[www.oei.org.ar](http://www.oei.org.ar), Organización de Estados Iberoamericanos.

[www.quebradadehumahuaca.gov.ar](http://www.quebradadehumahuaca.gov.ar), Unidad de Gestión Quebrada de Humahuaca.

### Otros

Albeck, Maria Esther y Ana María González (1998) *Quebrada de Humahuaca, más de 10.000 años de historia*, Ministerio de Cultural y Educación, Plan Social Educativo, Buenos Aires.

Rolandi, Diana, Aschero, Carlos, Podestá, M. Mercedes y Anahí Re (2004) *Diagnóstico de las causas de deterioro antrópico y propuesta para la puesta en valor del sitio Inca Cueva 1 (ICc1), Quebrada de Inca Cueva, Departamento Humahuaca, Provincia de Jujuy*, Programa de Documentación y Preservación del Arte Rupestre Argentino, Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano, Secretaría de Cultura, Presidencia de la Nación.

## Capítulo 10. En busca del desarrollo para la Quebrada de Humahuaca a través del turismo: la legitimación de la política turística

### Documentos institucionales

CAF-Provincia de Jujuy (2005) Informe de avance N° 2. Trabajados realizados durante julio y agosto de 2005, Parte Dos, Plan de Desarrollo Turístico Sustentable, septiembre.

CFI - Güidi, Graciela y otros (2001) *Informe desarrollo turístico de la región del noroeste argentino NOA*.

CFI - D' Agnillo, Bibiana (2001) *Plan de Desarrollo Turístico de Jujuy. Informe Final*.

*Embajada de Francia en Argentina (2002)* Algunas propuestas para el desarrollo global de la Puna Andina, de los Valles Calchaquíes y de la Quebrada de Humahuaca gracias al desarrollo del turismo y al relanzamiento de las actividades tradicionales.

Gobierno de la provincia de Jujuy, Resumen Anual Acción de Gobierno 2002.

Gobierno de la provincia de Jujuy, Secretaría de la Gobernación, Dirección provincial de Prensa y Difusión, Parte de Prensa N° 268, 29/11/ 2002.

Gobierno de la provincia de Jujuy, Secretaría de la Gobernación, Dirección provincial de Prensa y Difusión, Parte de Prensa N° 79, 13/04/ 2004.

Gobierno de la provincia de Jujuy, Secretaría de la Gobernación, Dirección provincial de Prensa y Difusión, Parte de Prensa N° 77, 12/04/ 2005.

Provincia de Jujuy (2002) *Quebrada de Humahuaca. Un Itinerario Cultural de 10.000 Años*, Propuesta para la Inscripción a la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO.

PROFODE (2004a) *Análisis de situación. Informe prediagnóstico de la Provincia de Jujuy*.

PROFODE (2004b) *Informe final. Misión exploratoria de la Provincia de Jujuy*.

Secretaría de Turismo de la Nación "Presentación de los avances del proyecto de Turismo Comunitario", en Gacetilla, 27 de noviembre de 2006.

Secretaría de Turismo de la Nación- CFI (2005) *Turismo 2016 Argentina. Plan Federal Estratégico de Turismo sustentable*.

Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy-CAF- Howarth Consulting (2006) *Plan de Desarrollo Turístico Sustentable para la provincia de Jujuy*.

Secretaría de Turismo y Cultura, Semanario de turismo, 2/06/2006

Vía, Blanca y Viviana Barilá (2005) *Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la provincia de Jujuy. Componente de formulación participativa. Informe final*, noviembre.

#### **Artículos en revistas y periódicos**

“Entrevista exclusiva a Eduardo Fellner en París”, *Jujuy al día*, 6/07/2003.

“Jujuy: la ruta de la sal”, *La Capital*, 15/02/2004.

“Coplas a la Pachamama”, *Página 12*, 27/06/2004.

“Patrimonio cultural en peligro”, *La Nación*, 24/02/ 2005.

“El municipio de Humahuaca avanzará con un plan de ordenamiento territorial”, *Servipren*, 31/08/2005.

“Pobladores originarios reclaman derechos”, *El Pregón online*, 2/09/ 2005.

“Como un lugareño más, entre cabras, maíz y telares”, *La Nación*, 27/05/2007.

“Crearán Portales Turísticos en la Quebrada de Humahuaca”, en [www.hostnews.com.ar](http://www.hostnews.com.ar), 27/06/2007.

“Vida de kollas”, *Página 12*, 16/09/2007.

### **Capítulo 11. La estetización de la Quebrada de Humahuaca: las transformaciones del lugar turístico**

#### **Documentos institucionales**

Centro de Patrimonio Mundial (2005) *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*.

Gobierno de la provincia de Jujuy, Secretaria General de la Gobernación, Dirección Provincial de Prensa y Difusión, *Parte de Prensa N° 99*, 3/05/2006.

ICOMOS Informe Quebrada de Humahuaca, marzo de 2003.

#### **Guías turísticas**

Morey, Antonio (1955) *Guía argentina de turismo*, Talleres gráficos Lumen, Buenos Aires.

#### **Artículos en revistas y periódicos**

Revista *Emprender*, año 1, N°3, San Salvador de Jujuy. Octubre de 2005.

“Preocupa el auge del turismo en la Quebrada de Humahuaca”, *La Nación* (14/02/ 2005).

“Importante avance en la regulación edilicia y la protección del patrimonio de La Quebrada”, *Jujuy al día*, 08/06/2007.

“Homenaje a la tierra”, *La Nación*, 3/01/ 2007.

“Tradición y modernidad”, *Río Negro, Suplemento eH!*, 17/06/2007.

“Patrimonio Sentimental”, *V/D Revista de El Mercurio*, 28/07/2007.

“Purmamarca, con sabor a quinoa, llama y papines”, *La Nación*, 5/08/2007.

“Purmamarca top”, en *Carta Abierta Jujuy*, [www.cartaabiertajujuy.com.ar](http://www.cartaabiertajujuy.com.ar)

“Las fuerzas de la destrucción son más fuertes que las de la conservación”, *Clarín*, 14/04/07.

### **Páginas de Internet**

[www.caseriojujuy.com](http://www.caseriojujuy.com), establecimiento hotelero El Caserío, Bárcena.

[www.cerrochico.com](http://www.cerrochico.com), establecimiento hotelero Cerro Chico, Tilcara.

[www.elrefugiodecoquena.com.ar](http://www.elrefugiodecoquena.com.ar), establecimiento hotelero El refugio de Coquena, Purmamarca.

[www.lacomarcahotel.com.ar](http://www.lacomarcahotel.com.ar), establecimiento hotelero La Comarca, Purmamarca.

[www.secturjujuy.com.ar](http://www.secturjujuy.com.ar), Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy.

[www.welcomeargentina.com.ar/purmamarca](http://www.welcomeargentina.com.ar/purmamarca), página de información turística sobre Argentina.

[www.posadaconlosangeles.com.ar/espanol/index.htm](http://www.posadaconlosangeles.com.ar/espanol/index.htm), página de Internet de Posada con los Ángeles, en Tilcara.

### **Legislación**

Convenio 169 de la OIT

Constitución Nacional de la República Argentina.

Ley provincial N°5255 de “Áreas típicas de conservación” (2001)

Ley provincial N°5379 “De creación del programa de paradores turísticos en el interior de la provincia” (2003)

Ley provincial N°5260 “Designación de Paisaje Protegido a la Quebrada de Humahuaca”.

Decreto provincial N°789-G-2004

### **Otros**

Soto Avendaño, Ernesto (1930) *Una vocación (confidencias de artista)*, Conferencia dada el 4 de marzo de 1929 en el colegio de la Universidad Nacional de la Plata, La Plata, Talleres gráficos Olivieri y Domínguez.

## **Capítulo 12. La Quebrada disputada. Disonancias en el proceso de creación de una Quebrada turística y patrimonial**

### **Documentos institucionales**

Centro de Patrimonio Mundial (2005) *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*.

Discurso pronunciado por el gobernador Eduardo Fellner al iniciarse las sesiones del congreso provincial a comienzos de 2005.

FUJUDES (2006) *Impacto de la industria del turismo en la economía de Jujuy*, San Salvador de Jujuy.

Gobierno de la provincia de Jujuy, Secretaria General de la Gobernación, Dirección Provincial de Prensa y Difusión, Parte de Prensa N° 79, 13/04/2004.

ICOMOS Informe Quebrada de Humahuaca, marzo de 2003.

PROFODE (2004) *Informe final. Misión exploratoria de la Provincia de Jujuy*.

Provincia de Jujuy (2002) *Quebrada de Humahuaca. Un Itinerario Cultural de 10.000 Años*, Propuesta para la Inscripción a la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO.

Resumen Anual Acción de Gobierno de la provincia de Jujuy 2002.

Secretaría de Turismo de la Nación- CFI (2005) *Turismo 2016 Argentina. Plan Federal Estratégico de Turismo sustentable.*

Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy-CAF- Howarth Consulting (2006) *Plan de Desarrollo Turístico Sustentable para la provincia de Jujuy.*

Vía, Blanca y Viviana Barilá (2005) *Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la provincia de Jujuy. Componente de formulación participativa. Informe final*, noviembre.

### **Artículos en revistas y periódicos**

Fellner, Liliana (2003) “El espíritu de la Quebrada”, en *Perspectivas regionales. Revista Electrónica de Comunicación, Cultura y Sociedad*, Año I, N° 1, agosto –setiembre.

“Entrevista exclusiva a Eduardo Fellner en París”, *Jujuy al día*, 6/07/2003.

“Preocupa el auge del turismo en la Quebrada de Humahuaca”, *La Nación*, 14/02/ 2005.

“Precariedad en Humahuaca”, Reportaje al Padre Jesús Olmedo de la Prelatura de Humahuaca, programa Puntos de vista, radio La red, (19/07/2005). Desgrabación realizada por Ejes de Comunicación S.A.

“Afirmar que Humahuaca está en la mira de los negocios inmobiliarios”, *La Capital*, 26/07/2005.

“Tilcara necesita ayuda” *Clarín* Cartas al país, 2/08/2005.

Revista *Emprender*, año 1, N°3, San Salvador de Jujuy. Octubre de 2005.

“Comunidades aborígenes celebran fallo judicial”, *Diario El Independiente*, 15/05/2006.

“Revolución en la Quebrada”, *Revista Noticias*, 29/07/ 2006.

“Quebrada de Humahuaca: paraíso en peligro”, *Clarín*, 7/01/2007.

“Jujuy también se revaloriza”, *La Nación*, 12/05/ 2007.

“Desestiman la comparación entre Purmamarca y Puerto Madero”, *Jujuy al día*, 13/05/2007.

“Rechazo a la designación como Patrimonio de la Humanidad”, *Pregón online*, 3/08/2007.

“Hasta u\$s 500 mil por casas de adobe en Purmamarca”, *Infobae.com*, 4/08/ 2007.

“Suspensiones de prescripciones adquisitivas: se prorrogan por 180 días más”, *Jujuy al día*, 4/08/ 2007.

“Para Néstor José el pedido Tilcareño esta movilizado políticamente”, *Jujuy al día*, 5/08/2007.

“El grito de los excluidos en la quebrada de Humahuaca”, en [www.copenoa.com.ar](http://www.copenoa.com.ar).

“Pobladores del pueblito de Uquía reclaman expropiación para viviendas”, en [www.copenoa.com.ar](http://www.copenoa.com.ar)

### **Páginas de Internet**

[www.fujudes.org.ar](http://www.fujudes.org.ar), FUJUDES (Fundación Jujeña para el Desarrollo Sustentable).

[www.secturjujuy.com.ar](http://www.secturjujuy.com.ar), Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy.

### **Documentos de información estadística**

Estadísticas de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy. Evolución de los establecimientos hoteleros por localidad (2002- 2007).

**Legislación**

Convenio 169 de la OIT

Constitución Nacional de la República Argentina

Ley provincial N°5255 de “Áreas típicas de conservación” (2001)

Ley provincial N°5379 “De creación del programa de paradores turísticos en el interior de la provincia” (2003)

Ley provincial N°5260 “Designación de Paisaje Protegido a la Quebrada de Humahuaca.

Ley general de medio ambiente N°5063 (1998).

Decreto provincial N°789-G-2004

**Otros**

*Carta desde el patrimonio*, de Sixto Vázquez Zuleta (en [www.toqo.com.ar](http://www.toqo.com.ar) 01/04/2007).

Carta Abierta elaborada en Tilcara.

## **Anexos**

## Anexo 1. Cuadros

Cuadro 4.1

<b>Criterios para bienes patrimonio natural</b>
<p>44. a) i) ser ejemplos eminentemente representativos de las grandes fases de la historia de la tierra, incluido el testimonio de la vida, de procesos geológicos en curso en la evolución de las formas terrestres o de elementos geomórficos o fisiográficos de mucha significación; o</p> <p>ii) ser ejemplos eminentemente representativos de procesos ecológicos y biológicos en curso en la evolución y el desarrollo de los ecosistemas y las comunidades de vegetales y animales terrestres, acuáticos, costeros y marinos; o</p> <p>iii) representar fenómenos naturales o áreas de belleza natural e importancia estética excepcionales; o</p> <p>iv) contener los hábitats naturales más representativos y más importantes para la conservación <i>in situ</i> de la diversidad biológica, comprendidos aquellos en los que sobreviven especies amenazadas que tienen un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia o de la conservación;</p> <p>y</p> <p>b) cumplir las siguientes condiciones de integridad:</p> <p>i) Los sitios descritos en el párrafo 44 a) i) deberán incluir la totalidad o la mayoría de los elementos conexos e interdependientes en sus relaciones naturales; así, una zona de la "era glacial" abarcará el nevero, el glaciar y las formas típicas de erosión glacial, de depósitos y de colonización vegetal (por ejemplo estriaciones, morrenas, primeras etapas de la sucesión de las plantas, etc.); en el caso de los sitios volcánicos, la serie magmática habrá de ser completa y todas las variedades de rocas eruptivas y tipos de erupción o su mayoría deberán estar representadas.</p> <p>ii) Los sitios descritos en el párrafo 44 a) ii) habrán de ser bastante extensos y contener los elementos necesarios para ilustrar los principales aspectos de esos procesos esenciales para la conservación a largo plazo de los ecosistemas y de la diversidad biológica que contengan; así, una zona de "bosques tropicales húmedos" comprenderá cierto grado de variación de altitud con respecto al nivel del mar, alteraciones de la topografía y de los tipos de suelos, sistemas fluviales y parcelas de regeneración natural; asimismo, un arrecife de coral comprenderá por ejemplo herbarios marinos, manglares y otros ecosistemas contiguos reguladores de los depósitos de nutrientes y sedimentos en el arrecife.</p> <p>iii) Los sitios descritos en el párrafo 44 a) iii) deberán tener un valor estético excepcional e incluir zonas cuya conservación sea esencial para la salvaguardia de la belleza del sitio. Así, un sitio al que una catarata confiera valores estéticos incluirá también la cuenca que la alimenta y los hábitats situados río abajo cuya conservación esté vinculada a la salvaguardia de las características del sitio.</p> <p>iv) Los sitios descritos en el párrafo 44 a) iv) comprenderán hábitats que permitan preservar la mayor diversidad posible de animales y vegetales característicos de las provincias y los ecosistemas biogeográficos que abarquen; así, una sabana tropical incluirá un conjunto único de herbívoros y vegetales que hayan tenido una evolución común; un ecosistema insular incluirá hábitats que permitan preservar su diversidad biológica endémica; donde se encuentre una variedad muy grande de especies amenazadas, los sitios habrán de abarcar una zona suficientemente vasta para comprender los hábitats más cruciales para la supervivencia de las poblaciones viables de esas especies. En el caso de las especies migratorias, los lugares de reproducción y nidificación estacional y las vías migratorias, cualquiera sea su localización, deberán ser objeto de una protección adecuada; las Convenciones internacionales, como la Convención relativa a los humedales de importancia internacional especialmente como refugio de aves acuáticas (Convención de Ramsar), destinada a proteger los hábitats de las especies migratorias de aves acuáticas, y otros convenios bilaterales y multilaterales, garantizarán esa protección.</p>



v) Todos los sitios descritos en el párrafo 44 a) deberán ser objeto de planes de gestión. Cuando un sitio no disponga de un plan de gestión en el momento en que se proponga al Comité del Patrimonio Mundial su inscripción en la Lista, el Estado Parte interesado deberá indicar cuándo estará disponible el plan y cómo se propone movilizar los recursos necesarios para su elaboración y aplicación. Asimismo, el Estado Parte habrá de proporcionar otros documentos (por ejemplo, planes de acción) que puedan orientar la gestión del sitio hasta que se termine de elaborar el plan de gestión.

vi) Los sitios descritos en el párrafo 44 a) habrán de disfrutar de una protección legislativa, reglamentaria, institucional o tradicional adecuada a largo plazo. Los límites del sitio tendrán en cuenta las necesidades de los hábitats, de las especies y de los procesos o fenómenos que justifiquen las propuestas de inscripción en la Lista del Patrimonio Mundial. Estos límites incluirán suficientes zonas adyacentes a la zona de valor universal excepcional para que los valores del sitio estén protegidos de los efectos directos de las intrusiones de la población y de las repercusiones del uso de los recursos fuera de la zona propuesta. Los límites del sitio propuesto podrán coincidir con una zona protegida existente o proyectada, como un parque nacional o una reserva de biosfera, o formar parte de ella. Si bien un área protegida existente o proyectada puede incluir varias unidades de gestión, es posible que sólo algunas de esas zonas correspondan a los criterios descritos en el párrafo 44 a); otras zonas, aunque no cumplan dichos criterios, pueden ser esenciales para la gestión a fin de garantizar la integridad del sitio propuesto; en el marco de una reserva de biosfera, por ejemplo, puede ocurrir que sólo la zona central cumpla los criterios y las condiciones de integridad, mientras que las otras zonas, esto es, la zona tampón y la zona de transición, serán importantes para la conservación de toda la reserva de biosfera.

vii) Los sitios descritos en el párrafo 44 a) deberán ser los más importantes para la conservación de la diversidad biológica. Según el nuevo Convenio sobre la Diversidad Biológica, ésta se define como la variabilidad de organismos que viven en los ecosistemas terrestres, marinos y acuáticos y los complejos ecológicos de los que forman parte, y comprende la diversidad dentro de cada especie, entre las especies y de los ecosistemas. Sólo los sitios que presentan la mayor diversidad desde el punto de vista biológico pueden satisfacer el criterio iv) del párrafo 44 a).

(Comité Intergubernamental de Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, 1999: 10-12).

## Cuadro 4.2

### **Criterios para bienes patrimonio cultural**

24. a) i) representar una obra de arte del genio creador humano; o

ii) atestiguar un intercambio de influencias considerable, durante un periodo concreto o en un área cultural del mundo determinada, en los ámbitos de la arquitectura o la tecnología, las artes monumentales, la planificación urbana o la creación de paisajes; o

iii) aportar un testimonio único, o al menos excepcional, sobre una tradición cultural o una civilización viva o desaparecida; o

iv) constituir un ejemplo eminentemente representativo de un tipo de construcción o de conjunto arquitectónico o tecnológico, o de paisaje que ilustre uno o varios periodos significativos de la historia humana; o

v) representar un ejemplo destacado de formas tradicionales de asentamiento humano o de utilización de las tierras, representativas de una cultura (o de varias culturas), sobre todo cuando son vulnerables debido a mutaciones irreversibles;

vi) estar directa o materialmente asociado con acontecimientos o tradiciones vivas, ideas, creencias uo bras artísticas y literarias que tengan un significado universal excepcional (el Comité considera que este criterio debería justificar una inscripción en la Lista sólo en circunstancias excepcionales, y cuando se aplique de manera concomitante con otros criterios aplicables a los bienes culturales o naturales);

y

b) i) responder al criterio de autenticidad en lo relativo a su concepción, sus materiales, su ejecución o su entorno y, en el caso de un paisaje cultural, en lo referente a su carácter o sus componentes distintivos (el Comité subrayó que la reconstrucción sólo es aceptable si se apoya en una documentación completa y detallada del original y no se basa, de ninguna manera, en conjeturas);

ii) gozar de una protección jurídica y/o contractual y/o de una protección tradicional adecuadas y de mecanismos de gestión, con el fin de garantizar la conservación de los bienes o de los paisajes culturales inscritos. La existencia de una legislación en materia de protección a nivel nacional, provincial y municipal y/o de una protección contractual o tradicional bien establecida, así como de mecanismos de gestión adecuados y/o de mecanismos de control de la planificación es esencial y, tal como se indica más adelante, deberá estar claramente especificada en la propuesta de inscripción. Se piden igualmente garantías de una aplicación eficaz de esas leyes y/o de esa protección contractual y/o tradicional, así como de esos mecanismos de gestión. Además, con el fin de preservar la integridad de los lugares culturales, particularmente de aquellos abiertos a gran cantidad de visitantes, el Estado Parte interesado debería poder facilitar pruebas de las disposiciones administrativas destinadas a asegurar la administración del bien, su conservación y su accesibilidad al público.

(Comité Intergubernamental de Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, 1999: 6-7).

#### Cuadro 4.3.

##### **Artículos de las Directrices elaboradas por el Comité de Patrimonio Mundial para la categoría Paisaje Cultural**

35. En lo relativo a los paisajes culturales, el Comité ha adoptado las directrices siguientes para su inscripción en la Lista del Patrimonio Mundial.

36. Los paisajes culturales representan las "obras conjuntas del hombre y la naturaleza" mencionadas en el Artículo 1 de la Convención. Ilustran la evolución de la sociedad y de los asentamientos humanos a lo largo de los años, bajo la influencia de las limitaciones y/o de las ventajas que presenta el entorno natural y de fuerzas sociales, económicas y culturales sucesivas, internas y externas. Deberían ser elegidos sobre la base de su valor universal excepcional, su representatividad en términos de región geocultural claramente definida y su capacidad de ilustrar los elementos culturales esenciales y distintivos de dichas regiones.

37. El término "paisaje cultural" comprende una gran variedad de manifestaciones de interacción entre el hombre y su entorno natural.

38. Los paisajes culturales reflejan a menudo técnicas concretas de utilización viable de las tierras, habida cuenta de las características y los límites del entorno natural en el que están establecidos, así como una relación espiritual específica con la naturaleza. La protección de los paisajes culturales puede contribuir a las técnicas modernas de utilización viable y devaluación de las tierras, conservando al mismo tiempo, o realizando, los valores naturales del paisaje. La existencia duradera de formas tradicionales de utilización de las tierras sustenta la diversidad biológica en numerosas regiones del mundo. Por consiguiente, la protección de los paisajes culturales tradicionales es útil para el mantenimiento de la diversidad biológica.

39. Los paisajes culturales se dividen en tres categorías principales:

i) El más fácil de identificar es el paisaje claramente definido, concebido y creado intencionalmente por el hombre, lo que comprende los paisajes de jardines y parques creados por razones estéticas, que con frecuencia (pero no siempre) están asociados a construcciones o a conjuntos religiosos.

ii) La segunda categoría es la del paisaje esencialmente evolutivo. Es el fruto de una exigencia originalmente social, económica, administrativa y/o religiosa y ha alcanzado su forma actual por asociación y como respuesta a su entorno natural. Estos paisajes reflejan este proceso evolutivo en su forma y su composición. Se subdividen en dos categorías:

- un paisaje reliquia (o fósil) es un paisaje que ha experimentado un proceso evolutivo que se ha detenido en algún momento del pasado, ya sea bruscamente o a lo largo de un periodo determinado. Sus características esenciales siguen siendo, empero, materialmente visibles;

- un paisaje vivo es un paisaje que conserva una función social activa en la sociedad contemporánea, estrechamente vinculada al modo de vida tradicional, y en el cual prosigue el proceso evolutivo. Al mismo tiempo, presenta pruebas manifiestas de su evolución en el transcurso del tiempo.

iii) La última categoría comprende el paisaje cultural asociativo. La inclusión de este tipo de paisaje en la Lista del Patrimonio Mundial se justifica por la fuerza de evocación de recuerdos religiosos, artísticos o culturales del elemento natural, más que por huellas culturales tangibles, que pueden ser insignificantes o incluso inexistentes.

40. La extensión de un paisaje cultural que se ha de inscribir en la Lista del Patrimonio Mundial está delimitada por su funcionalidad e inteligibilidad. En todo caso, el ejemplo elegido debe ser lo suficientemente sustancial como para representar la totalidad del paisaje cultural que ilustra. No se debe descartar la posibilidad de designar largas áreas lineales que representen redes significativas de transporte y de comunicación.

41. [...] es igualmente importante prestar especial atención a los valores culturales y naturales de esos paisajes y preparar las propuestas de inscripción en colaboración y en completo acuerdo con las comunidades locales.

(Comité Intergubernamental de Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, 1999: 9).

## Cuadro 10.2.

### Ejes y líneas de acción definidos por el PROFODE

#### 1. Capacitación y Asesoramiento Técnico

Capacitación. Cursos de:

- Gestión Turística Municipal
- Cartelería Turística Artesanal
- Organización y Operación de Turismo Receptivo
- Formación de Formadores en Turismo
- Atención al Cliente
- Cocina Regional
- Manipulación de Alimentos
- Tecnología de la Información y Comunicación (TICS)

Asesoramiento técnico

- Creación de Oficinas de Empleo Municipal
- Identificación, formulación y evaluación de proyectos de inversión y ordenamiento jurídico en turismo, destinado al sector público y privado.
- Provisión y actualización del sistema de acopio de información estadística y diseño del perfil del turista
- Asesoramiento en el diseño de nuevo material promocional
- Funcionalización de los Centros de Información Turística
- Señalización vial y turística
- Diseño de un proyecto para conformar una red de alojamientos rurales no convencionales.
- Fortalecimiento institucional de la Secretaría de Turismo y Cultura
- Oficina de Turismo de Jujuy en Buenos Aires optimizada

#### 2. Obras

- Volcán: Creación y puesta en marcha del Centro de Interpretación e Información Turística.

- Palpala: Acondicionamiento de instalaciones recreativas para uso turístico (cancha de básquetbol) en la Villa Turística Serranías de Zapla
- Quebrada de Humahuaca: Producción e instalación de 23 señales viales y turísticas
- Red vial: Gestión para la finalización del tramo vial entre Valle Colorado y Santa Ana (RP 73- RP83), que unirá la Quebrada de Humahuaca con las Yungas

### 3. Materiales y Equipamiento

- Provisión de cuatro equipos de informática y comunicación para las áreas de turismo de los municipios de Volcán, Purmamarca, Tilcara y Humahuaca (computadora e impresora laser, una línea de Teléfono y equipo de teléfono/ fax)
- Provisión de herramientas y materiales necesarios para la producción de Cartelería Turística Artesanal

### 4. Material Institucional de Promoción

- Confeción de folletos (motivacionales, operativos, interpretativos) afiche y manual de acciones promocionales

## Cuadro 10.3.

### **Líneas estratégicas del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la provincia de Jujuy**

#### PROTECCIÓN, PRESERVACIÓN Y MONITOREO DE LOS RECURSOS

- Protección y monitoreo de los yacimientos arqueológicos y de los complejos y edificios históricos
- Identificación y evaluación de los paisajes culturales
- Relevamiento de las prácticas culturales intangibles y de las tradiciones de la cultura jujeña y desarrollo de estrategias para su protección y monitoreo que consideren la necesidad de mantener la autenticidad de las mismas
- Desarrollo de un programa interpretativo de alta calidad que permita a los visitantes establecer conexiones intelectuales y emocionales con los recursos
- Fomento, capacitación y certificación de artesanías auténticas
- Fomento y apoyo a programas de conservación, tanto de recursos culturales como naturales, que surjan de la iniciativa local.

#### DEMANDA- CREACIÓN DEL OBSERTORIO TURÍSTICO PROVINCIAL

- Provisión de información útil a múltiples actores sectoriales
- Detección de oportunidades de negocios
- Identificación de falencias y debilidades de la oferta

#### CALIDAD

- Concientizar y Capacitar en Turismo y Calidad

- Implementar un Sistema de Calidad de Gestión
- Sistema de Calidad de Servicios

#### INFRAESTRUCTURA, OFERTA Y PUESTA EN VALOR

-El análisis de la infraestructura, de la oferta y de la puesta en valor, fue realizado regionalmente en función de las características distintivas de cada una de las cuatro regiones de la Provincia (Yungas, Valles, Quebrada y Puna). Cada una de ellas posee una problemática específica, con lo cual se definieron objetivos y acciones específicas para cada región, que son tratados pormenorizadamente en los capítulos regionales del presente Plan.

#### MARKETING Y COMUNICACIÓN

- Identificar, utilizando la herramienta de la segmentación, los mercados generadores de demanda a abordar
- Posicionar a la Provincia en función del atributo principal que es su CULTURA
- Realizar un restyling de la imagen institucional de la Provincia de Jujuy
- Desarrollar un Programa de señalización general de la Provincia de Jujuy
- Desarrollar un plan de Competencia
- Sistematizar el calendarios de actividades y eventos de la Provincia de Jujuy
- Diseñar e implementar un Programa de promoción provincial, regional, nacional e internacional
- Desarrollar un Programa de desarrollo de canales de comercialización
- Desarrollar un Programa de planificación de medios de comunicación que apoye la estrategia de posicionamiento

#### MODELO DE GESTIÓN

- Reorganizar y Reestructurar la Secretaría de Turismo y Cultura
- Crear e implementar un sistema de gestión participativo del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable.
- Desarrollar una estrategia de captación de fondos e inversiones para el sector turístico de Jujuy
- Desarrollar una herramienta que facilite la generación de micro emprendimientos turísticos

## **Anexo 2. Listado de entrevistados**

### **Gobierno Nacional**

#### **Secretaría de Turismo de la Nación**

Ana y María- PROFODE (Programa de Fortalecimiento y Estímulo a Destinos Turísticos Emergentes), Dirección de Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo de la Nación, 22/02/ 2006.

#### **Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación**

Juan Carlos Murga, Delegación Jujuy de la Agencia del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, febrero de 2007.

### **Gobierno de la provincia de Jujuy**

#### **Secretaría de Turismo y Cultura**

José Luis Martearena, Director de Turismo de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy, 7/03/2006.

Susana- PROFODE y Programa de Turismo Rural Comunitario, marzo de 2006 y 25/01/2007.

Germán- Área de Promoción y Marketing, 7/03/06.

Personal de atención al público del centro de Interpretación de Volcán, 6/03/2006.

Personal de la Casa de la provincia de Jujuy en Buenos Aires, julio de 2004, enero de 2006.

#### **-Unidad de Gestión Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad**

Arq. Néstor José, Coordinador de la Unidad de Gestión Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad, marzo de 2004.

Marcela- integrante del equipo técnico la Unidad de Gestión Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad, marzo de 2004, 14/03/2006, 9/01/2007.

Damián- arquitecto integrante del equipo técnico de la Unidad de Gestión Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad, 7/02/2007.

Carlos- arquitecto integrante de la Unidad de Gestión Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad, 21/09/2006.

### **Dirección Provincial del Trabajo del gobierno de Jujuy**

Silvia- Funcionaria de la Dirección Provincial del Trabajo del gobierno de Jujuy, 8/02/07.

### **Secretaría de Turismo de la provincia de Salta**

Personal de la oficina de informes de la Secretaría de turismo de la provincia de Salta en la ciudad de Salta, agosto de 2002 y septiembre de 2006.

### **Municipalidades de la Quebrada de Humahuaca**

#### **Municipalidad de Tilcara**

Félix Pérez, Intendente de Tilcara, 18/01/2007.

Eduardo Escobar, Director de Turismo de la Municipalidad de Tilcara, 5/03/2004, 8/03/2006.

Fernando Gaspar, Secretario de Gobierno de la Municipalidad de Tilcara, 22/01/2007.

Norma Suárez, Secretaria Hacienda, Municipalidad de Tilcara, 22/01/2007.

Marcelo Volante, Director de Acción Social Municipalidad de Tilcara, 16/01/007.

Juan Carlos Torrejón, Director de Cultura de la Municipalidad de Tilcara, 16/01/2007.

#### **Municipalidad de Humahuaca**

Karina Paniagua, Secretaria de Turismo de Humahuaca, 13/06/2006.

Personal de la Oficina de Informes Secretaría de Turismo de Humahuaca, 10/03/2006.

### **Comisión Municipal de Purmamarca**

Gustavo Chorolque, responsable de turismo de la Comisión Municipal de Purmamarca, 9/03/2006 y 14/02/2007.

Personal de la Oficina de Turismo de la localidad de Purmamarca, marzo de 2006.

### **Prestadores de servicios turísticos en la Quebrada de Humahuaca**

#### **Alojamiento**

Gerardo- Empresario hotelero y guía de turismo de Tilcara, originario de Buenos Aires, 5/03/2004, 21/01/2007.

Elsa- Propietaria de un camping en Tilcara, originaria de Tilcara, marzo de 2006.

Andrea- Empresaria hotelera de Tilcara, originaria de Córdoba, 17/01/2007.

José- Empresario hotelero de Tilcara, originario de Tilcara, 17/01/2007.

Nora- Integrante de la Junta de Regantes de Tilcara, brinda servicios de alojamiento en Tilcara, originaria de Tilcara, 19/01/2007.

Lucía- Empresaria hotelera de Tilcara, originaria de Buenos Aires, 22/01/2007.

Javier- Empresario hotelero de Huacalera, originario de Jujuy, 29/01/2007.

Gonzalo- Coordinador de la Comunidad Aborigen de Hornaditas, originario de Hornaditas, 30/01/2007.

Pablo- Empresario hotelero de Tilcara, originario de Bolivia, 31/01/2007.

Graciela- Empresaria hotelera de Tilcara, originaria de Purmamarca (conforma una sociedad anónima), 31/01/2007.



Marcos- Administración de establecimiento hotelero de Purmamarca, originario de Jujuy, 2/02/2007.

Miembros de una familia que brinda servicio de alojamiento turístico en casa de familia en Tilcara, originaria de Tilcara, 3/02/2007.

### **Gastronomía**

Gabriela- Propietaria de un local gastronómico en Tilcara, originaria de Buenos Aires, agosto de 2002, marzo de 2004.

Ricardo- Propietario de un local gastronómico de Humahuaca, originario de Humahuaca, 10/03/2006.

Julio- Músico, empleado de un museo y empresario turístico de Tilcara, originario de la Quebrada, 26/01/2007.

Juan- Propietario de un local gastronómico en Tilcara, originario de Jujuy, 2/02/2007.

Sergio- Propietario de un local gastronómico en Tilcara, antiguo propietario de un establecimiento de alojamiento turístico, originario de Jujuy, 3/02/2007.

Carlos Antoraz- Propietario de un local gastronómico en Purmamarca, arquitecto, originario de Jujuy, 8/02/2007.

### **Guías**

Gustavo- Guía de turismo de Tilcara (caminatas), originario de Tilcara, 8/03/2006.

Omar- Guía aborigen de Tilcara, originario de Tilcara, 13/03/2006.

Darío- Guía de turismo de Tilcara (caminatas), originario de Tilcara, enero-febrero de 2007.

David- Guía de turismo de Tilcara (excursiones en vehículo 4X4), originario de Buenos Aires, 21/01/2007.

Sebastián- Guía de cabalgatas en Tilcara, originario de Tilcara, 31/01/2007.

### **Empleados del sector turístico**

Gabriel- Docente, empleado de un museo 12/03/2006 y 29/01/2007.

Empleados del Museo Regional de Pintura "José A. Terry", enero de 2007.

Empleados del Museo Arqueológico "Dr. Eduardo Casanova", Tilcara, enero de 2007.

Gastón- Empleado como sereno de una posada de Tilcara, 20/01/2007.

Néstor- Empleado del Manantial del Silencio (Purmamarca) y en un local en Tilcara, 30/01/2007.

Norberto- Empleado del Hotel de Turismo de Tilcara, 1/02/2007.

Vanesa- Ex empleada en el sector turístico, propietaria de un bar en Tilcara, 16/02/2007.

### **Otros**

Elena Belli, Directora de Instituto Interdisciplinario Tilcara (UBA), 23/01/2007.

Cristina Argañaraz, Investigadora del Instituto Interdisciplinario Tilcara (UBA), 17/01/2007

Mercedes Ramírez de Irureta, Museo Irureta, Tilcara, marzo de 2006 y 17/01/2007.

José Vargas, Secretario gremial de UTHGRA (Unión de Trabajadores del Turismo Hotelero y Gastronómicos de la República Argentina) seccional Jujuy, febrero de 2007.

Enrique Gaspar, funcionario del Consejo Federal de Inversiones (CFI), Agencia Jujuy, 5/02/2007.

Fernando Medina, miembro de la Fundación Jujeña para el Desarrollo Sustentable (FUJUDES), 6/02/2007.

Guillermo Durand, arquitecto, 7/02/2007.

Lía- Secretaria administrativa de la Asociación de Turismo, marzo de 2004.

Fernanda- Miembro de la Comisión de Sitio de Tilcara, marzo de 2004.

Viviana- Empleada del Museo de la Vida Campesina (Cauqueva), Mairmará, marzo de 2006.

Manuela- Empleada del Registro Civil de Tilcara, marzo de 2006.

César- Miembro de una comunidad aborigen de Tilcara, 16/03/2006 y 12/02/2007.

Asunción Ontiveros Yulquila-Periodista de la provincia de Jujuy, enero de 2007.

Diego- Vecino de Pueblo Nuevo, Tilcara, 20/01/2007.

Fabián- Asesor turístico originario de Buenos Aires, 21/01/2007.

Alberto- Artesano de Tilcara, 22/1/2007.

Rita- Miembro del Concejo Deliberante de la Municipalidad de Tilcara, 24/01/2007.

### **Agencias de turismo**

#### **En San Salvador de Jujuy**

Personal de Be-dor turismo, agosto de 2002.

Personal de Gurrieri Travel, agosto de 2002.

Personal de Horus Turismo, agosto de 2002.

Personal de Norterama, agosto de 2002.

Personal de Tea Turismo, agosto de 2002.

#### **En Salta**

Personal de Ferro, agosto de 2002.

Personal de Movitrack safaris & turismo, agosto de 2002.

#### **En Tilcara**

Personal de Agencia Kollasuyo, agosto de 2002.