



Departamento de Turismo

Facultad de Ciencias Económicas
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Licenciatura en Turismo



Título: La valorización turística en el área de la Quebrada
de Humahuaca.

Desafíos e implicancias locales de la declaración
patrimonial por la UNESCO.

Tesis de grado

Alumno: Astudillo, Manuel

Legajo 77.185/5

Manuel-astudillo@hotmail.com

Director: Fabricio Gliemmo

11 de Marzo de 2016

Agradecimientos

A mi familia, por su apoyo incondicional, por acompañarme siempre.

A Fabricio Gliemmo, por haber aceptado ser mi director de tesis y por haberme brindado su tiempo, conocimiento y buena predisposición.

A mis amigos de la vida y de la facultad, porque con ellos recorrí este camino.

A todos los profesores, por sus enseñanzas a lo largo de estos años.

A las personas que gentilmente accedieron a ser entrevistadas durante la realización de la investigación.

A todas las instituciones a las que recurrí en búsqueda de información.

A todos aquellos que de distintas maneras me acompañaron en el transcurso de la carrera y en la elaboración de la presente tesis.

Gracias.

¹ La imagen de portada corresponde al Cerro de los Siete Colores, a sus pies se puede observar la localidad de Purmamarca. Fotografía: Manuel Astudillo, año 2014.

Índice

Resumen	3
Introducción	4
Tema de la investigación	4
Fundamentación del estudio del tema	6
Metodología	7
Objetivos	8
1. Marco teórico	9
1.1. La triada social de la Quebrada de Humahuaca	9
1.2. Patrimonio	12
1.3. Turismo y atractivos	13
1.4. Turismo, patrimonio y territorio	14
1.5. Valorización turística del patrimonio y diferenciación territorial	15
2. Historia de la Quebrada de Humahuaca y la llegada del fenómeno turístico	17
2.1. Historia de la Quebrada de Humahuaca	17
2.2. Historia del turismo en la Quebrada de Humahuaca	20
2.2.1 Turismo en la Quebrada desde 1990	23
2.2.2 La llegada de los turistas	24
2.2.3. La oferta turística	25
2.2.4. Nuevos caminos para disfrutar de la Quebrada y sus atractivos	26
3. Proceso de Patrimonialización de la Quebrada: valorización turística del lugar	28
3.1. La Quebrada patrimonial	29
3.2. Proceso de selección para definir el Patrimonio de la Quebrada	30
3.3. La participación de la comunidad local	31
3.4. Varios actores, distintas lecturas	33
3.5. Un lugar turístico patrimonial	33
4. La política turística para la Quebrada de Humahuaca	36
4.1. La política turística para el desarrollo de la Quebrada	36
4.2. Proyectos para impulsar el turismo	36
4.3. La participación de la población local	37
4.4. La creación de emprendimientos turísticos	38
4.5. El mercado laboral turístico	39
4.6. Resumen: la política turística para la Quebrada de Humahuaca	42
5. Implicancias locales generadas en la Quebrada de Humahuaca	44
5.1. La nueva versión de la Quebrada	44
5.2. Adaptando la Quebrada para el consumo turístico	44
5.2.1 Las disposiciones	44
5.2.2. La nueva arquitectura quebradeña	45
5.2.3. Transformaciones en las manifestaciones culturales	46
5.3. Implicancias locales no vinculadas con el turismo	50
5.4. Valorización de la Quebrada y su adaptación para el consumo turístico	51
Conclusión	54
Bibliografía	58
Anexos	61

Resumen

La Quebrada de Humahuaca, situada en la Provincia de Jujuy, ha sufrido ciertas transformaciones a lo largo de su historia como destino turístico y más aún luego de ser designada Patrimonio de la Humanidad en la categoría de Paisaje Cultural por la UNESCO en el año 2003. En sus principios era un destino de veraneo para las elites del noroeste argentino, luego un lugar de excursión mediante *tours* organizados y finalmente se convirtió en un centro de estadía y uno de los destinos turísticos más importantes de Argentina.

En términos generales, esta tesis se orienta a analizar los procesos recientes que redefinieron turísticamente a la Quebrada de Humahuaca y las implicancias locales generadas en dicho territorio; y en términos específicos, este trabajo tiene como objetivos analizar como interviene la valorización turística en el proceso de valorización patrimonial a partir de los intereses de los actores involucrados, identificar a dichos actores, analizar las implicancias locales generadas por los requerimientos del consumo turístico y referir el papel del poder político provincial en el procesos de valorización turístico y patrimonial. Así, se busca entender de qué manera fueron desarrollándose estos procesos de valorización turística y patrimonial de la Quebrada, las características de la política turística y su intención de generar desarrollo, la participación de los actores involucrados en la actividad turística y las implicancias locales que se produjeron como parte de este proceso.

A partir del análisis de documentación, información estadística y entrevistas en profundidad el trabajo de investigación concluye que la valorización de la Quebrada de Humahuaca como lugar turístico es resultado de un proceso dirigido a instalar ciertos atractivos turísticos a partir de su patrimonialización, con los cuales se generan transformaciones orientadas a su organización para el consumo turístico.

Palabras clave: Turismo; Patrimonio; Valorización turística; Implicancias locales; actores territoriales; Quebrada de Humahuaca.

Introducción

Tema de la investigación

El tema a investigar es el proceso de valorización de la Quebrada de Humahuaca, provincia de Jujuy (Argentina), como lugar turístico a partir de la designación como Patrimonio de la Humanidad en la categoría de Paisaje Cultural por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO: *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) en el año 2003.

La Quebrada de Humahuaca es un valle andino de 155 kilómetros de extensión que posee gran riqueza natural, cultural e histórica donde gran parte de su población se reconoce como descendiente de pueblos originarios. Dentro de sus límites se encuentran las localidades de Volcán, Tumbaya, Purmamarca, Maimará, Tilcara, Huacalera, Hipólito Irigoyen y Tres Cruces.

El turismo es una actividad que pese a que se realiza desde tiempos ancestrales, es difícil encontrar una definición absoluta del término, y esto es debido a que involucra una gran variedad de disciplinas académicas. Tradicionalmente, el turismo ha sido conceptualizado como un desplazamiento territorial con fines de ocio, motivado por la existencia en el lugar de destino de condiciones aptas y deseadas para la realización de estas actividades de esparcimiento. Tales condiciones suelen definirse como “atractivos turísticos”, también vistos como recursos. Se trataría de rasgos que son puestos en valor o activados para y por el turismo. Distintos agentes intervienen en estos procesos de valorización, destacándose entre ellos los agentes económicos y el estado (Bertoncello, 2002).

Gran parte de la literatura que aborda la relación entre turismo y patrimonio acuerda definir patrimonio como un conjunto de bienes o elementos naturales o culturales, materiales o inmateriales. Esta visión simple es producto de los múltiples conceptos que existen para definir patrimonio, es por eso que en la presente tesis iremos más allá de esa definición para pensar al patrimonio como el resultado de un proceso de selección definido por valores, ideas e intereses contemporáneos (Graham, Ashworth y Tunbridge 2000; Prats 1998) y llevado a cabo por actores sociales con poder suficiente para lograrlo, aunque mediante la imagen del sujeto colectivo se pretenda naturalizar este proceso. Concordando con Prats la activación patrimonial es llevada a cabo, principalmente, por el poder político; en este proceso de activación tienen también un rol importante los científicos y los “expertos”, en tanto cuentan con la capacidad de proponer interpretaciones y significados para establecer nuevos repertorios patrimoniales (Prats, 1998).

Es decir, estamos hablando de un cambio en las perspectivas más habituales las cuales piensan que el valor o sentido de los objetos se encuentran en ellos mismos o en su contexto de origen.

Reanudando el planteo de Prats, los procesos de patrimonialización son llevados a cabo por determinados actores, que se hacen portavoces de valores hegemónicos. Así, observamos como son generalizados para la sociedad los valores que le otorgan ciertos actores a los elementos considerados patrimonializables en los procesos de selección y activación. Sin embargo, lo que se define como patrimonio, puede no ser compartido por diferentes sectores o grupos de esa sociedad y ser objeto de diversas interpretaciones. Es decir que el patrimonio podríamos pensarlo, como un espacio de

conflicto, lucha, tensión y negociación entre diferentes sectores, atendiendo a las relaciones de poder entre los grupos involucrados (García, Canclini, 1999; Graham, Ashworth y Tunbridge, 2000; Prats, 1998).

Los sitios inscriptos como patrimonio atraen la atención del turismo y son promocionados para ese fin, más aún cuando los mismos poseen el reconocimiento de la UNESCO. La vinculación del patrimonio con el turismo equivale a su introducción en el mercado y produce cambios cualitativos en las activaciones patrimoniales, afectando los modos de vida de la población local y sus territorios (Prats, 2006; Bertoncello, 2002; Troncoso, 2009; Salleras, 2011).

La Inscripción de la Quebrada de Humahuaca fue impulsada por el gobierno provincial en un contexto de fuerte crisis económica nacional y provincial a fines de los 90 y principios del 2000, como una alternativa de “desarrollo regional”. Este reconocimiento y la implementación de determinadas políticas cambiarias, entre otros factores, favorecieron la llegada de turistas internacionales en el año 2002, dando lugar a un crecimiento del turismo y de los servicios vinculados a la actividad. Sin embargo, tal como advierte Prats (2003) no siempre la ecuación patrimonio + turismo es igual a desarrollo, ya que muchas veces el incremento e impulso de esta actividad se lleva a cabo ignorando o devastando el patrimonio (natural o cultural) y provocando impactos insostenibles a largo plazo.

Este proceso de valorización y transformación de la Quebrada de Humahuaca como lugar turístico a partir de la designación como Patrimonio de la Humanidad está íntimamente relacionada con las asignaturas “Geografía Turística Argentina y Latinoamericana” y “Patrimonio Turístico Argentino” en lo que respecta a patrimonio, autenticidad, relación entre patrimonio y turismo, uso social del patrimonio cultural e impactos del turismo sobre el patrimonio, el territorio y la sociedad.

Asimismo se debe considerar que estas no son las únicas materias, ya que vinculado a “Políticas turísticas”, encontramos los roles del sector público y privado en el turismo, las políticas públicas y la planificación económica del turismo, contemplando en este aspecto las consecuencias positivas y negativas que se desprenden de la patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca.

Por otro lado en la asignatura “Crecimiento económico, turismo y medio ambiente”, se desarrollaron temas vinculados al turismo en contextos frágiles, el patrimonio como base de la atraktividad turística de un territorio, beneficios económicos (primarios y secundarios) de la actividad turística, la creación de empleos, la dinamización de la economía y de las comunidades locales y los riesgos de la actividad turística no controlada. Todos estos constituyen factores que estudiaremos en el presente trabajo.

De los párrafos precedentes se desprenden algunos interrogantes preliminares que orientan los objetivos que abordaremos en el proyecto de investigación: ¿De qué manera se fue valorizando el área de la Quebrada de Humahuaca en los últimos años? ¿Qué tipo de relación existe entre atractivo turístico y patrimonio? ¿Cómo participaron el turismo y la patrimonialización en este lugar? ¿Cuáles son los actores vinculados en este proceso y qué intereses desarrollan?

Este conjunto de preguntas, entre otras, nos llevo a constituir la hipótesis de la investigación. Se propone que la valorización de la Quebrada de Humahuaca como lugar turístico es resultado de un proceso enfocado a instalar ciertos atractivos turísticos a partir de su patrimonialización, con los cuales se generan transformaciones orientadas a su organización para el consumo turístico. Estas transformaciones implican el accionar de varios actores (sector público, sector privado, comunidad local

y otros actores) que poseen diversas lógicas que orientan y definen sus acciones en el territorio.

Estos procesos han generado distintas miradas, opiniones, manifestaciones e interpretaciones. Sin embargo, consideramos que lo que acontece en la Quebrada se aleja bastante de las expectativas generadas en relación con las necesidades locales, cuando en sus inicios se apostó al turismo para revertir condiciones económicas y laborales adversas.

Lo que nos interesa es conocer de qué manera fueron desarrollándose estos procesos de valorización turística y patrimonial de la Quebrada, las características de la política turística y su intención de generar desarrollo, la participación de los actores involucrados en la actividad turística y las implicancias locales que se produjeron como parte de este proceso. De esta manera, podremos comprender como se conforma esta situación.

Fundamentación del estudio del tema

En la actualidad el turismo esta presente en Argentina como en ningún otro momento de su historia. El gobierno nacional lo considera una política de estado y se hace referencia al turismo como “el motor de la economía” “asegurando” que cada lugar que posee rasgos distintivos considerados atractivos para el turista pueden ser una herramienta de crecimiento. Con frecuencia dentro de estos rasgos aparece el patrimonio como un elemento de interés particular para ofrecer al turismo.

Estas ideas positivas sobre el turismo son compartidas desde la práctica profesional, los organismos internacionales, los agentes económicos y, en parte, desde el mundo académico. El turismo estaría siendo considerado una herramienta para dar soluciones a distintas situaciones. Sin embargo, en el caso de la Quebrada de Humahuaca, estas afirmaciones sobre el turismo serían más una expresión de deseo que el producto de una investigación.

Consideramos importante analizar este tema por las consecuencias que conlleva la explotación turística del patrimonio en la Quebrada de Humahuaca y para mostrar que dentro del proceso de patrimonialización existen intereses diversos más allá de la protección y conservación de los bienes culturales y naturales.

Este trabajo se orienta en la línea de diversas investigaciones tales como las de Troncoso, dentro de la que distinguimos “Turismo y patrimonio en la Quebrada de Humahuaca. Lugares, actores y conflictos en la definición de un destino turístico argentino”, y a la de Salleras, “Patrimonio cultural, territorio y turismo en la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina): discusiones en torno al desarrollo”. Asimismo, este tipo de investigación fue elaborada en otros destinos designados como Patrimonio de la Humanidad, como es el caso del trabajo realizado por Diego Kuper, “Turismo y áreas de preservación ambiental: el desarrollo turístico de Península de Valdés, provincia de Chubut”, donde cuenta cómo el turismo fue utilizado como una herramienta para el desarrollo, analizando el proceso de valorización turística, la relación existente entre el turismo y el patrimonio y las implicancias locales en Península de Valdés.

Los conocimientos que se pretenden lograr con esta tesis constituyen un aporte a la hora de observar la relación entre turismo y patrimonio, como los mismos pueden redefinir un lugar y las transformaciones que pueden provocar en la comunidad local y en el territorio de la Quebrada de Humahuaca.

Metodología

Realizaremos una investigación analítica, crítica y reflexiva, y una recopilación selectiva de información historizada brindada principalmente por fuentes secundarias como libros y artículos publicados por estudiosos académicos dentro de los cuales destacamos a Troncoso (2012), Bertoncetto (2002), Almirón (2006), Prats (2003); y a manera de complemento, por fuentes descriptivas como publicaciones y diarios.

Luego se procederá a la utilización de fuentes primarias, como entrevistas. Las mismas, serán entrevistas especializadas y a elite (Valles M. 1999), las cuales fueron definidas por Dexter como “una entrevista con cualquier entrevistado, a quien de acuerdo con los propósitos del investigador se le da un tratamiento especial, no estandarizado. Por tratamiento especial, no estandarizado quiero decir: enfatizando la definición de la situación por el entrevistado, animando al entrevistado a estructurar el relato de la situación y permitiendo que el entrevistado introduzca en medida considerable sus nociones de lo que considera relevante, en lugar de depender de las nociones del investigador sobre relevancia”.

Las ventajas de este tipo de entrevista en profundidad permiten la obtención de una gran riqueza informativa, en las palabras y enfoques de los entrevistados, proporciona la oportunidad de clarificación y seguimiento de preguntas y respuestas en un marco mas directo y a la vez facilita la comprensión de los conocimientos (Valles, M. 1999).

Esta elección metodológica se origina en la búsqueda de profundidad analítica y crítica obtenida de las entrevistas y de las fuentes escritas de información antes, durante y posterior al proceso de patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca.

El enfoque a desarrollar será de análisis cualitativo utilizando un método descriptivo a la hora de plantear y revelar los procesos que llevaron a las transformaciones sociales y territoriales; y a su vez utilizaremos el método interpretativista para poder comprender dichos procesos. Es decir, producir teoría a partir de interpretar los fundamentos teóricos sustentados en los diferentes autores.

Claramente lograríamos cumplir nuestros objetivos realizando un análisis crítico y reflexivo, en el que no solo intentaremos describir e interpretar la patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca hecha por la UNESCO, sino que vamos a identificar y expresar las implicancias locales que generaron estos procesos.

Objetivos

Objetivo general

Analizar desde una crítica reflexiva el proceso de valorización de la Quebrada de Humahuaca como lugar turístico a partir de la designación patrimonial por la UNESCO y sus implicancias locales.

Objetivos Específicos

- Analizar como interviene la valorización turística en el proceso de valorización patrimonial a partir de los intereses de los actores involucrados.
- Identificar los actores territoriales vinculados al turismo y al proceso de patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca.
- Analizar las implicancias locales generadas por los requerimientos del consumo turístico.
- Referir el papel del poder político provincial en el proceso de valorización turístico y patrimonial.

1. Marco teórico

Este primer capítulo está orientado a ofrecer una presentación general de varios conceptos que serán utilizados para analizar el proceso de valoración de la Quebrada de Humahuaca como lugar turístico. Estos conceptos e ideas van a girar principalmente en torno a la relación entre el turismo y el patrimonio.

En la primera parte de este capítulo entraremos a desarrollar diferentes conceptos sobre procesos, lugares, actores, patrimonio, turismo, territorio y atractivos. En la segunda parte vamos a intentar comprender la relación entre turismo y patrimonio, y trataremos temas como la valorización turística del patrimonio y la diferenciación territorial, temas fundamentales para dar inicio a nuestro caso de investigación.

1.1. La triada social de la Quebrada de Humahuaca

Bozzano (2009), propone un método para el tratamiento de los temas que componen una investigación a través del análisis de tres criterios de mayor grado de abstracción teórica como el sistema, la acción y el territorio, o bien tres componentes de menor grado de abstracción tales como procesos, actores y lugares. El concepto de triada o *triade*, se lo entiende como un "...conjunto de tres cosas o seres estrecha o especialmente vinculados entre sí."² Asimismo, es llamada social dado que Bozzano reconoce a la sociedad como la esencia y la razón de ser de procesos, sujetos y lugares.

Tanto los procesos como los lugares y los actores, son los elementos fundamentales constitutivos de la triada social, la cual resulta útil para posicionar teórica y metodológicamente estudios, investigaciones y proyectos referidos a objetos transdisciplinarios o concernientes a disciplinas muy diversas.

Teniendo en cuenta la definición de triada, a continuación se realizará una descripción sobre los elementos contenidos dentro de ella.

Procesos

Los procesos son aquellos que tienen una fuerza explicativa difícil de operacionalizar sin personas ni lugares. Los procesos suelen constituir el factor explicativo (*explanans*) de lo que se desea explicar (*explanandum*), en donde intervienen actores y lugares.

Existe un sinnúmero de procesos sociales, económicos, políticos, socio-culturales, político-económicos, socio-económicos, político-institucionales, hidrológicos, geológicos, ambientales, territoriales y muchos otros, que acontecen en los lugares; todos ellos son útiles, algunos son secundarios y otros de ellos necesarios para aportar a la definición tanto de un concepto complejo como el territorio. La noción de proceso es la de máxima complejidad dentro de la triada; procesos hay miles, por eso, es preciso elegir uno o algunos pocos, para evitar caer en investigaciones poco factibles.

² "Del latín *triās*, -adis, y este del griego *τρις*, -δος, trío, número tres" (Real Academia Española, 2006).

Para comprender el caso de la valorización de la Quebrada de Humahuaca como destino turístico, resulta significativo dimensionarla, teniendo en cuenta la tríada social (Bozzano, 2009), en donde se hacen presentes las cuestiones como vértices de la tríada, como lo son lugares, procesos y actores. Se hace referencia a lugares como ciudades, barrios, campos, regiones, municipios, países u otros recortes territoriales. Pero, para entender estos lugares, es necesario explicar los procesos que le dan sentido a los mismos, así como conocer las lógicas que despliegan los actores en cada lugar y en cada proceso.

Dentro de la Quebrada de Humahuaca, pueden evidenciarse dos procesos que proporcionan un marco teórico y explicativo para comprender el tema en estudio. Estos procesos son: el proceso de valorización turística y el proceso de patrimonialización, que más adelante serán desarrollados específicamente.

Lugares

La palabra lugar se deriva del latín *locus* y, a partir del siglo XII, de sus derivadas *localis* y *logar*, que significan local y del lugar, respectivamente, aunque sus orígenes son previos.

En el sentido actual del concepto, hay en el significado del término lugar a una hibridación entre el *locus* y alguien, o bien entre el *locus* y algo, entre una casa y su habitante: su domicilio. Desde esta perspectiva un territorio no es sólo un barrio, una ciudad, una región o un país, sino un barrio y su vida en alguien, una ciudad y su vida en alguien, una región y su vida en alguien, un país y su vida en miles o millones de actores que se apropian, lo ocupan, lo usan, lo valorizan, lo explotan, lo degradan, lo resignifican cada vez.

El lugar es un patrón de ocupación y apropiación territorial en la micro y/o meso escala donde sujetos, actores y ciudadanos ponen en marcha continuamente -de manera conflictiva y solidaria- acontecimientos jerárquicos, homólogos y complementarios, resignificando conciencias, acciones y objetos de manera perpetua en instancias de un proceso de organización territorial. El lugar se redefine siempre (Bozzano, 2011).

Se hace referencia a lugares como ciudades, barrios, campos, regiones, municipios, países u otros recortes territoriales. No puede concebirse al lugar sin el territorio. En este caso de estudio, se hará referencia a la Quebrada de Humahuaca, como lugar en donde se lleva a cabo el *locus* y alguien, cargados de historia y de actores. Dentro de sus límites encontramos las localidades de Volcán, Tumbaya Purmamarca, Maimará, Tilcara, Huacalera, Humahuaca, Hipólito Irigoyen y Tres Cruces.

Actores

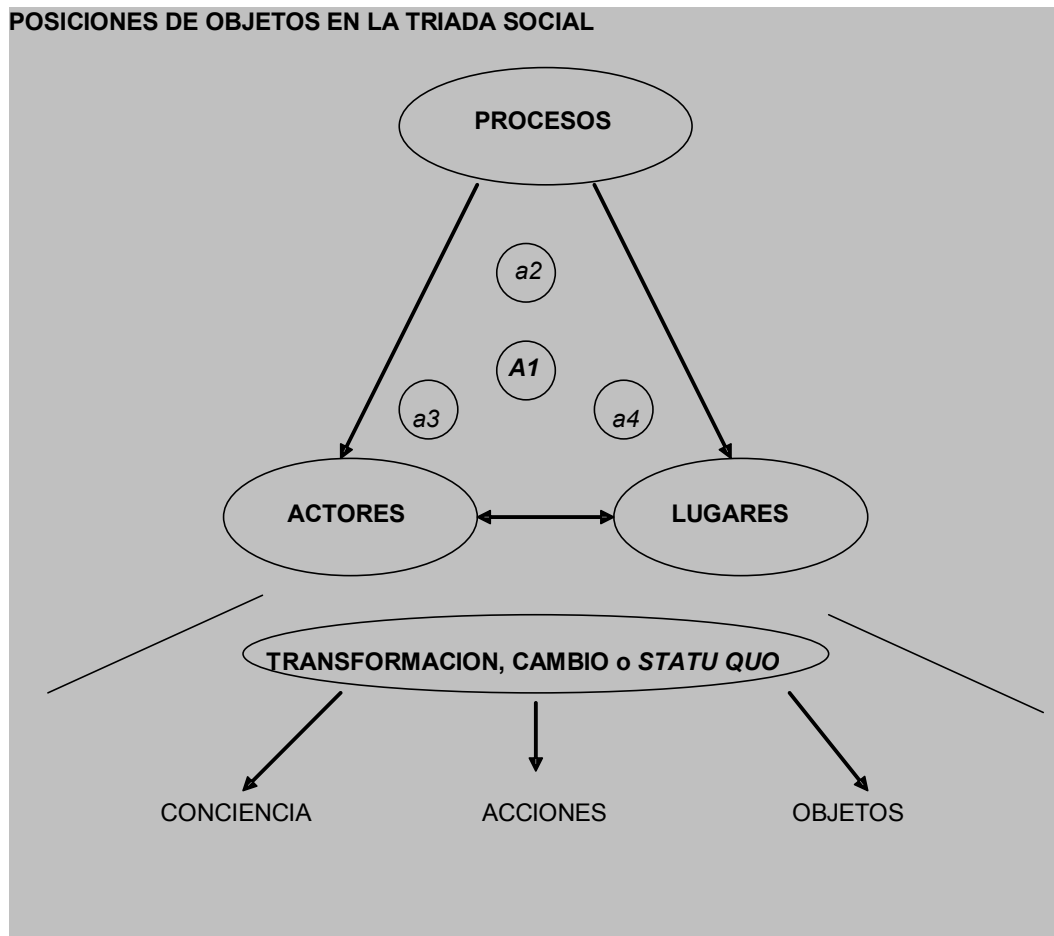
Los procesos sociales en cualquier territorio y lugar son protagonizados en muy diverso grado e intensidad por actores públicos, empresarios y ciudadanos, sujetos del Estado, de sectores empresarios y de la ciudadanía, respectivamente. Hay sujetos cuya participación, conflictiva o solidaria, es más protagónica, en otros es más pasiva. Todo sujeto social encarna e integra en mayor o menor medida un proceso en el que Estado, mercado y ciudadanía entablan relaciones conflictivas, contradictorias, complementarias y cooperativas. Los sujetos hacen los lugares y concretan los procesos (Bozzano, 2009).

El significado y el alcance de procesos, lugares y actores en la tríada social es polisémico, y a la vez no excluyente; por este motivo se trata de una propuesta teórico-metodológica. En todo caso, entre procesos, lugares y actores se posicionan una gran variedad de objetos: sociales, territoriales, políticos, ambientales, culturales, económicos, turísticos, urbanísticos, educativos, sanitarios y muchos otros. El posicionamiento en diferentes espacios de la tríada no es sólo metodológico, sino teórico y epistemológico, porque la elección y la concepción de determinados procesos, lugares y actores nunca será inocua. De esta manera sería posible indagar cómo y en qué medida en toda aplicación de la tríada social a cada objeto de investigación estaríamos activando vectores epistemológicos, vectores gnoseológicos, vectores ontológicos y vectores axiológicos (Bozzano, 2009).

En el caso de la Quebrada de Humahuaca, puede identificarse la participación de varios tipos de actores: Gobierno Provincial, la UNESCO, los empresarios turísticos (tanto locales como foráneos), municipios, asociaciones, comunidad local y turistas, entre otros.

Bozzano en su publicación "Territorios posibles. Procesos, lugares, actores", establece gráficamente la relación dada entre los tres elementos de la tríada social y como cada uno de ellos ejerce su influencia sobre los demás. Nuestro caso como objeto de estudio estaría representado en el círculo A1.

Figura 1: Posiciones de objetos en la Triada Social.
Fuente: Gráfico extraído de Horacio Bozzano (2009)



1.2. Patrimonio

El patrimonio suele ser entendido como el acervo de una sociedad, esto es, el conjunto de bienes (naturales o culturales, materiales o inmateriales) acumulados por tradición o herencia, común al conjunto de los individuos que constituyen esa sociedad. El vínculo con la identidad y la cultura es una característica distintiva, en la medida que el patrimonio es parte de una cultura y expresaría, de modo sintético y paradigmático, los valores identitarios que la sociedad reconoce como propios (Almirón, Bertoncello, & Troncoso, 2006).

En esta definición podemos observar que el patrimonio es definido como algo proveniente del pasado que asegura la presencia en la actualidad. Interesa ver el carácter estático, indiscutible e inmodificable del patrimonio que le otorgan en dicha concepción, en la cual la sociedad heredera es solo la receptora y transmisora del patrimonio.

Pero a contraposición de esta concepción, vemos como otros autores como Prats (1998) señalan que el patrimonio es el resultado de procesos actuales de “activación patrimonial”, entendiéndose por tal la selección de determinados objetos entre un conjunto amplio de objetos pasibles de ser patrimonializados. La activación patrimonial consiste en un proceso de legitimación de referentes simbólicos a partir de fuentes de autoridad o sacralidad extraculturales (en el sentido de estar más allá de orden social), esenciales e inmutables.

El patrimonio es, por lo tanto, resultado de un proceso de selección definido por valores, ideas e intereses contemporáneos (Graham, Ashworth y Tunbridge, 2000 en Almirón et al., 2006; Prats 1998) y llevado a cabo por actores sociales con poder suficiente para lograrlo, aunque mediante la imagen del sujeto colectivo se pretenda naturalizar este proceso. Concordando con L. Prats la activación patrimonial es llevada a cabo, principalmente, por el poder político; en este proceso de activación tienen también un rol importante los científicos y los “expertos”, en tanto cuentan con la capacidad de proponer interpretaciones y significados para establecer nuevos repertorios patrimoniales (Prats 1998).

Siguiendo esta línea, García Canclini (1999) analiza el patrimonio en términos de capital cultural como un proceso social que se renueva, modifica y es apropiado de manera desigual por diversos sectores de la sociedad. Según este autor se trata de “un espacio de lucha material y simbólica entre las clases, las etnias y los grupos” en el que pueden verse las contradicciones y tensiones con respecto al uso y significado del patrimonio en un determinado momento histórico.

Así, coincidiendo con ciertos autores (Almirón, Bertoncello, & Troncoso, 2006) la condición de patrimonio puede ser interpretada no como un atributo inherente del objeto clasificado como tal, sino como el resultado de la intencionalidad de determinados individuos o grupos de la sociedad actual, que logran imponer su posición y la cristalizan en el objeto patrimonializado.

Es decir, estamos hablando de un cambio en las perspectivas más habituales las cuales piensan que el valor o sentido de los objetos se encuentran en ellos mismos o en su contexto de origen.

D. Lowenthal advierte sobre estas cuestiones: “cada generación determina su propio legado, eligiendo lo que quiere descartar, ignorar, tolerar o atesorar y la manera de tratar lo que está guardado” (Lowenthal, 1998 en Troncoso, 2012). Desde esta

perspectiva, nos preguntamos si el patrimonio es una herencia del pasado que hoy se rescata, o un objeto del presente que se construye en base al pasado. Y más aún, siguiendo esta teoría entendemos que desde el presente se piensa también en el futuro; según señalan Graham, Ashworth y Tunbridge (2000, en Almirón et al., 2006) al decir que es desde el presente que se vislumbra un futuro imaginado, asignado a las generaciones futuras ciertas necesidades patrimoniales.

Reanudando el planteo de Prats, los procesos de patrimonialización son llevados a cabo por determinados actores, que se hacen portavoces de valores hegemónicos. Así, observamos como son generalizados para la sociedad los valores que le otorgan ciertos actores a los elementos considerados patrimonializables en los procesos de selección y activación. Sin embargo, lo que se define como patrimonio, puede no ser compartido por diferentes sectores o grupos de esa sociedad y ser objeto de diversas interpretaciones. Es decir que el patrimonio podríamos pensarlo, como un espacio de conflicto, lucha, tensión y negociación entre diferentes sectores, atendiendo a las relaciones de poder entre los grupos involucrados (García Canclini, 1999; Prats, 1998)

1.3. Turismo y atractivos

Tradicionalmente, el turismo ha sido conceptualizado como un desplazamiento territorial con fines de ocio, motivado por la existencia en el lugar de destino de condiciones aptas y deseadas para la realización de estas actividades de esparcimiento. Tales condiciones suelen definirse como “atractivos turísticos”, también vistos como recursos. Se trataría de rasgos inherentes a los lugares, que son puestos en valor o activados para y por el turismo. Distintos agentes intervienen en estos procesos de valorización, destacándose entre ellos los agentes económicos y el estado (Bertoncello, 2002).

Desde esta perspectiva, los atractivos turísticos son considerados como atributos propios de los lugares, preexistentes a su valorización turística. La valorización se realizará en dos pasos: su descubrimiento y luego su acondicionamiento para viabilizar la práctica turística. Estos supuestos también están presentes en el vínculo que se establece entre el turismo y el desarrollo, en la medida en que la existencia de dichos atractivos permitiría a los lugares donde ellos se ubican a descubrir en el turismo una estrategia para su desarrollo.

Desde la perspectiva de otros autores como Bertoncello, Castro y Zusman (2003), se hace énfasis en los procesos sociales que llevan a que estos rasgos se conviertan en atractivos turísticos. Desde esta perspectiva, la práctica turística se organizaría en torno a atractivos que no son atributos per se de los lugares, sino que la condición de atraktividad sería socialmente construida, recurriendo en parte a los atributos inherentes al lugar de destino, pero en parte también a otras cuestiones, tales como los intereses específicos de los actores sociales involucrados, los hábitos y costumbres, las modas, etcétera (Bertoncello et al., 2003).

En este sentido, no importaría el grado de excepcionalidad que tengan los rasgos de un determinado lugar, ya que sólo se valorizarán como atractivos turísticos si logran concordar con las demandas de los turistas. En consecuencia, la valorización de un lugar como destino turístico no se provocaría solo por los rasgos que le son propios ni exclusivamente por lo que piense la sociedad que habita ese lugar.

Por estas cuestiones planteamos la posibilidad de que en el lugar de destino turístico lo que se muestre al turista sea una simple “escenificación” ajustada en función de sus expectativas para ser apropiadamente consumida. Y aquí pondríamos en debate toda la discusión sobre la autenticidad del hecho turístico.

Esto lo podemos observar en la Quebrada de Humahuaca, reconociendo como a lo largo del siglo XX, fueron cambiando los rasgos del lugar que se han valorado como atractivos, buscando satisfacer las necesidades, expectativas y deseos de los turistas. Hablaremos de estas transformaciones en los capítulos posteriores.

1.4. Turismo, patrimonio y territorio

El patrimonio es un recurso turístico que, además de sus cualidades específicas, esta cargado de un conjunto de atributos que son transmitidos por la condición misma de patrimonio. Dentro de estos atributos encontramos: el valor universal, el carácter compartido y consensuado, el estar más allá de cuestionamientos y ser el responsable de un conjunto de significados que van más allá del lugar u objeto del que se trate. Esto convierte al patrimonio en un recurso turístico muy importante.

Si observamos las diferentes concepciones que fuimos haciendo del patrimonio, podemos reconocer que dentro del proceso de patrimonialización, encontramos un proceso de selección que es llevado a cabo en simples palabras por el turismo, ya que es el que pondrá en valor ciertos atributos de un lugar y dejará de lado otros. De esta manera, coincidiendo con Almirón, Bertonecello y Troncoso (2006) es posible pensar el turismo como una práctica que resignifica el patrimonio a partir de procesos sociales de construcción de atraktividad turística, esto es, de valorizarlo como atractivo turístico de un lugar y al mismo tiempo, en este proceso, el propio turismo se resignificaría a si mismo. Asimismo, reconocemos que mediante la actividad turística, el patrimonio ingresa al mercado para ser consumido, ya que dicha actividad lo convierte en una mercadería.

Ahora bien, si decimos que el proceso de patrimonialización es un proceso conflictivo, su relación con el turismo lo torna aún más conflictivo. Por su parte, Prats (2003) advierte que no siempre la ecuación patrimonio + turismo es igual a desarrollo, ya que muchas veces el incremento e impulso de esta actividad se lleva a cabo ignorando o devastando el patrimonio (natural o cultural) y provocando impactos insostenibles a largo plazo.

Algunos análisis de procesos de valorización turística del patrimonio ya han plasmado los conflictos producidos entre diferentes actores; en especial han destacado la pérdida de identificación de algunos sectores de la población local con aquellos elementos legitimados como patrimonio una vez que son valorizados por el turismo y transformados para el consumo. Tal como señala Prats (2006) la vinculación del patrimonio con el turismo equivale a su introducción en el mercado y produce cambios cualitativos en las activaciones patrimoniales, afectando los modos de vida de la población local y sus territorios.

Cuando hablamos de territorios, hacemos referencia a un espacio de conflictualidades. Es decir, territorio como un espacio en disputa en el que se dirimen diferentes usos del mismo en función de diversos intereses políticos, económicos y sociales sobre él. Haesbaert agrega que el territorio, es considerado como un espacio atravesado por relaciones de poder, como un ámbito en disputa, donde se destaca la capacidad diferencial de los actores buscando su control o dominio sobre el mismo

(Haesbaert, 2004 en Almirón et al., 2006). Y siguiendo esta misma línea, Corboz (2001, en Almirón et al., 2006) señala que el territorio no es un dato sino el resultado de la constante interacción entre la sociedad y su ambiente en el que se superponen marcas de diferentes momentos.

Por otro lado, observamos como se piensa al patrimonio como un recurso, y al considerar al turismo también como actividad económica, dicho recurso puede ser puesto en valor económico a través del turismo. Esto no es nada nuevo, ya que en nuestra sociedad los procesos de mercantilización de la cultura se han consolidado en los últimos años.

Producto de este análisis, decimos que existe una relación muy estrecha entre turismo y patrimonio, la cual muchas veces es evaluada como positiva, ya que mediante el turismo, los objetivos de preservación aparecen vinculados con la promesa del desarrollo y la creación de puestos de trabajo.

Sin embargo, no podemos pasar por alto que esto constituye, además, un proceso de creación de recursos, que son apropiados por actores específicos cuyos intereses no son los mismos que los de la sociedad y ellos son los que ponen en disponibilidad este patrimonio para la actividad económica.

1.5. Valorización turística del patrimonio y diferenciación territorial

El simple hecho de que existan elementos patrimoniales en los lugares constituye una forma de diferenciación territorial. Esto es producto de que el turismo recurre a estos elementos patrimoniales transformándolos en atractivos turísticos y de esta manera, se redefinen los lugares turísticos.

La diferenciación de lugares es una de las herramientas que forma al turismo. Esto lo relacionamos con los intentos por construir lugares turísticos que se adapten a la cambiante y diversificada demanda turística, lo que provoca la multiplicación y diferenciación de destinos, con lo cual permite la competencia entre ellos.

Como ya hemos mencionado, el patrimonio mediante la condición de elemento único y no reproducible, es transformado en mercadería y comercializado a través del turismo.

El hecho de que estos elementos únicos y no reproducibles estén fijos en el espacio permite, a través de procesos de valorización territorial, generar y apropiarse renta. Así, por ejemplo, aunque el patrimonio valorizado por el turismo tenga, en la mayoría de los casos un carácter público, su condición de objeto fijo al espacio habilita el control privado del acceso al mismo a través de la propiedad privada del suelo; o en los casos que esto no es posible, al control del equipamiento o infraestructura necesarios para el disfrute de dicho patrimonio (Bertoncello 2002).

Lo que queremos marcar en este punto es que, si el turismo solo interviniera valorizando un patrimonio ya existente, la presencia de este patrimonio será un factor determinante de la actividad económica turística, y el mismo, va a marcar los límites a los actores que participan en ella. A su vez, la dimensión territorial solo va a intervenir en base a la distribución del patrimonio entre los distintos lugares, es decir, solo podrán ser destinos turísticos aquellos lugares que cuenten con patrimonio que pueda ser valorado turísticamente.

En contraposición a esto, si el turismo participa en la definición del patrimonio, este será resultado de los intereses específicos de los actores que participan en esta definición. Dichos intereses son casi siempre económicos, sociales y territoriales. De esta manera, solo van a ser patrimonializados aquellos elementos que puedan ser mercantilizados, y esto ocurrirá solo en los lugares donde esta mercantilización permita obtener ganancias y rentas a los actores que se encuentran involucrados en el proceso.

Esta presencia del patrimonio es muy importante en el lugar, ya que sus cualidades distintivas colocan al lugar en una posición privilegiada permitiéndole formar parte del mercado de destinos turísticos. Con esto, vemos como la activación patrimonial deja de ser solo una herramienta de protección, conservación y preservación, para transformarse mediante la valorización turística en una herramienta fundamental en la economía, no solo del lugar, sino también de los actores sociales que intervienen en este proceso.

Son justamente estas dimensiones económicas y en especial, los actores relacionados a ellas, los que adquieren un papel importante en estos procesos. Estos actores en su mayoría son foráneos, y llevan adelante intereses múltiples y contradictorios entre sí. Con lo cual, resulta fundamental comprender sus acciones para poder llevar adelante el análisis de estos procesos de valorización turística del patrimonio y las transformaciones de lugares en destinos turísticos. Por supuesto, siempre teniendo en cuenta que por detrás de sus buenas intenciones, puede llegar a haber algunas acciones e intencionalidades ocultas.

2. Historia de la Quebrada de Humahuaca y la llegada del fenómeno turístico

Este capítulo comienza presentando algunos aspectos generales de la Quebrada de Humahuaca que nos permiten comprender las características que tomo el proceso de valorización turística y patrimonial del lugar y luego continua con aspectos generales del desarrollo del turismo a modo de punto de partida para su posterior tratamiento en detalle en los capítulos sucesivos.

Nos resulta fundamental comenzar comentando el contexto socioeconómico para lograr entender la presencia del turismo en relación con los aspectos económicos, sociales, productivos y demográficos de la zona. Asimismo, porque algunos de los rasgos distintivos del lugar serán transformados en atractivos turísticos y a su vez, formarán parte de los referentes patrimoniales en todo el proceso de valorización turística y patrimonial.

2.1. Historia de la Quebrada de Humahuaca

La Quebrada de Humahuaca, es un valle andino de 155 kilómetros de extensión situado al norte de la ciudad de San Salvador de Jujuy. Es presentada a partir de las particularidades físico-naturales del valle del Río Grande, caracterizado por un escaso desarrollo transversal acentuado por el desnivel importante entre las cumbres de las sierras que lo rodean y el lecho del río (Reboratti, García Cordon, Albeck, Castro y Arzeno, 2003).

Figura 2: Mapa de la Quebrada de Humahuaca.
Fuente: Secretaría de Turismo de la Provincia de Jujuy.



Estas formas del relieve están acompañadas de una presentación del lugar en el cual predomina la aridez. En la zona encontramos escasas precipitaciones anuales, las cuales ocurren principalmente en verano y una flora natural formada por especies xerófilas, que muestran al suelo desnudo en grandes extensiones principalmente cuando nos dirigimos hacia el norte.

Hablando de la presencia humana, se estima que la ocupación de la Quebrada de Humahuaca lleva al menos 11.000 años, con grupos cazadores recolectores seguidos por sedentarios que organizaron una producción agrícola de secano y cría de animales. Mas recientemente, en los siglos XV y XVI se producirían, sucesivamente, la anexión de estos grupos al imperio Inca y la llegada de los españoles que modificarían la forma de organización de territorio (Sica, Bovi y Mallagray, 2006). Para fines del siglo XIX queda conformado un mapa caracterizado por la presencia de grandes haciendas con arrendatarios, coexistiendo con pequeñas unidades de producción de subsistencia. La producción de ganado para abastecer al Alto Perú y el cultivo de forrajeras para el ganado en pie existentes hasta el momento fueron reemplazados por una producción agrícola orientada al mercado interno facilitada por la llegada del ferrocarril en la década de 1910 (Sica et al., 2006).

A partir de ese momento la Quebrada de Humahuaca pasa a ser un área en la cual predomina la actividad agraria. Esta actividad se complementaría con la actividad minera (extracción de cal en las cercanías de Volcán) y las actividades del sector terciario (administración pública y turismo).

Una de las funciones que históricamente caracterizó a la Quebrada fue la de área de circulación: los grupos sedentarios que organizaron la producción agrícola en la zona mantenían vínculos comerciales con el sur de Bolivia, la costa del Pacífico y el Chaco a través de la Quebrada; con la presencia incaica, este lugar aparecerá formando parte del sistema de caminos que construyó el Imperio Inca. Durante la época colonial, la Quebrada de Humahuaca sirvió de ruta con fines comerciales que vinculaba el Alto Perú con otras áreas del Virreinato del Río de La Plata y continuó con esta función durante el inicio del período independiente (Reboratti et al., 2003). En el siglo XX toma mayor impulso esta condición de vía de comunicación: 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. Asimismo, a partir de la década de 1940 se produce la extensión de la ruta Nacional N°9 que llega hasta el límite con Bolivia y se transforma en la principal vía de comunicación utilizada para el transporte de pasajeros y mercaderías. Esta ruta termina siendo la única vía de comunicación cuando ocurre el cierre del ramal ferroviario. En el presente, es esta ruta histórica la que organiza las visitas turísticas de la Quebrada, y en la cual se realizan los desplazamientos de la población residente entre los pueblos y hacia San Salvador de Jujuy.

Haciendo referencia a la distribución demográfica, la población de la Quebrada se concentra principalmente en las localidades de Humahuaca y Tilcara y en otras como Maimará, Volcán, Huacalera, Uquiá, Hipólito Yrigoyen, Purmamarca, Tumbaya y Tres Cruces. En vinculación con sus condiciones de vida, muchos sectores de la sociedad quebradeña han tenido dificultades históricas para el acceso al mercado de trabajo siendo habitualmente la Quebrada presentada como una de las áreas más pobres de la provincia y del país. Esta situación la observamos en relación con las actividades económicas que giran en torno a esta zona, en la cual los sectores rurales realizan en su mayoría prácticas productivas para autoconsumo. A su vez, el mercado laboral local se complementó históricamente con el provincial y con el nacional de la mano de procesos migratorios desde la Quebrada, aunque las localidades urbanas de la

Quebrada también han sido destinos de flujos migratorios. Tal como señalan Janoschka y Reboratti (2003, en Troncoso, 2012) estos centros reciben población proveniente de Bolivia y, del Área Metropolitana de Buenos Aires y otras capitales del interior del país (muchos de estos últimos migrantes fueron quienes empezaron a ofrecer servicios turísticos en la década del 2000).

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 en medidas adoptadas por las empresas) producen importantes reducciones en la cantidad de trabajadores empleados en ellas. Estos procesos produjeron importantes transformaciones laborales que, entre otras consecuencias, incentivaron movimientos de emigración desde Jujuy hacia otros lugares del país. En este contexto aumentó la modalidad del trabajo por cuenta propia, cuyo ritmo de crecimiento acompañó la disminución de trabajadores asalariados permanentes que pasaron a engrosar la lista de aquellos que se desempeñan en actividades dentro de la economía informal de la provincia (Lagos y Gutiérrez, 2006 en Troncoso, 2012).

Toda esta crisis que se estaba provocando en las actividades productivas llevó a la necesidad de que intervenga el estado. Se llevaron adelante programas nacionales de desarrollo rural para el sector agropecuario y planes sociales como el Plan Trabajar y Plan Jefes de Hogar para la población quebradeña.

Otros aspectos que son importantes para comprender la presencia del turismo son los criterios señalados por Troncoso (2012), con los que se define la identidad de los distintos grupos que conforman la sociedad de la Quebrada de Humahuaca. Algunos quedan definidos por la pertenencia socio-territorial, distinguiéndose unos de otros como los quebradeños y los de afuera. En otros casos el criterio para establecer estas diferenciaciones es étnico. Aquí los grupos se definen como collas y criollos. Estas diferenciaciones sociales surgen de la conformación de dos grupos más o menos definidos, compuestos, por un lado, por una elite que concentra cierto capital económico, cultural y poder político; 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).

Siguiendo los criterios de Troncoso (2012), en la actualidad podemos encontrar diferentes grupos: los aborígenes y criollos que presentan una tradición de localización en la Quebrada, los bolivianos y mineros que son inmigrantes instalados en la Quebrada en general hace más de 15 años, los jujeños son aquellos provenientes del sur de la provincia de Jujuy, los gringos que son los inmigrantes recientes provenientes de distintos lugares del resto del país (menos Jujuy) y los extranjeros. Tanto los jujeños como los gringos fueron los últimos grupos que se instalaron en la Quebrada a partir del desarrollo de la actividad turística.

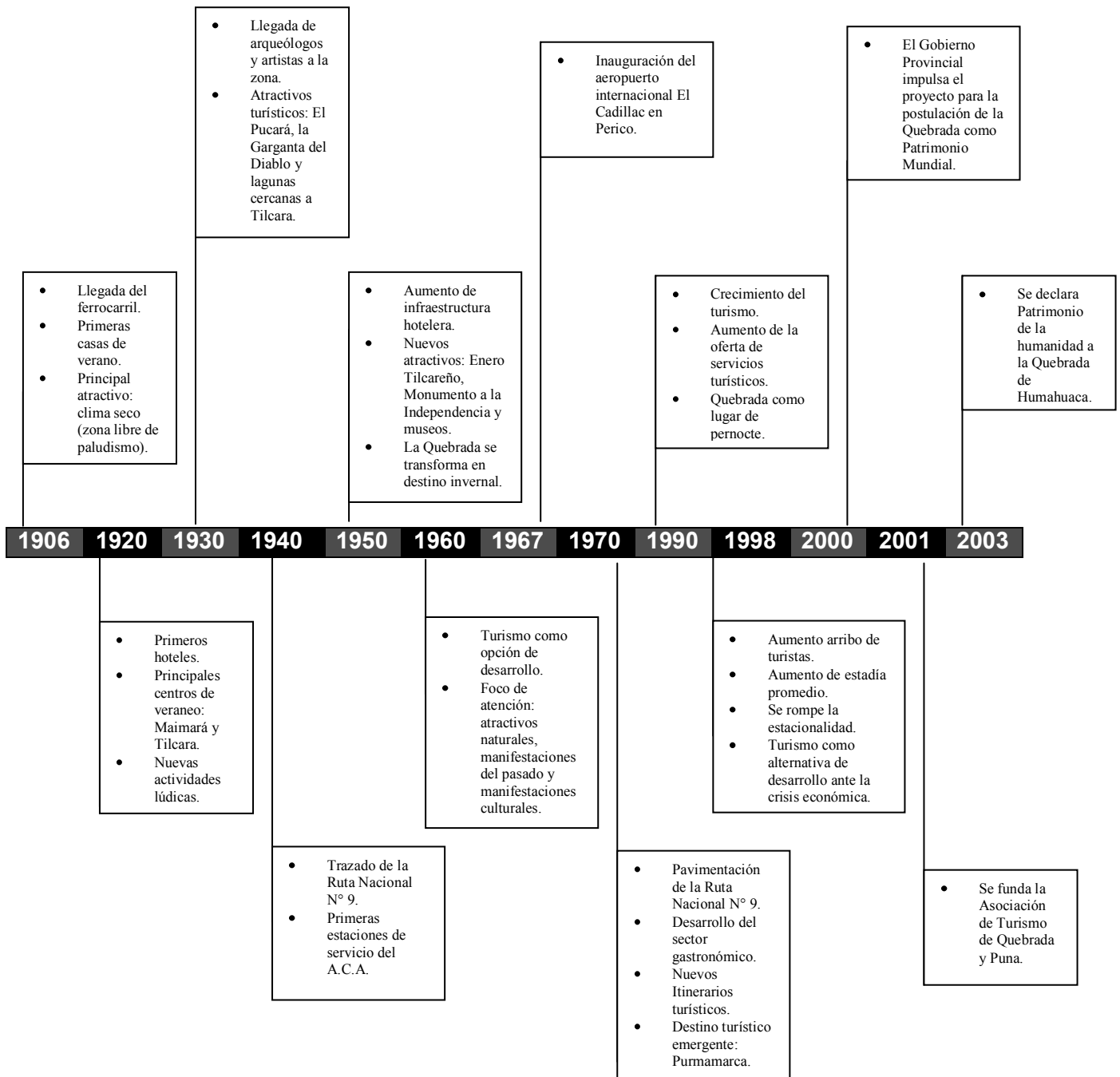
Todas estas diferencias étnicas y de procedencia, marcan las desigualdades sociales que a su vez se acentúan con las relaciones entre patrones y empleados. Esta sociedad reconoce como ciertos actores han tenido siempre una posición privilegiada gracias al poder económico, político y social. Dichos actores son los que han logrado obtener mayores beneficios económicos producto de la actividad turística en la zona.

Por último, para cerrar la caracterización de la Quebrada de Humahuaca vamos a hacer referencia a la variedad de religiones. Como todos conocemos, en esta área predominaron las creencias y manifestaciones culturales de origen prehispánico, de las cuales la más conocida es el culto a la Pachamama. Esta creencia, luego de la conquista española, fue acompañada por la religión católica. Con posterioridad, ya en

el siglo XX se suma la presencia de las iglesias evangélicas, claramente las menos asociada al mapa religioso de la Quebrada, pero que constituyen importantes instituciones que nuclean a la población urbana y rural de la zona y cuentan con templos, programas radiales y desarrollan también una activa participación en la política local (Lozano, 2001 en Troncoso, 2012).

2.2. Historia del turismo en la Quebrada de Humahuaca

Evolución del turismo hasta la declaración Patrimonial.



Fuente: elaboración propia.

A lo largo de la historia turística de la Quebrada de Humahuaca, los lugares de estadía, los recorridos y las modalidades turísticas han cambiado. Si bien la mayoría de los turistas pasa y pasó históricamente por las localidades de Tilcara, Humahuaca y Purmamarca, transformándolas en núcleos de este destino turístico, en el pasado otras localidades tuvieron su distinción como lugares vacacionales. Asimismo, en los últimos años se sumaron nuevas localidades y nuevos recorridos a la visita turística. En lo que sigue contaremos brevemente la historia del turismo quebradeño desde sus comienzos a principios del siglo XX hasta la actualidad.

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. El clima seco del área que la hacía una zona libre de paludismo –enfermedad presente en áreas más húmedas del noroeste- era uno de sus principales atractivos (Seca, 1989).

En la década de 1920 la localidad de Tilcara duplicaba su población durante el verano con la llegada de turistas. Seca (1989) distingue dos opciones con respecto al alojamiento turístico: los dos hoteles de la localidad y la construcción de las casas de veraneo. La tendencia al aumento de la población estival se mantendría desde la década de 1920 a la de 1940 favorecido por la presencia de nuevas actividades lúdicas. En este momento Maimará junto con Tilcara se constituyen en unos de los principales centros de veraneo de la Quebrada.

Para comienzos de la década de 1930, la Quebrada era conocida por el trabajo de los arqueólogos en la zona y por la presencia de varios artistas que habían elegido las localidades quebradeñas como lugar de trabajo o residencia. Sin embargo, se reconoce que era una de las rutas menos frecuentadas por el turismo a nivel nacional. Posteriormente, en la década de 1940 se dice que Tilcara y Humahuaca son “ya consideradas como centros veraniegos”.

Durante 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 y diversos 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 (Nagel, 1934 en Troncoso, 2008).

Figura 3: Pucará de Tilcara.
Fotografía: Manuel Astudillo, año 2014.



El trazado de la ruta nacional N°9 en la década de 1940 (cuya pavimentación fue en la década de 1970) junto con la presencia del ferrocarril, fueron las formas de acceso al valle y se mantuvieron hasta 1990, cuando el ramal del ferrocarril Belgrano suspende su funcionamiento. Durante la década de 1940 se instalaron las estaciones de servicios del Automóvil Club Argentino, brindando los servicios necesarios para la circulación de los vehículos (en Humahuaca y en La Quiaca). Luego en 1967, se inauguró el aeropuerto internacional El Cadillal en Perico (cerca de San Salvador de Jujuy) que permitió el acceso más directo de los turistas a la capital provincial.

En lo que respecta a la infraestructura hotelera, 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, 2 en Humahuaca, además de 6 en La Quiaca. 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 en Troncoso, 2008).

Hacia fines de la década de 1950 comienza a celebrarse el Enero Tilcareño que reúne eventos culturales y deportivos. En este periodo se inauguran el Monumento a la Independencia en Humahuaca, y el Museo José Terry y el Museo Arqueológico en Tilcara. Asimismo, también comienzan a valorizarse ciertos aspectos folklóricos que incluyen cantos, danzas y artesanías del lugar y el carnaval se incorpora a los calendarios turísticos de la Quebrada.

Figura 4: Monumento a los Héroes de la Independencia, Humahuaca.
Fotografía: Manuel Astudillo, año 2014.



Durante las décadas de 1960 y 1970 empieza a pensarse el turismo en la Quebrada como una opción de desarrollo y ya en 1980 terminaron de definir las características turísticas de la Quebrada que predominaron hasta mediados de la década de 1990. La pavimentación de la ruta nacional N°9 favoreció a los desplazamientos a través de la Quebrada, permitiendo su visita en el día desde Tucumán, Salta y San Salvador, lugares donde se encontraban los centros de organización de tours. Debido a estas formas de desplazamientos, el crecimiento hotelero quedó estancado y se comenzó a desarrollar, especialmente en Humahuaca, el sector gastronómico destinado a brindar servicios de restauración a los grupos de turistas que se trasladaban en tours para asistir a la bendición de la figura de San Francisco Solano.

Junto al desarrollo de la infraestructura se definiría un nuevo rol para la Quebrada dentro del turismo argentino. El perfil 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 (Schluter, 2003).

En las décadas siguientes se afianzaría la Quebrada como un destino turístico a nivel nacional con ciertos itinerarios más o menos fijos en las visitas realizadas por cuenta propia o en tours. Como señala Troncoso (2008), las visitas consistían en paseos por Tilcara para recorrer el Museo Arqueológico, la feria artesanal de la plaza y fundamentalmente el Pucará. Luego la visita continuaba en Humahuaca, a la que se arribaba al mediodía (coincidiendo con la bendición del santo) donde se almorzaba en algunos de los restaurantes de la ciudad. Y por último el viaje se completaba con una parada en Purmamarca a la ida o a la vuelta, cuando ya se emprendía el regreso a Salta o a San Salvador de Jujuy donde se encontraban alojados los turistas.

Figura 5: Cerro de los Siete Colores, Purmamarca.
Fotografía: Manuel Astudillo, año 2014.



Durante este recorrido también se admiraban las formaciones geológicas expuestas debido a la falta de vegetación, las formas de terreno producto de procesos geomorfológicos vinculados al clima árido de la zona, las especies vegetales características como el cardón, y los camélidos que forman parte de las especies más conocidas de la fauna autóctona. Asimismo, en el recorrido por la ruta nacional N°9, se admiraban otros atractivos del lugar como, por ejemplo, la Posta de Hornillos, el cementerio en altura de Maimará y el monolito que marca la latitud del Trópico de Capricornio. Es decir, que el foco de atención eran principalmente los atractivos naturales del lugar y aquellas manifestaciones del pasado precolombino, colonial y del periodo independentista. Ya a partir de la década de 1960 se fueron incorporando elementos del folklore local y manifestaciones culturales de raíces prehispánicas o expresiones como el carnaval que se presenta como la síntesis armoniosa de elementos prehispánicos e hispánicos. Como podemos observar, estos elementos siguen formando parte de los atractivos turísticos que disfrutamos en un viaje a la Quebrada de Humahuaca.

2.2.1 Turismo en la Quebrada desde 1990

En los últimos años podemos observar un gran crecimiento del turismo en la Quebrada en lo que respecta al incremento de turistas que visitan y pernoctan en el

lugar y por otro lado, al aumento de la oferta de servicios turísticos. Este notable crecimiento del turismo en la Quebrada que dio comienzo en la década de 1990 vino acompañado de grandes transformaciones. Las formas de acondicionamiento de la Quebrada para satisfacer las necesidades de una gran cantidad de turistas y la presencia de nuevos prestadores de servicios formaron parte de un proceso que otorgó una nueva dinámica social, cultural, política y económica a la Quebrada.

Este proceso de crecimiento del turismo se dio en simultáneo con la declaración del lugar como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 2003. Esta simultaneidad no es casual, ya que en ese momento se inicia una política de incentivación al turismo por parte del gobierno provincial. Dicha política tenía como punto destacado el lograr la designación patrimonial internacional para el destino turístico más importante de la provincia.

Al conjunto de atractivos tradicionales que se disfrutaron en diferentes momentos de la historia turística de la Quebrada se sumaron otros, en su mayoría relacionados con algunas manifestaciones culturales autenticadas por la designación patrimonial del lugar; y otros vinculados con el aumento de opciones brindadas por la oferta turística, principalmente aquellos que son incluidos en lo que se denomina turismo aventura.

2.2.2 La llegada de los turistas

La llegada de turistas a la Quebrada en los últimos años experimentó un crecimiento notable, el cual comienza a partir de 1998 y se acelera en 2002. Para el año 2014 del total de turistas registrados en la provincia, el 46% correspondió a la región de la Quebrada, concentrándose principalmente en Tilcara, Purmamarca y Humahuaca. Las cifras oficiales que brinda la Secretaría de Turismo de la provincia de Jujuy muestran que el arribo de turistas a la Quebrada entre 1994 y 2014 creció más de cincuenta y tres veces (de 7.175 pasó a 384.110 arribos). La estadía promedio de los turistas en esta zona ha aumentado de 1,8 días (en 1994) a 2,9 días en la actualidad³. Además, la ocupación hotelera en la Quebrada también ha aumentado, acompañando el incremento de turistas y establecimientos hoteleros.

	1994	2014
Arribo de turistas a la Quebrada de Humahuaca	7175	384110

	1994	2015
Estadía promedio de los turistas en la Quebrada de Humahuaca	1,8 días	2,9 días

Fuente: elaboración propia.

Este arribo de turistas se incrementa en diferentes periodos del año en relación con los festivales locales. Los acontecimientos que forman parte de los atractivos turísticos son el Enero Tilcareño, el carnaval (en todas las localidades pero principalmente en Tilcara y Humahuaca), el encuentro de copleros en febrero en Purmamarca, la peregrinación desde Tilcara hacia el santuario de la Virgen de Punta Corral en Semana Santa, las celebraciones de culto a la Pachamama (todo el mes de

³ Datos estadísticos brindados por la Secretaría de Turismo de la provincia de Jujuy.

agosto) y el Toreo de la Vincha en Casabindo el 15 de agosto. Asimismo a nivel provincial los arribos incrementan durante los meses de enero, febrero, y julio (vacaciones escolares). Igualmente, los meses de marzo y agosto también pueden presentar los valores más importantes de arribos durante el año, dependiendo de la fecha del carnaval y de las vacaciones de invierno.

2.2.3. La oferta turística

La oferta turística de la Quebrada esta compuesta principalmente por los servicios de alojamiento y gastronomía y, en menos medida, por otros servicios como caminatas, servicios de guía de turismo, alquiler de bicicletas, excursiones en camionetas 4x4, cabalgatas, prácticas de rappel (Tilcara) y práctica de sandboard (Abra Pampa). Estos últimos servicios son brindados en muchas ocasiones por los establecimientos hoteleros y por guías particulares.

En los últimos años se duplicó el número de establecimientos de alojamiento en la Quebrada. Las transformaciones más importantes en relación con la evolución de los emprendimientos turísticos se observan en Tilcara y Purmamarca, y en menor medida en Humahuaca. Podemos observar que la localidad de Tilcara es la que registra el mayor aumento en términos absolutos, eso también se debe a la capacidad de alojamiento de dicha localidad. Asimismo, Purmamarca al no contar con la misma capacidad, es la que presenta el mayor aumento en términos relativos. El incremento en la localidad de Humahuaca está estrechamente relacionado con el crecimiento como destino turístico de la localidad de Iruya (Salta). Esto se debe a que la mayoría de las excursiones hacia la localidad salteña parten desde la localidad quebradeña, lo que llevó a multiplicar la oferta de transporte. Este incremento en la oferta de transporte también lo podemos ver plasmado en Purmamarca, ya que desde dicha localidad parten las excursiones hacia Salinas Grandes.

Una parte de la oferta de servicios turísticos la encontramos agrupada por la Asociación de Turismo de Quebrada y Puna. Dicha asociación se fundó en mayo de 2001 y hoy en día cuenta con más de 60 socios. Los servicios ofrecidos por sus socios comprenden desde alojamiento, gastronomía, servicios de guía, servicios de excursiones, hasta ventas de artesanías y se brindan en varios sitios de la Quebrada y de la provincia.

A su vez, podemos observar que la oferta turística de la Quebrada se complementa con servicios de excursiones ofrecidos por agencias de viajes situadas en Salta y en San Salvador de Jujuy. Estos servicios brindan la posibilidad de visitar la Quebrada durante el día y luego retornar a su lugar de origen. La Cámara de Turismo de la Provincia es la que representa a estas agencias así como a los empresarios hoteleros.

Como ya hemos mencionado, el gobierno provincial fue el encargado de diseñar una política turística para impulsar fundamentalmente el crecimiento de emprendimientos turísticos en la Quebrada. Esto en parte se refleja en 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 el 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, 2009). Además a nivel provincial encontramos dos entidades que brindan créditos para emprendimientos turísticos: el Consejo de la Microempresa y el Consejo Federal de Inversiones (CFI).

La Asociación de Turismo de Quebrada y Puna tuvo un importante crecimiento y esto se debió en parte, a la oferta de servicios más exclusivos, tanto en los rubros de alojamiento como en el gastronómico. Dentro de los servicios que ofrece la Asociación podemos encontrar: hoteles boutique, cabañas, posadas, es decir, establecimientos con escasa disponibilidad, con atención personalizada, una estética regional cuidada y comodidades difíciles de encontrar en la oferta tradicional de alojamiento en la Quebrada. Asimismo, observamos que los servicios de gastronomía se distinguen por la elaboración de platos de tipo gourmet y por la especialización en productos típicos. Es decir, la Asociación crea una oferta para que los turistas no solo visiten el lugar sino también pernocten en la Quebrada. Esta oferta brinda nuevas comodidades (que la antigua oferta no ofrecía) para satisfacer las necesidades y lograr cumplir con las expectativas de esta nueva demanda turística.

Como señala Troncoso (2008) la Asociación consolidó su posición como un actor de peso en la Quebrada llegando a desafiar la hegemonía de la Cámara de Turismo en el sector empresarial turístico. Recientemente los términos se invirtieron y la Cámara ha intentado un acercamiento con la Asociación para crear una entidad conjunta. Asimismo, la Asociación tiene la capacidad de controlar e imponer condiciones al poder político local. Mientras el argumento de los empresarios es su capacidad de ofrecer servicios a los turistas, el poder político argumenta que los empresarios usufructúan “un lugar al cual no pertenecen” (Troncoso, 2008).

Esto se vincula con el modo en que se fue conformando el sector empresarial turístico, el cual está compuesto en su gran mayoría por prestadores de servicios provenientes de otras provincias argentinas (o de otros lugares de Jujuy). Estos empresarios foráneos fueron, sin dudas, uno de los actores que impulsaron el crecimiento del turismo en la Quebrada. Las condiciones diferenciales en las cuales se vincularon con el turismo los empresarios y la población local provocaron algunos roces. Uno de los puntos diferenciales son las condiciones impuestas para el acceso a los créditos que otorgan el CFI y el Consejo de la Microempresa. Para dicho acceso a los créditos, es necesaria la presentación de un inmueble como garantía (gran parte de la población quebradeña no es propietaria) y un ingreso salarial en blanco (la mayoría de los trabajadores del lugar se encuentran en negro). Los empresarios de fuera de la Quebrada reunían estas condiciones, por lo tanto, fueron los beneficiarios de estos créditos y pudieron llevar adelante los emprendimientos turísticos. A pesar de esto, los gobiernos de las localidades de Tilcara y Purmamarca, llevaron adelante proyectos para que los pobladores locales perciban algunos beneficios del turismo (en Tilcara las habilitaciones municipales tienen un valor menor para los quebradeños, y en Purmamarca se prohíbe ofrecer excursiones a Salinas Grandes a personas que no son originarias de la localidad). Estos temas los veremos en profundidad en el siguiente capítulo.

2.2.4. Nuevos caminos para disfrutar de la Quebrada y sus atractivos

En los últimos años aparece una nueva demanda que busca visitar lugares desconocidos, fuera de los tradicionales de la Quebrada, llevando a la oferta turística a organizar nuevas excursiones, abarcando áreas más alejadas y poco conocidas desde

el punto de vista turístico. Los tours se complementan visitando la localidad boliviana fronteriza de Villazón, como así también, otras localidades de la Puna, como La Quiaca, Yavi, Casabindo y Abra Pampa.

Hoy en día en la Quebrada de Humahuaca no solo encontramos como actividades turísticas las festividades y las visitas a museos, ruinas, edificios históricos; sino también otras actividades que suelen incluirse en la modalidad de turismo aventura como trekking, travesías en vehículos 4x4, mountain bike, cabalgatas, escalada, rappel y tirolesa, sandboard, caminatas, safaris fotográficos y observación de flora y fauna.

En la actualidad observamos que la Quebrada turística está representada por sus atractivos naturales (el paisaje, la flora y fauna autóctona y las formaciones geológicas), culturales que hacen referencia a costumbres y tradiciones de la población local (ritos, festividades, creencias, música, comidas, vestimentas, etc.) e históricos (expuestos del pasado prehispánico, hispánico e independentista) los cuales tomaron mayor relevancia luego de la designación patrimonial otorgada por la UNESCO. Asimismo, como mencionamos en el párrafo anterior, aparecen otras actividades que se encuentran incluidas en la denominación de turismo aventura.

Como hemos visto en este capítulo, las transformaciones más importantes en lo que respecta a la evolución del turismo las vemos plasmadas en las localidades de Purmamarca y Tilcara, ambas marcando rumbos diferentes en su crecimiento. Tilcara fue la que rompió con ciertas características tradicionales de estos pueblos, concentrando la mayor oferta de diversión de la Quebrada. El incremento en la llegada de turistas a esta localidad es uno de los factores que perjudica al turismo que busca ciertos atractivos característicos de la zona como la tranquilidad, el silencio y “la vida de pueblo”. Es por ese motivo, que Purmamarca y Humahuaca buscaron diferenciarse de Tilcara y tomaron medidas como por ejemplo, prohibir los lugares de entretenimiento y suspender las actividades durante la hora de la siesta y luego de las 22.00 hs. Si bien las diferencias de Purmamarca y Humahuaca con Tilcara aún se mantienen, observamos que las primeras han sufrido transformaciones respecto de ciertas características propias de “la vida de pueblo”. Estas transformaciones las contemplamos por la presencia de nuevos emprendimientos, principalmente llevados adelante por empresarios foráneos.

3. Proceso de Patrimonialización de la Quebrada: valorización turística del lugar

Los procesos sociales que se despliegan en un determinado territorio son protagonizados por diversos sujetos del Estado, del mercado y la ciudadanía. Los cuales se relacionan de variadas formas y por ende con una amplia gama de resultados. Todo sujeto social encarna e integra en mayor o menor medida un proceso en el que Estado, mercado y ciudadanía entablan relaciones conflictivas, contradictorias, complementarias y cooperativas. (Bozzano; 2005)⁴

En referencia al abordaje teórico respecto a los actores sociales y a los procesos resultantes, son amplias las experiencias que desde diferentes disciplinas científicas abordan la cuestión. En nuestro caso, conduciremos el análisis a partir de los aportes de Karol sobre actores sociales y los diferentes mecanismos que constituyen un determinado modo de producir y gestionar a las ciudades.

Nos interesa ver en este punto el grado de participación – inclusión de los actores sociales en la toma de decisiones respecto a los procesos que se gestaron en el área en estudio. Es en ese sentido que indagaremos sobre los actores y las lógicas que estos despliegan en el espacio mencionado.

Siguiendo a Mathus, en su política planificación y gobierno, *definimos actor social como una agrupación humana o una organización que, en forma transitoria o estable, tiene la capacidad de acumular recursos de distinta índole, desarrollar intereses propios y compartidos, definir y satisfacer necesidades e intervenir en una situación determinada produciendo hechos.* (J.Karol; 2004)

*Entendemos al sujeto como al ser humano representativo de un colectivo, agrupación u organización política, económica o ciudadana de tamaño diverso que desarrolla al menos cuatro capacidades: desarrolla intereses, acumula recursos cognitivos y materiales, satisface necesidades y tracciona hechos.*⁵

En este capítulo hablaremos de las características del patrimonio quebradeño y de las selecciones realizadas para definir la patrimonialización del lugar, realizando un análisis de los documentos oficiales. La información de estos documentos, como también la provista por otros actores, nos van a permitir realizar un análisis para dar explicaciones sobre el carácter polisémico y conflictivo de la Quebrada Patrimonial.

Los procesos que fue atravesando la Quebrada de Humahuaca fueron protagonizados por diversos actores. Dentro de los mismos distinguimos al Gobierno Provincial, la UNESCO, los empresarios turísticos (tanto locales como foráneos), municipios, asociaciones, comunidad local y turistas, entre otros.

⁴ Territorio y gestión: desarrollo endógeno y desarrollo institucional. Análisis de casos Prof. Dr. Horacio Bozzano. Seminario de Investigación “Experiencias de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Local”. Departamento de Geografía, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de La Plata – Facultad de Ciencias Humanas, Instituto de Geografía, Universidad Nacional de La Pampa. 4 y 5 de agosto de 2005. CD

⁵ Esta definición de sujeto surge de C. Mathus en su “Política, planificación y gobierno” (en J.Karol; 2004) quien define actor social como “...una agrupación humana o una organización que, en forma transitoria o estable, tiene capacidad de acumular recursos de distinta índole, desarrollar intereses propios y compartidos, definir y satisfacer necesidades e intervenir en una situación determinada produciendo hechos.”

Para poder obtener información primaria decidimos entrevistar a un integrante del sector público, un integrante del sector privado y un miembro de la comunidad local, ya que consideramos que son actores que junto con los estudiosos académicos analizados en dicho trabajo, componen las cuatro patas de nuestra mesa de investigación.

La persona entrevistada del sector público es una señora oriunda de San Salvador de Jujuy que trabaja hace muchos años en la Casa de la Provincia de Jujuy en Buenos Aires, más precisamente en el Área de Turismo y Cultura. La entrevista fue realizada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en el establecimiento de la Casa de la Provincia de Jujuy el día 12 de Noviembre del 2015.

Por parte del sector privado, decidimos entrevistar a una empresaria hotelera, oriunda de la Provincia de Buenos Aires, cuyo establecimiento hotelero se encuentra en Tilcara. La entrevista fue realizada vía Skype el día 13 de Noviembre del 2015.

Y por el lado de la comunidad local, entrevistamos a un ciudadano de Purmamarca que es luthier, y realiza su trabajo en La Plata para abaratar costos en la materia prima. Luego viaja a Purmamarca, principalmente en temporada alta, para vender sus instrumentos y visitar a su familia. La entrevista la realizamos en su taller de La Plata el día 10 de Diciembre del 2015, luego de su regreso.

3.1. La Quebrada patrimonial

El proyecto para la postulación de la Quebrada como Patrimonio Mundial fue impulsado en el año 2000. El proceso para dicha postulación fue acelerado por el gobierno provincial a partir de las manifestaciones de oposición de la población de la Quebrada por la construcción de un gasoducto (1998) y un electroducto (1999-2000) en la Quebrada. El gasoducto ya había sido construido pero gracias al reclamo de la población se suspendieron los planes de construcción del electroducto. Es decir, el gobierno provincial tomó conciencia de la importancia en la protección y preservación de las características del lugar a partir de la defensa del patrimonio por parte de la población local. Así, el relato oficial informa que luego de los reclamos el gobierno provincial tomó medidas de protección de la Quebrada que culminarían con la designación oficial otorgada por la UNESCO.⁶

En este proceso de patrimonialización participaron varios actores pero el mayor protagonista fue la Secretaría de Cultura provincial y luego la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy⁷. Y a su vez, un equipo técnico formado por especialistas en arquitectura, antropología, arqueología, agronomía y geología. Este saber experto dio forma a la Quebrada Patrimonial recurriendo a una selección de elementos que resultaban importantes para considerarla como un lugar excepcional. Esta no fue la única función del saber experto, ya que luego participaron en la gestión del área cuando se fundó la Unidad de Gestión de la Quebrada de Humahuaca.

El gobierno provincial, siguiendo las normativas establecidas por la UNESCO, elaboró un documento denominado "Quebrada de Humahuaca. Un itinerario Cultural

⁶ Relato oficial del gobernador de la provincia, el señor Eduardo Fellner, en una entrevista periodística (*Jujuy al día*, 06/07/2003).

⁷ La Secretaría de Cultura existió como tal hasta 2002, cuando se fusionó con la Secretaría de Turismo, formando la Secretaría de Turismo y Cultura.

de 10.000 años. Propuesta para la Inscripción a la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO". En dicho documento se hace una identificación, justificación y descripción detallada del lugar a ser declarado patrimonio, marcando el área y estableciendo los puntos extremos de la misma. Dentro de sus límites encontramos las localidades de Volcán, Tumbaya, Purmamarca, Maimará, Tilcara, Huacalera, Humahuaca, Hipólito Irigoyen y Tres Cruces.

El argumento acerca de por qué la Quebrada respondía a esta categoría se basó en una descripción del área organizada en tres grupos de atributos: el ambiente natural, el patrimonio tangible y el patrimonio intangible.

El ambiente natural está compuesto por rasgos de la geología, la bioecología, el clima, las rutas naturales y los pasos de montaña y otras características del relieve, del sistema hídrico y la vegetación. El patrimonio tangible incluye cualidades de la Quebrada como espacio de tránsito en distintos momentos históricos, del patrimonio arquitectónico y de los sitios de ocupación prehispánica, como así también, a representaciones pictóricas tanto prehispánicas como coloniales. El patrimonio intangible compone la lengua (el quechua), la copleada, la narrativa oral y folklórica, la religiosidad de origen prehispánico y católico (Culto a la Pachamama, carnaval, peregrinación al santuario de la Virgen de Punta Corral), artesanías, vestimentas, estilos e instrumentos musicales, la unidad de producción rural, prácticas textiles y la producción alfarera. Resulta interesante observar la fusión cultural del patrimonio intangible, donde conviven una cultura de raíz aborígen y otra de tradición europea.

El 2 de Julio de 2003, el Comité de Patrimonio Mundial decidió declarar a la Quebrada de Humahuaca como Paisaje Cultural. Según lo resuelto en la sesión este sitio quedó incluido en la Lista de Patrimonio Mundial, ya 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 y 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" (Acta de la 27° sesión del Comité de Patrimonio Mundial).

3.2. Proceso de selección para definir el Patrimonio de la Quebrada

Las selecciones que definieron el patrimonio quebradeño se realizaron mediante una valoración del grado de autenticidad que poseían los objetos representativos en diferentes períodos históricos. El grado de autenticidad de los objetos en los distintos periodos se consideró alto, salvo en el más reciente. En el período contemporáneo se señaló un grado de autenticidad media, debido a la ampliación desordenada de los centros urbanos, las modificaciones en la ruta como vía principal de circulación, la presencia de publicidades comerciales y las áreas residenciales consecuencia de los planes de vivienda social. Sin embargo, en los períodos anteriores también se realizaron transformaciones, pero estos cambios fueron presentados como positivos. Por ejemplo, los nuevos estilos arquitectónicos traídos desde Buenos Aires en los años 30 fueron totalmente ajenos a la región, sin embargo, expresan un modo de recuperación de valores nacionales. Así, las transformaciones en el pasado más lejano son evaluadas como cambios positivos que otorgan autenticidad a la Quebrada, mientras que las transformaciones realizadas en el pasado más reciente o en el presente son valoradas negativamente, afectando la autenticidad del lugar. Otro de los ejemplos es el caso de la actividad industrial en la Quebrada, que está representada

por una planta de cal que se ubica cerca de la localidad de Volcán. Ella forma parte de la historia productiva de la zona, sin embargo, esta actividad industrial no entra en el conjunto de los elementos que componen el patrimonio. Es más, hasta se la señala como un elemento intrusivo en la Quebrada de Humahuaca.

Siguiendo con este tema, el crecimiento de la actividad agraria en la zona y las transformaciones que ha generado podrían ser tanto o más notables que las provocadas por la calera ya que esto también ha generado un impacto visual debido a la presencia de invernaderos, tractores y galpones que no existían en la Quebrada. Por otro lado, otro de los grandes transformadores es el turismo, principalmente por la gran presencia de alojamientos turísticos en las localidades más visitadas.

Coincidiendo con Troncoso (2012) “cuando 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”. Tal como observamos en el encuentro cultural entre españoles y aborígenes, lo que es ajeno a la quebrada y se mezcla con lo local, trasciende la historia y se funda en una relación de paz y armonía. En contraposición, otros cambios de la actualidad como la construcción de industrias o de los barrios residenciales (llevados adelante por los planes de vivienda) son considerados como una amenaza al patrimonio del lugar. Esto también lo vemos plasmado en las expresiones musicales que están fuera de la música folklórica o la música andina que se produce en la zona (la cumbia, entre otras) no se reconocen como elementos culturales dignos de distinción, como tampoco creencias religiosas instaladas recientemente en la Quebrada (creencia evangélica).

Este análisis, nos muestra que los rasgos que definen a la Quebrada patrimonial son producto de un proceso de selección de elementos considerados característicos y distintivos del área. Este proceso recurre a objetos del pasado en una versión renovada, selectiva y dirigida por intereses actuales que determinan que cosas son de valor patrimonial hoy en día. El proceso de patrimonialización puede estar guiado por el consumo al que estará sometido ese patrimonio, incluido el consumo turístico. Esto lleva a pensar, como ya se ha señalado por diversos autores, que el turismo tiene un rol importante en el proceso de patrimonialización (Prats, 1998; Almirón et al., 2006).

El carácter patrimonial se utilizó como una herramienta para reforzar el perfil del lugar mediante las tareas de promoción turística, las cuales se incrementaron recurriendo a esta nueva condición del área y le otorgaron mayor atraktividad turística al lugar. Con la designación patrimonial, la Quebrada de Humahuaca obtuvo una marca de distinción que le permitió abrir las tranqueras hacia procesos de valorización cultural, económica y simbólica.

Asimismo, las vinculaciones entre patrimonio y turismo, las encontramos en los discursos políticos en todos sus niveles. Dichos discursos transmiten la idea de que el fin, más allá de la preservación y conservación, es la puesta en valor turística del patrimonio. Y además, que esa asociación es la combinación perfecta para generar beneficios económicos.

3.3. La participación de la comunidad local

Tanto el proceso de patrimonialización de la Quebrada turística como los proyectos de desarrollo del turismo en la zona tuvieron la participación de la población local, la cual le otorgaba una garantía de éxito a la gestión patrimonial. Las actividades realizadas desde la política provincial y nacional correspondiente al patrimonio y a su

valorización turística fueron llevadas a cabo convocando a la población local en varias ocasiones. La primera instancia de convocatoria fue cuando se crearon los talleres de difusión e información sobre la futura designación como Patrimonio de la Humanidad. En la segunda instancia, se fundaron las Comisiones de Sitio, las cuales estaban formadas por seis representantes de cada una de nueve localidades que comprendían el área patrimonial. Asimismo, se deliberaron cuales serían las particularidades del plan de gestión del área patrimonial, creado en el año 2009 (Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy, 2009).

Sin embargo, no todo fue color de rosas, ya que desde la población quebradeña se lanzaron varias críticas. Algunas de ellas hacían referencia a que ya todo estaba diseñado de antemano, y en esas instancias de participación solo se comunicaba como iba a ser la valorización patrimonial y turística de la Quebrada.

Otro objeto de profundas críticas fue la forma de administración del área patrimonial. En 2005, debido a la situación en la que se encontraba la población local producto de las transformaciones que implicaba la actividad turística, las comunidades aborígenes hicieron público su reclamo. No solo reclamaban la obtención de algún tipo de beneficio económico, sino también, una legislación que colocara a la población local en un lugar central en la gestión patrimonial. Así expresaban que:

“Como medida inmediata y sin prejuicios 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 este en manos de las comunidades que viven en ella; que se faculte a las comunidades aborígenes para percibir de cada turista que entra 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 emprendimientos 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” (Diario Pregón, 02/09/2005).

Esto nos muestra la desigualdad que existía entre los actores intervinientes a la hora de tomar decisiones en el proceso de patrimonialización. Esa desigualdad no solo era de poder, sino también, en el acceso al conocimiento y la información.

El gobierno provincial se autodesigna como protector, y administrador del patrimonio, ya la UNESCO determinaba que la administración del Patrimonio Mundial debería ser llevada a cabo por instituciones competentes. Sin embargo, la dueña de un hotel de Tilcara, oriunda de Buenos Aires, nos comentaba:

“Acá no hay una supervisión por parte del Gobierno Provincial, ni Local, es mucho más del sector privado. En el caso del municipio de Tilcara... ¡un desastre! Nada, todo lo contrario.”

Mientras que la voz de la comunidad local expresaba:

“Supuestamente el encargado del control es el gobierno provincial. En su momento estaba Liliana Fellner como directora de la secretaría de Cultura y Turismo de la provincia de Jujuy. Ahora no sé si hacen algún control, al menos no se ve ni se siente.”

El problema no solo era que la sociedad local no sabía como administrar la Quebrada patrimonial, sino que era necesario informar y brindar conocimientos para

revalorizar ese patrimonio. Fue por eso que se realizaron talleres de concientización y sensibilización sobre la necesidad de proteger y rescatar el patrimonio.

Es decir, a pesar de que la población local no este preparada profesionalmente para llevar a cabo la administración de un Patrimonio Mundial, era necesario que participara en el proceso de patrimonialización para interiorizarse sobre las políticas que se llevan a cabo e informarse sobre lo que significa la designación de Patrimonio Mundial. Las instancias participativas eran una forma de evitar los conflictos que podría ocasionar la intervención del gobierno provincial en la implementación de un plan que se basaría en la apropiación de objetos culturales quebradeños para valorizarlos turísticamente. De esta manera, la participación de la población quebradeña puede ser pensada como una pantalla para legitimar la política de patrimonialización y valorización turística de la Quebrada.

3.4. Varios actores, distintas lecturas

A pesar de que el discurso oficial hable de que la población quebradeña fue la que aportó su conocimiento para caracterizar patrimonialmente a la Quebrada, podemos observar que los conocimientos principales fueron otorgados por el saber experto. Es decir, actores que no son del lugar, dando además de su mirada científica, una mirada foránea. El problema de esto, fue que los distintos actores tenían diferentes lecturas en torno al patrimonio.

Una de las maneras de difundir la propuesta oficial sobre cómo interpretar el patrimonio se llevó a cabo mediante la distribución de una publicación con la información contenida en el documento que postulaba a la Quebrada ante la UNESCO.

La declaración patrimonial provocó grandes impactos respecto a la valorización que la comunidad local realiza de aquellos elementos designados como patrimonio. Hablamos de impactos positivos, vinculados con el rescate y la revalorización de algunos objetos patrimoniales olvidados, como así también, de impactos negativos, cuyas consecuencias se muestran en las manifestaciones en contra de la Quebrada patrimonial.

Actualmente la revalorización de lo indígena es valorizada de forma positiva tanto desde afuera, como desde adentro, por quienes en algún momento se vieron menospreciados en su condición de aborígenes. Es decir, que el proceso de patrimonialización ayudó a reforzar y redefinir la identidad de la comunidad local.

Pero como hemos enunciado, encontramos también las negativas a las nuevas ideas foráneas acerca del patrimonio quebradeño. En este sentido, la población local se muestra como la única fuente de información verdadera y precisa. Es decir, no comparten la mirada de “los de afuera” ya que para los quebradeños son ellos mismos los que deben decidir que significado, uso y gestión deben hacer del patrimonio.

3.5. Un lugar turístico patrimonial

La designación como Patrimonio de la Humanidad otorgada por la UNESCO fue el punto de partida para iniciar el proceso de valorización turística de la Quebrada de

Humahuaca. El carácter patrimonial dio lugar a profundas transformaciones y brindó la posibilidad de que diferentes actores lleven a cabo varias estrategias para determinarle nuevas características al área.

El poder político provincial no sólo fue el encargado de la creación de la Quebrada patrimonial, sino también, fue el que convocó a diversos actores, llevó adelante las tareas de gestión y presentó las lecturas que había que hacer sobre el patrimonio. Asimismo, Los empresarios turísticos propusieron otras formas de interpretar ese patrimonio, y de a poco formaron parte del grupo de actores protectores de la Quebrada patrimonial (¿protectores por conveniencia?). Tanto la UNESCO como el saber experto, apoyaron el proceso iniciado por el poder político provincial. Sin embargo, el único actor (y uno de los más importantes) que cuestionó la propuesta patrimonial fue la comunidad local. Así, lo expresaba la dueña de un Hotel de Tilcara:

“El objetivo de designar Patrimonio de la Humanidad a la Quebrada de Humahuaca tiene que ver con un interés más externo, político, que algo cultural o genuino del lugar. O sea se definió que esto podría llegar a ser patrimonio y algunos vieron intereses económicos, alguna cosa más de marketing político de lo que podría ser el gobierno provincial pero después te diría que no hay nada genuino de la gente. No es que hubo marchas de los aborígenes reclamando y solicitando a la UNESCO la designación de Patrimonio. Intereses foráneos pero ni siquiera del sector hotelero, más que nada del sector inmobiliario me parece que era.”

Mientras que un poblador de Purmamarca nos comentaba:

“Yo creo que el objetivo de nombrar Patrimonio de la Humanidad a la Quebrada fue por dos razones. Uno de los puntos fue resaltar y valorar la belleza de la Quebrada; y el otro, es obviamente, al haber turismo hay una entrada económica importante.”

Las diferencias de poder que existen entre los distintos actores van a influir tanto en la interpretación que se haga sobre el patrimonio, como en la manera que se organiza y distribuyen los beneficios económicos que trae consigo el patrimonio.

Como consecuencia de este proceso vemos como el patrimonio en vez de ser de todos termina siendo tanto el mismo como sus beneficios para algunos pocos. Uno de los graffitis de la localidad de Tilcara muestra como se sintió la comunidad local por el fraude de este proceso expresando: “No más Tilcareta, que el patrimonio no sea de pocos”. Le consultamos a los entrevistados acerca de qué sentimiento le despertaba esta frase y sus respuestas fueron:

“Capaz que acuerdo un poco con esa frase, pero me parece que está planteada desde el resentimiento. Hay mucho discurso pero poca acción también. No hay propuestas para ver como nos apropiamos de eso. Y creo que no muchos están dispuestos a poner el cuerpo para que ocurra esto de generar un cambio.” (Empresaria hotelera de Tilcara)

“Es muy cierta la frase. En la medida que se va comprando y avanzando por gente que no es del lugar, no hay mucho para decir. Van abarcando territorio y la comunidad local pasa a ser la nada misma.” (Empleada del sector público, área de Turismo y Cultura, Casa de la Provincia de Jujuy en Buenos Aires)

“Y...esta frase te lo dice todo. El patrimonio es algo que manejan pocos. Lo que pasa es que la gente de la Quebrada nunca estuvo acostumbrada a vivir de otra cosa que no fuera su propio trabajo, su artesanía, su ganado, su tierra. Y llegó esta gente nueva y siempre hay un vivo, uno que sabe más que vos, que viene de otros lugares, y hasta que vos aprendes eso... O sea, siempre van adelantados y el que va adelantado te supera en infinidad de cosas. Y el Gobierno Provincial nada, viste... estamos viviendo en Argentina. Está primero la gente con plata.” (Poblador de Purmamarca)

De esta manera, tal como señala Prats (1998) el proceso de patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca puede ser visto como: “un proceso que tiene en su base, no intereses identitarios sino comerciales vinculados al consumo turístico de este patrimonio. La creación de una versión del lugar preparada para su comercialización, para un consumo foráneo, y en definitiva moldeada por demandas externas, daría forma a una versión patrimonial que refleja más las demandas de otro que las propias”.

Asimismo, La patrimonialización de la Quebrada, llevó a la creación de una institución patrimonial (La Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad) que requirió de una gestión especial dirigida principalmente por el gobierno provincial y los empresarios turísticos, es decir, los actores con las cuotas de poder más altas. Esta institucionalización provocó transformaciones que encontramos en nuevos procesos, nuevas relaciones entre los actores intervinientes en la Quebrada, como así también en la nueva imagen turística.

4. La política turística para la Quebrada de Humahuaca

En este capítulo analizaremos la política turística implementada en la Quebrada de Humahuaca y sus implicancias locales. Asimismo, describiremos la forma en que fueron llevados a cabo los proyectos que supuestamente tenían como objetivo principal brindar beneficios a la comunidad local pero terminaron ocasionando un espacio de conflicto entre los diferentes actores.

4.1. La política turística para el desarrollo de la Quebrada

El proyecto de la Quebrada patrimonial fue impulsado por el poder político provincial con la idea de que el turismo y el patrimonio podrían ser la fórmula para lograr el desarrollo de esta área: Turismo + Patrimonio = Desarrollo.

Una de las tareas dirigidas por el poder político provincial fue darle participación a la comunidad local con lo cual se obtendrían mejores resultados. Es decir, tenía una idea de desarrollo en la cual era importante la participación de la población quebradeña para consolidar el destino turístico.

Otra de las ideas que proporcionaría el desarrollo del turismo se vincula con la generación de beneficios mediante los cuales se mejoraría la calidad de vida de la población. Es decir, turismo + patrimonio + participación = desarrollo.

4.2. Proyectos para impulsar el turismo

La política turística implementada en la Quebrada de Humahuaca durante la década del 2000 se basó en el PROFODE (Programa de Fortalecimiento y Estimulo de Destinos Turísticos Emergentes) finalizado en el 2006 y en el Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable de la Provincia finalizado a fines del 2014.

El PROFODE tiene como tarea estimular, mediante acciones de fortalecimiento, procesos de desarrollo en destinos turísticos que por sus características naturales, culturales y/o servicios presentan potencialidad para atraer turistas, pero que por distintas razones no han conseguido aún ese objetivo.⁸

Aunque se haya realizado una evaluación positiva de este programa, se reconoce que ciertos aspectos quedaron sin resolver. Entre ellos, encontramos los referidos al empleo, al asesoramiento sobre como llevar adelante proyectos, las formas de acceso a los microcréditos y tampoco se creó la red de alojamientos rurales que aparecían en el programa.

El Plan de Desarrollo Turístico Sustentable para la provincia de Jujuy se llevó adelante en el marco del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable y compartió con él sus principales ejes: calidad, infraestructura, inversiones y promoción y marketing. Su objetivo principal era “minimizar el impacto negativo del turismo y universalizar sus efectos positivos, medidos en términos de generación de fuentes de

⁸ Iniciativa de la Dirección de Desarrollo de la Oferta perteneciente a la Subsecretaría de Desarrollo Turístico del Ministerio de Turismo de la Nación.

trabajo, ingreso y de oportunidades para un estrato de población lo mas amplio posible” (Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy, 2006).

4.3. La participación de la población local

En el inicio de las etapas de implementación del PROFODE y del Plan de Desarrollo Turístico provincial, se llevaron adelante talleres participativos cuyo objetivo era obtener sugerencias, propuestas y demandas de los actores intervinientes en el turismo de la Quebrada.

Entre las demandas surgidas en los talleres encontramos:

- Mejoramiento de infraestructura y servicios básicos (obras hídricas, instalación de cableados, tratamiento de residuos, mejoramiento de servicio de agua potable, sistemas cloacales, baños públicos).
- Mejoramiento de los servicios de transporte interurbano.
- Refuncionalización del ferrocarril.
- El turismo como política de estado.
- Regularización de la tenencia de la tierra.
- Equipamiento para las oficinas de turismo.
- Apoyo financiero para dar posibilidad a la comunidad local de crear sus propios emprendimientos turísticos.
- Señalización y promoción del turismo.
- Incremento de oficinas de informe turístico.
- Capacitación para el personal de las oficinas de turismo y los prestadores de servicios.
- Capacitación y asesoramiento para construir el perfil del turista.
- Asesoramiento para desarrollar emprendimientos turísticos.
- Mayor participación de la comunidad local y del sector privado en la gestión del turismo.
- Regularización de la situación laboral de los empleados que prestan servicios turísticos.
- Control de los abusos laborales.
- Medidas de conservación de los atractivos naturales y culturales.
- Descentralización de flujo turístico.⁹

Cuando realizamos las entrevistas a los actores les consultamos sobre el cumplimiento de las demandas, y sus respuestas fueron las siguientes:

“Las obras vinculadas al tema cloacas acá en Tilcara, recién se están empezando a hacer. Pero es para una parte, la que vive en el centro, no es para todos. Yo no estoy en el centro, ahí no tenemos alumbrado público, gas natural, cloacas, y la gran mayoría nos quedamos sin agua y luz. Con respecto a los residuos, la gente tiene unos niveles de consumo tremendos y eso no es trabajado desde la población local ni desde los turistas. Suponte, el nivel de uso de botellas de plástico es tremendo y se pueden hacer millones de cosas. El tema de la basura es enorme, y no es qué hacer con la basura, sino como no generarla. Yo hice un montones de propuestas que tienen que ver con el tratamiento de residuos pero nunca

⁹ Datos obtenidos de PROFODE: Informe de Diagnóstico del Área de la Quebrada de Humahuaca, Provincia de Jujuy, año 2004.

fui escuchada. ¿Me entendés? Es un desastre.” (Empresaria hotelera de Tilcara).

“Algunas de las demandas fueron atendidas, como es el caso de la creación de los talleres y cursos para capacitar a la comunidad local en lo que respecta a turismo y gastronomía principalmente. Muchos de ellos se desempeñan como guías de turismo de forma independiente. Igualmente hay cuentas pendientes. Falta mucha infraestructura para la comunidad involucrada. Se satisfacen las necesidades de los turistas, pero hay necesidades básicas que van más allá de los servicios turísticos, como por ejemplo la parte sanitaria.” (Empleada del sector público)

“Lo de los sistemas cloacales se está haciendo, es más, están terminando. Después en lo que respecta al turismo hay cursos para capacitar a la gente. Pero igualmente, la infraestructura y los servicios públicos no están preparados para atender a la gran cantidad de turistas. Nadie se hace cargo de la limpieza, de nada... Dentro de poco vamos a tener que tomar agua mineral, agua comprada. Todo esto por la gran cantidad de hoteles lujosos que hay. Desde las 19.00 hasta las 21.00 casi no hay agua.” (Miembro de la comunidad local)

Si bien algunas de las demandas no fueron atendidas por los programas, la participación fue útil para ciertos actores. Las comunidades aborígenes se posicionaron como organizaciones tendientes a obtener beneficios a través del turismo, la Asociación de Turismo de Quebrada y Puna consolidó su presencia en la zona y para algunos emprendimientos turísticos estos talleres fueron de gran utilidad para obtener información referida al tema.

4.4. La creación de emprendimientos turísticos

Para poder llevar a cabo los emprendimientos turísticos era necesaria la posibilidad de acceso a los créditos, los cuales eran ofrecidos principalmente por el Consejo de la Microempresa y el Consejo Federal de Inversiones (CFI). Una de las condiciones para el acceso a los mismos, era la presentación de un inmueble como garantía, razón por la cual la mayoría de la comunidad de la Quebrada no pudo acceder al mismo ya que no son propietarios. En ciertas ocasiones la ocupación de terrenos es llevada a cabo de manera precaria, encontrando ocupantes de tierras fiscales o privadas que no han realizado la tramitación para la titularidad de las tierras. Otra de las condiciones para el acceso al crédito es contar con un ingreso salarial en blanco, situación que pone en desventaja a la población de la quebrada, ya que una gran parte trabaja en negro.

Los quebradeños que solicitaron los créditos son aquellos que se encontraban en una situación económica más acomodada, mientras que la mayoría de las solicitudes fueron provenientes de empresarios foráneos.

Una de las demandas realizadas por los quebradeños en las instancias participativas era que desde los Planes (PROFODE y Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la provincia) se tomen medidas para garantizar el crédito a los sectores que no tenían acceso al mismo. Sin embargo, desde la política turística implementada para la Quebrada de Humahuaca no hubo respuestas, aún cuando ésta había sido

una demanda constante en las reuniones. Cuando se le consultó sobre los créditos a los diferentes entrevistados las respuestas fueron las siguientes:

“Lo de los créditos te puedo asegurar que no existió, para la comunidad local no existió” (dueña de hotel de Tilcara)

“Lo de los prestamos no sé, sabía que había prestamos para la agricultura. En Purmamarca hay muchos terrenos fiscales, obviamente son propietarios, pagan sus impuestos, todo. Pero hay mucha gente que no tiene las escrituras. Quizá eso sea un impedimento para que no se logren los prestamos.” (Poblador de Purmamarca)

“Los créditos se otorgaron pero sólo para una parte de la población, no todos tuvieron acceso al mismo. El que ya tenía capitales y avizó una importante ganancia en lo que es turismo lo invirtió.” (Empleada del sector público)

4.5. El mercado laboral turístico

El mercado laboral quebradeño está compuesto en gran medida por trabajadores foráneos (principalmente en las últimas décadas) y por trabajadores oriundos del lugar. Los trabajadores provenientes de otras provincias tienen una mejor formación que los lugareños, lo que provoca una gran desigualdad en el mercado laboral ya que la formación permite el acceso a puestos y tareas más importantes. De esta manera nos comenta la dueña de un Hotel en Tilcara:

“La gente que se inserta en el mercado laboral turístico es aquella que tiene capitales. Últimamente se observa una oleada de inversores un poco más potentes y que es gente que no vive acá. Ya no cualquiera accede a un pedazo de tierra con los precios que se manejan. Por lo tanto, necesitas otro tipo de capitales que no es del tipo de clase media, que tenía un ahorro.”

“Creo que las oportunidades de la población local son infinitamente inferiores porque se insertan en estas dinámicas con puestos de trabajo de baja calificación. Son las oportunidades que han tenido. De hecho, mi empleada acaba de terminar con el plan FINES la escuela secundaria y es una persona que tiene serios problemas de lecto-escritura, de comprensión y de personalidad. Y para manejarte con gente que viene de las ciudades es complicado.”

Mientras que la voz de la comunidad local de Purmamarca expresaba:

“En el mercado laboral se insertó gran parte del pueblo, porque imaginate, no se si son 6 o 7 rubros que lucran con el turismo. Entonces, por ejemplo, Purmamarca llegó a tener 90 remises para llevar a los turistas a las salinas, eh... pequeños restaurantes, otros venden artesanías, ponen un quiosco o venden comida en la calle. Eso sí, los pequeños hotelitos son de gente del lugar, los hoteles grandes son de gente de afuera. Esos empresarios contratan gente de los pueblos circundantes para hacer los trabajos poco dignos, te digo poco dignos diciendo que no son oficinistas...más que nada para la limpieza.”

Resumiendo, en el caso de los no migrantes y de los jujeños de fuera de la Quebrada el porcentaje más alto corresponde a los asalariados mientras en el caso de los trabajadores provenientes de otras provincias el valor más alto se encuentra entre los patrones o socios. Esto nos muestra las diferencias existentes en las condiciones socioeconómicas de los trabajadores de la Quebrada.

Así, observamos a dos sectores muy diferenciados: un sector empresarial, compuesto por emprendedores que le dieron forma a la oferta de servicios de la Quebrada y ayudaron al crecimiento turístico de esta área; y otro sector, el de los asalariados, compuesto por trabajadores oriundos de la Quebrada. Los primeros fueron los que obtuvieron el acceso al crédito, por lo tanto se vieron favorecidos y a su vez, lograron consolidarse como un actor importante y de peso en el contexto local y provincial.

A pesar de que el crecimiento en la cantidad de establecimientos turísticos en la Quebrada llevó a un aumento de puestos de trabajo, dichos puestos se desempeñan con frecuencia en negro, por temporadas y a sueldos bajos. Según la seccional Jujuy de UTHGRA, un 45% de los trabajadores que realizan actividades vinculadas al turismo se encuentra trabajando en negro.

Esta situación de trabajo en negro, se ve alentada por la existencias de planes sociales (el más importante es el Programa Jefes de Hogar), ya que si uno quiere complementar sus ingresos, el segundo trabajo debe ser en negro, sino pierde la oportunidad de obtener dicho plan social. Es decir, que de esta forma la situación del trabajo en negro resulta beneficiosa para empleados y empleadores, obviamente en términos económicos y a corto plazo.

Como analizamos anteriormente, gran parte de la población quebradeña que desempeña actividades vinculadas al turismo lo realiza desde la informalidad, ofreciendo servicios principalmente en temporada alta. Así, lo afirmaba la dueña de un establecimiento hotelero de Tilcara:

“La población local no recibe muchos beneficios de la patrimonialización. Tal vez, con ésta vende un poco mas de tortillas o empanadas en la calle porque hay más gente. Pero algo genuino y demás es muy complicado. Por otro lado, las inversiones para recibir al turismo en este lugar, tienen que ver con recursos de gente que en su gran mayoría no es del lugar.”

Esta situación ha originado distintas interpretaciones y cuestionamientos. Tanto los gobiernos municipales, como las organizaciones aborígenes y los empresarios turísticos han cuestionado a las instancias participativas de los planes y proyectos, y los cursos de capacitación laboral vinculados con el turismo en la Quebrada.

El PROFODE fue el encargado de implementar cursos de capacitación y de asesoramiento técnico relacionado con el mercado laboral turístico. La capacitación se realizaba en distintas áreas como en la cocina regional, la manipulación de los alimentos, la atención al cliente, los cursos para guías en turismo y para personal empleado en distintos emprendimientos turísticos.

El mayor cuestionamiento fue que desde la política turística se hayan ofrecido cursos que determinaban los roles que iban a desempeñar los pobladores locales, mientras que otros temas, como el acceso al crédito para poder tener su propio emprendimiento, no fueron considerados a la hora de tomar medidas.

Asimismo, los empresarios turísticos observaron que esos cursos no brindaban las herramientas necesarias para llevar adelante el trabajo de sus empleados, por lo que tuvieron que intervenir capacitándolos personalmente.

A pesar de los cuestionamientos en la gestión de la política turística, los actores involucrados en el turismo tienen opiniones distintas entre ellos. La población de la Quebrada ven a los empresarios turísticos como competidores desleales, ya que los mismos cuentan con más recursos para llevar adelante los emprendimientos turísticos. Mientras que los empresarios turísticos interpretan que la falta de interés y visión comercial de los quebradeños es lo que determina la ausencia de los mismos en la oferta turística local. Algunos de ellos observan que esto perjudica la conformación de un destino de calidad.

Como mencionamos anteriormente, algunos quebradeños entienden a los empresarios turísticos como competidores desleales, en tanto cuentan con más recursos para desarrollar los emprendimientos. Sin embargo, encontramos otro sector de la población, aquellos insertos en lo que conforma la oferta turística y compiten en las mismas condiciones, que observan positivamente las inversiones realizadas por los empresarios, ya que no sólo provocan el crecimiento del área con sus inversiones sino también otorgan trabajo a la comunidad local.

Otras de las discusiones que se han provocado son en torno a quienes deberían apropiarse de los beneficios económicos generados por el turismo. En este sentido, las comunidades aborígenes reclaman la gestión de la Quebrada patrimonial y el cobro de ingresos a los turistas.

A pesar de que el trabajo en turismo en la Quebrada está marcado por condiciones desventajosas, muchas veces los quebradeños lo consideran como algo positivo, ya que prefieren trabajar en negro (para poder acceder a los planes sociales) a no trabajar o a tener un ingreso inferior con un salario legal.

En resumen, el turismo en la Quebrada fue otra alternativa para generar ingresos, además de lo percibido por los planes sociales, de algún trabajo más estable (empleo público) y de ingresos informales en los que incluimos las prestaciones de algún servicio turístico en temporada alta.

Teniendo en cuenta que en las propuestas realizadas desde la política turística el mayor beneficiario iba a ser la población local, vemos las diferencias que existen en la vinculación de la comunidad con el turismo. Las formas de obtener ingresos provenientes de la actividad turística se dieron de diferentes formas a las que se hablaban en los planes y programas. La inserción en el mercado de trabajo turístico es inestable, las condiciones laborales son precarias y el ofrecimiento de servicios turístico es informal.

El crecimiento del turismo en la Quebrada de Humahuaca fue percibido de manera negativa por la mayoría de la población local, y eso se debió en partes, a que los beneficios del turismo fueron otorgados de manera desigual. Los que se insertaron en la actividad turística de la Quebrada fueron principalmente los empresarios foráneos, siendo los locales simples espectadores de este suceso.

De este modo, el gobierno provincial terminaría siendo uno de los principales responsables de la situación actual que atraviesa la Quebrada, tanto en lo que respecta al mercado de trabajo, como al desarrollo de la Quebrada patrimonial, recalcando la falta de control y de distribución de los beneficios que genera la actividad turística.

4.6. Resumen: la política turística para la Quebrada de Humahuaca

El proceso de patrimonialización fue pensado como solución a la situación que estaba atravesando la Quebrada de Humahuaca en términos económicos y laborales. Mediante la valorización turística de ese patrimonio se generarían beneficios gracias al turismo, los cuales se distribuirían a la población quebradeña, quienes dentro de los objetivos de la política turística aparecían como los principales beneficiarios.

Dicha política no sólo que no pudo cumplir con ese objetivo, sino que los avances del turismo y las transformaciones que este fenómeno estaba provocando hicieron imposible controlar la situación. Hablamos de una situación caótica, desbordada, adjetivos que todos los actores vinculados a la Quebrada turística y patrimonial comparten.

Como hemos señalado al inicio del capítulo, la política turística de la Quebrada se basó en elaborar planes y proyectos para lograr el desarrollo de esta área utilizando la fórmula: Turismo + Patrimonio + Participación = Desarrollo. Podemos decir que el gobierno provincial cumplió con la creación de instancias participativas, sin embargo, la mayoría de las demandas y propuestas planteadas en las mismas no fueron escuchadas, o simplemente fueron ignoradas. Esto nos hace pensar que la participación que se le dio a la comunidad local fue una pantalla para legitimizar la política que se estaba llevando a cabo, utilizando estas instancias participativas para comunicar algo que ya estaba decidido de antemano.

Es decir, el poder político no pensó en otra opción de desarrollo más que la puesta en valor del patrimonio quebradeño, implementando una política turística sin tener en cuenta las necesidades de la comunidad que vive y trabaja en la Quebrada.

Desde el discurso se habla de un plan inclusivo, y podemos decir que lo fue en partes, si tenemos en cuenta que se le dio lugar a la comunidad local en las instancias participativas. Pero si observamos que no se tuvieron en cuenta las demandas y preocupaciones manifestadas por la población quebradeña en dichas instancias, éstas mismas pierden sentido. La falta de control, de gestión y de ordenamiento en este proceso de valorización turística del patrimonio, le dio vía libre al crecimiento del turismo beneficiando los intereses económicos de ciertos actores como los empresarios turísticos y perjudicando a otros como la comunidad local. Así, lo expresaba la dueña de un Hotel de Tilcara:

“Yo soy de la idea que esto debería servirle a todos, siendo una propuesta inclusiva y no solo para algunos. Pero la dirigencia y la gente tienen una formación muy básica. El clientelismo y bueno... cosas históricas que no se resuelven con el patrimonio.”

Mientras que un poblador de Purmamarca comentaba:

“El verdadero dueño del lugar termina siendo empleado de la gente que va con dinero a poner los negocios. No hay respeto, salvo en las pequeñas cosas que el poblador fue logrando. Por ejemplo, poner su propio negocio.”

La aplicación de esta política turística se vincula también a la mirada que tenía el gobierno provincial sobre la sociedad de la Quebrada, considerándola una sociedad

homogénea, donde primaba la armonía y la solidaridad entre los diferentes actores. Este prejuicio sobre las sociedades indígenas y rurales, impidió ver al gobierno provincial los posibles conflictos que iban a ocurrir entre los actores que intervinieran en la Quebrada turística y patrimonial.

5. Implicancias locales generadas en la Quebrada de Humahuaca

En este capítulo analizamos el proceso atravesado por la Quebrada y las transformaciones acontecidas en el mismo, que dieron a la organización del lugar para el consumo turístico teniendo en cuenta su condición patrimonial. Estas adecuaciones estuvieron marcadas por la imagen buscada de la Quebrada, imagen que demanda el turismo actual y provoca la modificación del lugar a lo que un determinado público (el turista) quiere. También, veremos como en este proceso ciertos bienes y servicios se fueron adaptando a la nueva condición patrimonial y se sumaron a los ya existentes, formando en su conjunto la nueva oferta turística.

5.1. La nueva versión de la Quebrada

La nueva versión de la Quebrada de Humahuaca es producto de las transformaciones que están realizando ciertos actores que poseen una cuota de poder importante. La ambición de estos actores provoca que se desarrollen actividades no consensuadas con la comunidad local, y éstas son vistas muchas veces como amenaza para la Quebrada patrimonial.

La designación patrimonial que obtuvo la Quebrada le otorgó una característica distintiva al lugar que lo reinsertó en el mercado turístico reafirmando como un lugar competitivo capaz de atraer una importante cantidad de capitales y turistas. Asimismo, la declaración patrimonial de la UNESCO funciona como garantía de autenticidad tanto de los bienes como de los servicios que se ofrecen en la Quebrada. Algunos actores intentaron buscar un control exclusivo sobre el patrimonio, ya que vieron la oportunidad de comercializar los elementos únicos que lo componen. De esta manera, la Quebrada turística y patrimonial se comercializará buscando obtener ganancias inesperadas en las décadas pasadas.

5.2. Adaptando la Quebrada para el consumo turístico

Muchas de las transformaciones que sufrió la Quebrada como consecuencia de del proceso de adaptación para el consumo turístico son vistas en la organización del lugar en relación a las construcciones llevadas a cabo para proveer de bienes y servicios a los turistas.

5.2.1 Las disposiciones

Desde el gobierno provincial se han dictado un conjunto de normas para mantener las características de la Quebrada, estableciendo que puede y debe hacerse y que no, en base a la versión ideal de la Quebrada de Humahuaca.

En la Ley provincial N° 5.206 de 2000, que designa como Paisaje Protegido a la Quebrada de Humahuaca en toda su extensión, se encuentran las normativas más importantes. Mediante su decreto reglamentario N° 789-G-2004, se prevé la creación e implementación de un Plan de Ordenamiento Territorial, la puesta en funcionamiento

de un Sistema de Información, un Proceso de Evaluación Ambiental para todos los emprendimientos, un Plan de Educación e Investigación Ambiental, un Plan de Gestión de los Residuos y las Sanciones correspondientes a las violaciones de las disposiciones de la ley N° 5.206. Es decir, la reglamentación se enfoca principalmente en la protección tanto del paisaje como de la cultura de la Quebrada, al mismo tiempo que enuncia a la educación como herramienta fundamental para dicha protección.

Algunas de las medidas que se crearon para reglamentar las transformaciones en el lugar patrimonial se encuentran en el Plan de Gestión de la Quebrada de Humahuaca presentado en el año 2009. En dicho plan encontramos acciones relacionadas a la educación y capacitación en temas patrimoniales, tareas que buscan reforzar la Ley provincial N° 5.206 y la creación de un plan de ordenamiento territorial (Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy, 2009).

Sin embargo, la población que vive en la Quebrada desconoce la existencia de estas leyes y planes. Así lo expresaba la dueña de un hotel en Tilcara:

“Si realmente me interesara el patrimonio y lo ambiental, para mí, tendría que existir un programa que se encargue de concientizar para generar la menor cantidad de desechos posibles. Yo en mi posada tengo reciclado de afluentes y no recibo ningún beneficio. Hay miles de cosas que se pueden hacer para mejorar la calidad del lugar tomando medidas sustentables. Estos temas no son ni discutidos.”

A pesar de las normativas y del Plan de Gestión creados para reglamentar las transformaciones en la Quebrada de Humahuaca, su cumplimiento es parcial, ocasionando conflictos en el territorio.

5.2.2. La nueva arquitectura quebradeña

Las características de las construcciones para emprendimientos turísticos que se han ido realizando desde la designación como Patrimonio de la Humanidad muestran la nueva versión arquitectónica de la Quebrada de Humahuaca. Entre las cualidades de la arquitectura quebradeña se observa la utilización de tierra cruda, las construcciones de estilo colonial y construcciones con apariencias a las realizadas a fines del siglo XIX y principios del XX. Estos estilos de construcciones fueron impulsados por el gobierno provincial y apoyados por los empresarios turísticos. De esta manera nos comentaba la dueña de un hotel de Tilcara:

“En la arquitectura venimos bien, por lo menos en la región de la Quebrada, me parece que los emprendimientos vinculados al turismo han hecho un esfuerzo importante por mantener el estilo arquitectónico.”

Sin embargo, un poblador local nos decía:

“Con respecto a la arquitectura hay lugares y lugares. En Purmamarca se respetó bastante, no se rompió tanto lo que es la arquitectura local. Pero hay lugares que están hechos un desastre. Por ejemplo Tilcara, está hecho un desastre, parece una feria más que un pueblo. Es por la gente de afuera, que se instaló con sus negocios y no respetaron la arquitectura.”

La arquitectura tradicional trae ciertas ventajas en lo que respecta a las temperaturas exteriores, ya que disminuye el impacto de las mismas, pero tiene otras

desventajas, relacionadas principalmente al agua de lluvia que ocasiona la desintegración de las paredes. Por esta razón, las nuevas construcciones utilizan una combinación entre materiales locales (adobe, barro, piedra, caña y madera) y estructuras de hormigón e impermeabilizantes.

Figura 6: “Cabañas boutique” en Purmamarca, al pie del Cerro de los Siete Colores.
Fotografía: Manuel Astudillo, año 2014.



No solo vemos las transformaciones en el exterior, sino también en el interior de estas nuevas construcciones. Es muy común encontrar una combinación de elementos autóctonos con equipamientos tecnológicos de última generación, es decir, algo que podríamos llamar “lujo rustico” que marca tendencia en muchos hoteles y restaurantes de la Quebrada.

Recorriendo la Quebrada hemos observado que una gran parte de las nuevas construcciones se entremezclan con las antiguas viviendas quebradeñas, respetando en mayor o menor medida el diseño tradicional. Pero también, en otras oportunidades aparecen nuevas construcciones con techos horizontales o con grandes ventanales para apreciar las vistas.

Una de las características principales que tiene esta nueva arquitectura es el color. Estas nuevas construcciones respetan un conjunto de colores apagados, dentro de los cuales encontramos: ocre, marrón, bordo, verde, amarillo y naranja.

Lo que interesa señalar en este punto, es que más allá de todas las transformaciones y las nuevas construcciones en el territorio, se intenta construir y fijar una imagen de una Quebrada detenida en el tiempo, una Quebrada “conservada” como se imagina que fue en el pasado, que en definitiva, es lo que busca el turista.

5.2.3. Transformaciones en las manifestaciones culturales

La presencia del turismo fue transformando las manifestaciones culturales quebradeñas. Algunos de estos cambios fueron impulsados por el poder político. Uno de los casos más notorios fue el del ritual de ofrenda a la Pachamama, el cual tradicionalmente se realizaba en el ámbito privado, entre familias e invitados en el mes

de agosto, y fue llevado al Congreso de la Nación para hacer propaganda turística desde el 2004, año tras año. Este evento es criticado en partes, por la comunidad quebradeña, y por algunos actores del sector público, que coinciden al declarar que dicho evento es una falta de respeto hacia la Pachamama. Así, lo expresaba una empleada de la Casa de la Provincia de Jujuy en Buenos aires:

“La Pachamama en el Congreso... no me hagas hablar de eso, yo estuve. Eso ya es entrar en un terreno más peligroso. Fue una vergüenza. Los que lo organizaron no quieren a los jujeños, ni a los collas.”

Por otro lado, la voz de la comunidad local nos comentaba:

“Lo de la Pachamama en el Congreso pienso que mal no está, va, en partes. Por un lado, es una manera de hacer conocer rituales del norte en Buenos Aires; pero por otro lado, es como una falta de respeto.”

Igualmente, a pesar de estas críticas, se observan en los diferentes pueblos de la Quebrada como este ritual sagrado es mostrado al público (turistas) en cualquier época del año con el fin de obtener un rédito económico.

Asimismo, los comerciantes de artesanías y los prestadores de servicios turísticos formaron parte de estas transformaciones inducidas por el turismo. Esto lo vemos plasmado en los supuestos productos artesanales, tales como los pullovers, gorros collas, ponchos, artículos de cerámica, y otros souvenirs, que son comprados en mercados mayoristas tanto de Bolivia como de otras partes de Argentina, y son vendidos como productos fabricados artesanalmente. Este tipo de hechos también es objetado por parte de la población quebradeña, ya que se consideran objetos inauténticos que no constituyen artesanías propias de la Quebrada. Podríamos sumar dentro de las transformaciones en el ámbito artesano, a los productos elaborados por artesanos foráneos, que comercializan objetos que nada tienen que ver con el lugar, tales como pulseritas, rastas, anillos, juguetes para niños comprados en mercados mayoristas y un sinfín de elementos, de los cuales ven la oportunidad de comercializarlos y la aprovechan. Cuando le consultamos al sector público sobre estos hechos nos comentaba:

“Muchos se creen artesanos y no tienen ni la más loca idea de lo que significa. Igualmente el verdadero artesano sigue existiendo, sino no sería más Jujuy. Los locales de alrededor de la plaza de Tilcara y Purmamarca son extranjeros, y estos son los que quieren sacar ventaja haciendo cooperativas.”

Coincidiendo con la voz del sector público, un miembro de la comunidad local se expresaba:

“Los artesanos venden toda artesanía boliviana y peruana, hay pocos verdaderos artesanos. Son vagos, porque tienen mucha materia prima. Sobre todo arcilla para trabajar la cerámica, pero nadie se dedica a hacer y el que hace por ahí hace porquería sin tener un estudio previo o un conocimiento de la misma. Eso pasa en todos los pueblos, todos venden lo mismo. Los pullovers son todos industriales, antes eran artesanales, ahora los hacen en Avellaneda y los venden en la Quebrada.”

Figura 7: Plaza principal de Purmamarca y feria artesanal.
Fotografía: Manuel Astudillo, año 2014.



Los alimentos y las comidas que forman parte de la cultura alimentaria tradicional de la Quebrada también han sufrido transformaciones. No solo han girado en torno a versiones más sofisticadas y refinadas, elaborando los llamados “platos gourmet” tan buscados por los turistas, sino también se han producido cambios en la materia prima utilizada. Debido a las exigencias de los turistas, se han sumado nuevos platos que encontramos en cualquier restaurante de Argentina a los ya conocidos como oriundos del lugar, dentro de los que encontramos: locros, humitas, empanadas, empanadillas de cayote, tamales, la quínoa, carne de llama ofrecida con papas andinas, entre otros.

Lo que es interesante marcar, es que muchos de estos alimentos tradicionales, revestidos de “ancestralidad”, “autenticidad” y “exotismo”, ya no son consumidos por los quebradeños, pero debido a su carácter “típico”, son los productos más demandados por los turistas. Por ejemplo, la quínoa denominada “comida de indios” es un recuerdo de los pobladores más ancianos. Uno de los motivos por los que dejó de ser cultivada fue el rechazo a la denominación de “comida de indios” y por el tiempo y dedicación que lleva el proceso de este cereal. Pero algunos especialistas con intereses económicos, pusieron en marcha el proceso de recuperación de la quínoa, debido a la atracción que tienen los turistas hacia los productos andinos. Asimismo, otros productos como las humitas y los tamales sufrieron alteraciones en su materia prima para reducir los costos. Así, se expresaba el sector público en contra de estas transformaciones:

“Ahora puedes encontrar comida más paqueta que no está relacionada con la región. Por ahí le ponen un grano de quínoa a un plato de salmón. Igualmente...mucho quínoa pero originariamente no es de acá, es de Bolivia. Ya en algún momento te van a querer hacer la humita con quínoa.”

Una vez más, un poblador de Purmamarca coincidía con las palabras del sector público:

“La quínoa antes no se conocía ni en la misma Purmamarca, ahora volvió digamos...”

“Los tamales y la humita también se transformaron al hacerlos en grandes cantidades, muchos les van cambiando cosas. El tamal se hace verdaderamente con mote de maíz. Se hierva el maíz, se muele y con eso

se hace. Ahora lo hacen con sémola. Y eso es por el tiempo que lleva todo el proceso, y los costos.”

Siguiendo con estas transformaciones, las papas andinas son consumidas solo por los turistas, ya que el precio de las mismas es muy elevado en comparación con las papas “abajañas” (papas comunes que conseguimos en cualquier verdulería del país) que son consumidas por los pobladores locales. Otro de los productos que nos llama la atención es la carne de llama. Antiguamente, la llama era el medio de transporte de los pobladores quebradeños, no era considerado un tipo de alimento, pero la demanda de los turistas provocó que la carne de este animal sea uno de los alimentos más “exóticos” de la Quebrada. La opinión del sector público era la siguiente:

“¿Y lo de la carne de llama? Se me revuelve el estomago, jamás se me hubiera ocurrido. Lo han explotado de todas las maneras, antes era un animal de carga. Es lo mismo que comer burro con papas.”

Es decir, el rescate de algunos de estos productos y las transformaciones que sufrieron los alimentos andinos no es una casualidad. Su presencia en la oferta gastronómica es el resultado de intereses económicos impulsados por el turismo.

La presencia del turismo también provocó otras transformaciones en sus costumbres como es el caso del carnaval. Hoy en día, en los carnavales para la gente de la Quebrada, participan bandas de cumbia. Este estilo musical es percibido por los turistas como “algo fuera de contexto”, ya que los mismos se imaginan las danzas típicas, con música andina al estilo “carnavalito” utilizando instrumentos como la quena, el charango, el bombo, el erque, la caja chayera, entre otros. Es por eso, que desde los diferentes pueblos se ofrece un carnaval para los turistas y otro para la población quebradeña. Muchos prestadores de servicios turísticos, recomiendan la participación de los turistas en el carnaval de Purmamarca o Uquía considerados más “auténticos”, antes que en el de Maimará considerado un carnaval “desvirtualizado”. Así, nos comentaba el sector privado:

“El carnaval de Tilcara es cualquier cosa, es un desborde, al igual que el Enero Tilcareño, algo nada que ver. Es decir, algunas cosas que tienen que ver con lo público se fueron desvirtualizando muchísimo y es muy difícil ver cosas de cómo eran (salvo que te vayas al campo). Pero son momentos de mucha afluencia de gente, donde se va perdiendo un poco la esencia de lo que se hacía. Entonces hay cada vez menos participación de la comunidad local, porque es como que se van automarginando en participar. Igualmente yo siempre digo... la cuestión cultural muchas veces la quieren preservar más los de afuera que los de adentro. Los chicos quieren ser Daddy Yankee, no es que quieran ser el colla autóctono.”

Mientras que la voz del sector público expresaba:

“El carnaval tiene otra movida, mucha música, mucho frenesí, pero es diferente porque es cultural. El Enero Tilcareño es otra cosa, no representa al lugar. El Enero Tilcareño no sé a quién se le ocurrió, es un mes más que nada religioso.”

Siguiendo la misma línea, un poblador de Purmamarca comentaba:

“Hay dos carnavales. Un carnaval milonga que es el masivo, y otro, que es un carnaval local. Este último no cambió. Va, obviamente va cambiando de a poco porque la gente no es como antes, ahora todos ven televisión,

están más globalizados. Antes en diciembre, mi mamá, una buena cantora de coplas, empezaba a crear coplas. Mientras cuidaba el ganado, hilaba y cantaba. Iba creando nuevas coplas para el carnaval. Ahora no tienen tiempo para nada, están todo el tiempo corriendo atrás del turismo. Igualmente todavía existen las viejas cantoras.”

“El enero tilcareño afecta ahora, antes era para la Quebrada. Era una manifestación folclórica pero con músicos locales y público local. Habría 200, 300 personas. Ahora hay miles y puedes ver todo tipo de música. Ahora es un comercio más que un festejo.”

Figura 8: Enero Tilcareño. Danzas típicas en la plaza principal de Tilcara.
Fotografía: Manuel Astudillo, año 2014.



Todos estos acontecimientos nos muestran como ciertos actores observan cuales objetos patrimoniales son verdaderamente auténticos y cuales no. Estas transformaciones en las manifestaciones culturales quebradeñas ponen en evidencia como el turismo fue transformando el patrimonio de la Quebrada, para convertirlo en una mercadería.

5.3. Implicancias locales no vinculadas con el turismo

A pesar de los cambios que se dieron por el crecimiento del turismo y la designación de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad, encontramos otras transformaciones no relacionadas con la actividad turística del lugar. Estamos hablando de emprendimientos comerciales y habitacionales que tuvieron lugar en Maimará y en Tilcara.

En la primera localidad se llevó adelante la construcción de un local bailable, lo que provocó una preocupación para la Unidad de Gestión Quebrada de Humahuaca. Estos mismos intervinieron para suspender dicha obra, ya que esta construcción no respondía con el modelo de la Quebrada patrimonial. Lo raro en este caso fue que mientras se suspendía esta obra, en Tilcara siguió funcionando un local bailable, el cual se puede concurrir los fines de semana.

El otro de los ejemplos de las transformaciones fueron las construcciones de dos conjuntos habitacionales en las cercanías de la localidad de Tilcara (una frente a la

localidad y la otra cerca al Pucará de Tilcara) realizadas por el Programa Nacional de Emergencia Habitacional. Estas construcciones fueron muy cuestionadas por los especialistas porque rompían con la estética del lugar, y más aún cuando recién habían sido construidas y se visualizaban sus techos de chapa. La Unidad de Gestión tomó parte del asunto, solicitando que los techos sean pintados de rojo y de esa manera disminuya el impacto visual.

Igualmente, se continúa desaprobando dichas obras por el simple hecho de que no conciben con las características de la Quebrada turística y patrimonial, y a su vez porque se ubican en un lugar emblemático. Es decir, ambos se localizan sobre la ruta nacional N° 9 (vía turística que une las localidades y atractivos de la Quebrada) y uno de ellos opaca la belleza del Pucará de Tilcara (sitio arqueológico que forma parte de los atractivos principales de la Quebrada). Así, lo manifestaba la voz del sector privado:

“La gente que va asentándose y haciendo su casa le cuesta un montón respetar el estilo arquitectónico del lugar. La gente accede mucho al ladrillo hueco, al costado de la ruta, pero eso también porque no cuenta ni con el apoyo ni con el control de la municipalidad. Pero todo esto se debe al impacto económico y al precio inmobiliario. La gente se va asentando en lugares donde no debería, como por ejemplo al costado del río. Pero no tiene alternativa, no se puede comprar un terreno, ¿se entiende? Es lo que les queda. Muchas veces hay negociados con el municipio, una suerte de “cometa” y bue...”

Dichas construcciones y los cambios en las manifestaciones culturales quebradeñas son consideradas transformaciones negativas en lo que respecta a la nueva versión de la Quebrada turística y patrimonial. ¿Por qué decimos esto? Porque no es la Quebrada que se pretende comercializar. Estos cambios terminan provocando pérdida de autenticidad (tan buscada por los turistas), y cuestionamientos entre todos los actores vinculados a la actividad turística, a la hora de determinar cuales son los verdaderos elementos patrimoniales del lugar.

5.4. Valorización de la Quebrada y su adaptación para el consumo turístico

Las transformaciones para adaptar a la Quebrada de Humahuaca para el consumo turístico fueron provocadas por el crecimiento del turismo y por la designación como Patrimonio de la Humanidad. Estos hechos fueron los causantes de un gran crecimiento de la oferta de servicios turísticos, supuestamente, respondiendo a un modelo que la hace más adecuada a lo que debe ser la Quebrada de Humahuaca como sitio patrimonial. De esta manera, se expresaba la dueña de un hotel de Tilcara:

“Hay una gran contradicción con el 50% del turismo que viene a la región a ver lo paisajístico y lo cultural pero lo quisiera ver en rutas pavimentadas y en shoppings. No se banca la calle de tierra, esta cuestión de la informalidad. No se lo banca y eso es muy contradictorio y muy chocante.”

“Se pretenden niveles de confort que ponen en riesgo el sistema al cual vienen y al patrimonio. Por ejemplo, el recurso agua es escaso y los turistas pretenden que se laven las toallas todos los días.”

Un miembro de la comunidad de Purmamarca nos decía:

“Acá tenés hoteles con gimnasio, con spa... ¡tenés de todo! Lo único bueno de eso es que por ahí uno se da el gusto de conocer gente extranjera, gente famosa.”

Mientras que desde el sector público nos comentaba:

“Hay gente que me pregunta en qué hotel hay cancha de golf. No hay respeto por la cultura.”

Figura 9: Hotel boutique “Las Marías” de Tilcara.
Fuente: Hotel boutique “Las Marías”. Ver página Web.



Es decir, de esta manera se va diseñando y construyendo una Quebrada dirigida principalmente por el turismo, el cual mediante un proceso de valorización determina no solo cuales son los atractivos que se deben vender y consumir, sino también de que manera se deben transformar para obtener la aprobación de los turistas y en consecuencia mayor rédito económico.

La comida con sello local, las celebraciones, la música, se fueron transformando respondiendo a las necesidades de la demanda turística. Estos elementos son presentados como “autóctonos”, “auténticos de la Quebrada” pero adaptados a una versión más organizada y sofisticada, satisfaciendo las expectativas de los turistas y logrando crear un “producto diferenciado” donde prima ese estilo quebradeño. Es decir, que estos elementos patrimoniales de la Quebrada son transformados en productos para el consumo turístico. Algunos actores consideran a estos elementos como “carentes de cultura”, y los interpretan como una amenaza al carácter patrimonial de la Quebrada.

Estas transformaciones también se encuentran vinculadas con el proceso de apropiación privada del suelo. ¿Por qué decimos esto? Porque el gran mercado inmobiliario ha permitido la compra de tierras por parte de cualquier agente foráneo que desee llevar a cabo un emprendimiento turístico, posibilitando las transformaciones que son determinadas por sus gustos y preferencias (o de su demanda potencial), modificando no solo el espacio que pertenece a su propiedad, sino también la estética del lugar.

De esta manera, podemos ver como los empresarios turísticos se suman al saber experto y a todos los actores vinculados a la gestión del patrimonio para transformar y darle identidad a una Quebrada de Humahuaca a partir de una mirada foránea; donde la arquitectura, los colores y la decoración están determinados por los gustos y expectativas de los turistas.

Como venimos observando a lo largo de la investigación, todos los procesos que fueron llevados a cabo en la Quebrada de Humahuaca hablan de una valorización turística y patrimonial donde prima la cultura auténticamente quebradeña, “no occidental”. Sin embargo, esta cultura se va procesando en términos económicos, convirtiendo a la Quebrada en un lugar turístico y patrimonial favoreciendo su mercantilización. Esto lo vemos plasmado tanto en el aumento del valor inmobiliario de la tierra y de las propiedades, como en los bienes y servicios turísticos comercializados gracias a la nueva estética de la Quebrada. La designación como Patrimonio de la Humanidad y la nueva versión de la Quebrada, permiten la incorporación de nuevos servicios turísticos que antes no existían. Estos nuevos servicios, como los hoteles boutique o los restaurantes que ofrecen “platos gourmet”, fijan precios elevados que determinan cierta exclusividad para adquirir dichos servicios. Este proceso de mercantilización del patrimonio, junto con la nueva versión de la Quebrada, nos va mostrando el intento por convertirse en un destino exclusivo, definiendo a qué tipo de demanda apuntan, y a quiénes quieren excluir de este “destino de calidad”.

Conclusión

A lo largo de la tesis fuimos realizando un análisis crítico y reflexivo del proceso de valorización turística de la Quebrada de Humahuaca luego de la designación patrimonial por la UNESCO. Lo que nos interesa rescatar son ciertas cuestiones que hemos analizado en varios de los capítulos. En primer lugar, cómo interviene la valorización turística en el proceso de valorización patrimonial a partir de los intereses de los actores involucrados; en segundo lugar, las implicancias locales generadas por los requerimientos del consumo turístico; y en tercer lugar, el papel del poder político provincial en el proceso de valorización turístico y patrimonial.

Cuando en la tesis vinculábamos estrechamente al proceso de valorización turístico con el proceso de valorización patrimonial no era por un simple capricho.

El turismo lo hemos conceptualizado como un desplazamiento territorial con fines de ocio, motivado por la existencia en el lugar de destino de condiciones aptas y deseadas para la realización de estas actividades de esparcimiento. Tales condiciones las definimos como “atractivos turísticos”, también vistos como recursos. Se trataría de rasgos, que son puestos en valor o activados para y por el turismo. Distintos agentes intervienen en estos procesos de valorización de la Quebrada, dentro de los cuales destacamos a los empresarios turísticos y al estado.

Ante lo expuesto, consideramos que la práctica turística en la Quebrada de Humahuaca se estaría organizando en torno a atractivos que no son atributos propios de los lugares, sino que la condición de atraktividad sería socialmente construida, recurriendo en parte a los atributos inherentes al lugar de destino, pero en parte también a otras cuestiones, tales como los intereses específicos de los actores sociales involucrados, los hábitos y costumbres, las modas, etcétera.

En este sentido, creemos que no importaría el grado de excepcionalidad que tengan los rasgos de un determinado lugar, ya que sólo se valorizarán como atractivos turísticos si logran concordar con las demandas de los turistas. En consecuencia, la valorización de la Quebrada como destino turístico no se provocaría sólo por los rasgos que le son propios ni por lo que piense la sociedad que habita en dicho lugar.

Esto lo podemos observar en la Quebrada de Humahuaca, reconociendo como a lo largo del siglo XX, fueron cambiando los rasgos del lugar que se han valorado como atractivos, buscando satisfacer las necesidades, expectativas y deseos de los turistas.

Por lo expuesto en las diferentes concepciones que fuimos haciendo del patrimonio, podemos reconocer que dentro del proceso de patrimonialización, encontramos un proceso de selección que es llevado a cabo en simples palabras por el turismo, ya que es el que pondrá en valor ciertos atributos de la Quebrada y dejará de lado otros. Por ejemplo: la cumbia, el evangelismo, la planta de cal que representa a la historia industrial de la Quebrada, los planes habitacionales, las técnicas de producción agrícola moderna, son algunos de los elementos que no participaron del repertorio seleccionado para recibir una distinción patrimonial, por el contrario, son elementos señalados “intrusivos” en la Quebrada turística. Sin embargo, los nuevos estilos arquitectónicos traídos desde Buenos Aires en los años 30, el encuentro cultural entre españoles y aborígenes, que fueron totalmente ajenos a la Quebrada, se mezclan con lo local, son valorizados por el turismo y pasan a formar parte de los elementos patrimoniales.

Así, podemos pensar al turismo como una práctica que resignifica el patrimonio a partir de procesos sociales de construcción de atraktividad turística, esto es, de valorizarlo como atractivo turístico de la Quebrada. También, reconocemos que mediante la actividad turística, el patrimonio quebradeño ingresa al mercado para ser consumido, ya que dicha actividad lo convierte en una mercadería.

El proceso de valorización turística del patrimonio en la Quebrada de Humahuaca ha producido conflictos entre diferentes actores; en especial hemos destacado la pérdida de identificación de algunos sectores de la comunidad local con aquellos elementos designados como patrimonio una vez que son valorizados por el turismo y transformados para el consumo.

Si el turismo solo interviniera valorizando un patrimonio ya existente, la presencia de este patrimonio sería un factor determinante de la actividad económica turística, y el mismo, marcaría los límites a los actores que participan en ella.

Sin embargo, el turismo participó en la definición del patrimonio quebradeño, y este fue el resultado de los intereses específicos de los actores que participaron en la definición. Dichos intereses fueron económicos, sociales y territoriales. De esta manera, fueron patrimonializados aquellos elementos que pudieron ser mercantilizados.

Así, a través de un análisis crítico y reflexivo, inferimos que la activación patrimonial deja de ser sólo una herramienta de protección, conservación y preservación, para transformarse mediante la valorización turística en una herramienta fundamental en la economía, no sólo de la Quebrada de Humahuaca, sino también de los actores sociales que intervienen en este proceso.

Como venimos señalando en el trabajo, la Quebrada turística y patrimonial estuvo determinada por una mirada foránea y adecuada para su consumo turístico.

Desde el gobierno provincial se han dictado un conjunto de normas para mantener las características de la Quebrada, estableciendo que puede y debe hacerse y que no, en base a la versión ideal de la Quebrada de Humahuaca. Estas pautas fueron determinadas paralelamente con un gran crecimiento del turismo, el cual también abordó una manera de transformar la Quebrada teniendo en cuenta el carácter patrimonial. La gestión patrimonial, los expertos y los empresarios turísticos, buscaron impulsar ciertas transformaciones basadas en los gustos y preferencias de las demandas turísticas: es decir, una versión de una Quebrada estancada en el tiempo, valorizando lo tradicional, sus antiguas costumbres, la arquitectura quebradeña, entre otras. Por el contrario, aquellas características que no se ajustaban a la versión ideal de la Quebrada de Humahuaca, es decir, las que no eran valorizadas como auténticamente quebradeñas, fueron sancionadas por atentar contra la versión patrimonial.

De esta manera, consideramos que los actores con mayor cuota de poder, es decir, aquellos encargados de la gestión, los expertos, los empresarios turísticos y los turistas, comparten esta visión de la Quebrada, determinando las transformaciones necesarias para el consumo turístico. Con lo escrito hasta aquí, estaríamos confirmando la hipótesis de la investigación que afirma que la valorización de la Quebrada de Humahuaca como lugar turístico es resultado de un proceso enfocado a instalar ciertos atractivos turísticos a partir de su patrimonialización, con los cuales se generan transformaciones orientadas a su organización para el consumo turístico. Estas transformaciones implican el accionar de varios actores que poseen diversas

lógicas que orientan y definen sus acciones en el territorio. En tanto que otros, se ven excluidos o bien invisibilizados consciente o inconscientemente.

La creación de la Quebrada turística y patrimonial, vino acompañada de ciertos beneficios económicos, producto de la explotación turística de su condición patrimonial. Asimismo, se vio un gran crecimiento del mercado inmobiliario, determinado por la adquisición de tierras con fines turísticos, principalmente por empresarios foráneos.

Como fuimos analizando a lo largo de esta investigación, el patrimonio quebradeño como atractivo turístico atrae turistas, inversiones y es incorporado en la economía gracias a los bienes y servicios turísticos. Pero esto, es determinado por la participación del turismo en el proceso de patrimonialización. ¿Qué queremos decir con esto? La búsqueda de la designación patrimonial y el proceso de selección de elementos patrimoniales, son procesos incentivados por el negocio económico que determina la prestación de servicios turísticos. Es decir, más que una activación patrimonial, lo que aconteció en la Quebrada fue una activación turística del patrimonio.

Sin embargo, creemos que no todo fue color de rosas. El proceso de valorización turística de la Quebrada de Humahuaca estuvo acompañado de una serie de conflictos entre los diferentes actores, principalmente, entre los quebradeños y los actores foráneos (empresarios turísticos y turistas). La tierra, la identidad, los espacios públicos, los beneficios económicos, la mejor calidad de vida, fueron los temas por los que giraron dichos conflictos.

La presencia del turismo y su intento por consolidarse como el motor de desarrollo no solucionó los conflictos entre los distintos actores que participaron del proceso de la Quebrada como un lugar turístico y patrimonial. Al contrario, debido a sus múltiples y diferentes intereses se profundizaron dichos conflictos.

El objetivo del poder político provincial de obtener la distinción patrimonial fue el desarrollo de la actividad turística, por el propósito del deterioro de ciertas actividades productivas y del mercado laboral de la provincia. De esta manera, el patrimonio fue el recurso a explotar, una alternativa plenamente pensada desde el ámbito económico pero teñida de su carácter conservacionista y preservacionista que determina la distinción otorgada por la UNESCO.

El proceso de patrimonialización y los proyectos de desarrollo del turismo en la Quebrada tuvieron la participación de la comunidad local. Sin embargo, según las entrevistas realizadas, varias de las demandas surgidas en los talleres participativos no fueron atendidas. Esto provocó que la política implementada por el gobierno provincial, que en sus principios fue apoyada por la población local, reciba varias críticas por parte de la sociedad de la Quebrada.

Es decir, por un lado se convocó a la comunidad local a participar del proceso de patrimonialización y de los planes y programas de desarrollo del turismo; y por el otro, se la excluyó. Esto nos muestra como se utilizó a la comunidad local para crear una simple pantalla de algo diseñado de antemano, en la cual los actores con cuotas de poder más altas tuvieron voz y voto, y a su vez mayores beneficios económicos generados por la actividad turística. Esta situación no ha cambiado en la Quebrada de Humahuaca, aquellos actores que tuvieron un mejor posicionamiento en los comienzos de la Quebrada turística y patrimonial, siguen siendo los más beneficiados.

Por lo tanto, vemos cómo diferentes grupos formados por actores provinciales, nacionales y extranjeros, con diferentes intereses y grandes cuotas de poder, terminan transformando y gestionando la Quebrada turística y patrimonial.

Esto nos muestra las grandes contradicciones en la política turística y patrimonial en la cual la población local iba a ser la más favorecida y termina siendo un simple espectador de la valorización turística del lugar, quedándose con las migas de los beneficios económicos del turismo. Mientras que los empresarios turísticos, sin ser controlados por el gobierno provincial, terminan siendo dueños de gran parte de la torta.

En síntesis, lo que queremos señalar es que los procesos que fue atravesando la Quebrada de Humahuaca para convertirse en uno de los destinos turísticos más importantes de Argentina, no fueron simples. El proceso de patrimonialización y el proceso de valorización turística de la Quebrada se vieron complejizados por los intereses y las acciones de ciertos actores como el gobierno provincial, los empresarios turísticos, las distintas organizaciones quebradeñas, la UNESCO y la comunidad local. Es decir, estos procesos y transformaciones van redefiniendo la Quebrada de Humahuaca y la misma termina siendo signada por intereses y miradas foráneas.

Los procesos descriptos siguen su desarrollo y sería deseable seguir el estudio de este tema con la intención de profundizar los conocimientos sobre el proceso de valorización turístico y patrimonial, el rol actual y futuro de los actores territoriales y las implicancias locales generadas y otras que seguramente se generarán con el paso del tiempo en la Quebrada. Asimismo, resultaría importante observar de qué manera repercuten los procesos que atravesó la Quebrada de Humahuaca en el contexto turístico provincial y nacional, como así también comparar este caso con el de otros destinos turísticos de Argentina.

Bibliografía

Referencias bibliográficas

Almirón, A., Bertonecello, R., & Troncoso, C. A. (2006). Turismo, patrimonio y territorio: Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. *Estudios y perspectivas en turismo*, 15(2), 101-124.

Álvarez, M., & Sammartino, G. (2009). Empanadas, tamales y carpaccio de llama: patrimonio alimentario y turismo en la Quebrada de Humahuaca-Argentina. *Estudios y perspectivas en turismo*, 18(2), 161-175.

Bertonecello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y transferencias*, 6(2), 29-50.

Bertonecello, R., Castro, H., & Zusman, P. (2003). Turismo y patrimonio: una relación puesta en cuestión. *Procesos Territoriales en Argentina y Brasil. Instituto de Geografía, Buenos Aires*, 277-291.

Bozzano, Horacio (2009), "Territorios posibles. Procesos, lugares, actores: una tríada social", *Editorial Lumiere, Buenos Aires*.

Castro, H., & Zusman, P. (2011). Redes escalares en la construcción de los patrimonios de la Humanidad. El caso de la patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina). *GEOUSP: Espaço e Tempo (Online)*, (21), 173-184.

Catalano, B. (2014). Sostenibilidad sociocultural del turismo en el Noroeste Argentino. Estudio de casos: Purmamarca y Tilcara. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo-RIAT*, 9(2), 69-85.

García Canclini, N. (1999). Los usos sociales del patrimonio cultural. En: *Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*; Encarnación Aguilar Criado editor, Consejería de cultura, Junta de Andalucía, pp. 16-33.

Graham, B., Ashworth, G. J., & Tunbridge, J. E. (2000). *A geography of heritage: Power, culture, and economy*. Arnold; Oxford University Press.

Gliemmo, Fabricio, Reflexiones Sobre La Práctica Turística: Abordaje Territorial Para Definir Lugares Sustentables. Iniciativas En Minas, Lavalleja (Uruguay) (Reflections on Tourism Practice: A Territorial Approach to Determine Sustainable Places. The Case of Minas, Lavalleja, (Uruguay)) (August 18, 2015). ANUARIO TURISMO Y SOCIEDAD, Vol. 15, 2014. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2646661>

Hernández Llosas, M. I. (2002). Patrimonio cultural y desarrollo sostenible en la quebrada de Humahuaca: Potencial y perspectivas. *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Jujuy*, (18), 125-152.

Mancini, C. E., & Tommei, C. I. (2013). Transformaciones de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy) en el siglo XX: entre destino turístico y bien patrimonial. *Registros. Revista de investigación histórica. FAUD/UNMdP*, (9), 97-116.

Prats, L. (1998). El concepto de patrimonio cultural. *Política y Sociedad. Revista de la Universidad Complutense. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología*, N° 27, Madrid.

Prats, L. (2003). Patrimonio+ turismo= ¿desarrollo?. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 1(2), 127-136.

Prats, L. (2006). La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias. *Revista ph*, (58).

Reboratti, C., García Codrón, J. C., Albeck, M., Castro, H., & Arzeno, M. (2003). Una visión general de la Quebrada. *La Quebrada. Buenos Aires: La Colmena*, 17-46.

Salleras, L. (2011) Patrimonio cultural, territorio y turismo en la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina): discusiones en torno al desarrollo. *Estudios y perspectivas en turismo*.

Salleras, L. (2011). Territorio, turismo y desarrollo sustentable en la Quebrada de Humahuaca: Paisaje y naturaleza al servicio de la práctica turística. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(5), 1123-1143.

Seca, M. (1989) Introducción a la geografía histórica de la Quebrada de Humahuaca, con especial referencia al pueblo de Tilcara. Instituto Interdisciplinario Tilcara, Facultad de Filosofía y Letras, UBA, Buenos Aires.

Schlüter, R. G. (2003). *El turismo en Argentina: Del balneario al campo*. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.

Sica, G., Bovi, M. T., & Mallagray, L. (2006). La Quebrada de Humahuaca: de la colonia a la actualidad. *Jujuy en la Historia: de la colonia al siglo XX. San Salvador de Jujuy: Universidad Nacional de Jujuy*.

Troncoso, C. A. (2008). Valorización turística de la Quebrada de Humahuaca (provincia de Jujuy). La conformación de una nueva oferta turística y los cambios en la forma de visitar el destino. *Párrafos Geográficos*, 7(2), 96-123.

Troncoso C. A. (2009). Patrimonio y redefinición de un lugar turístico. La Quebrada de Humahuaca, Provincia de Jujuy, Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18.

Troncoso, C. (2012). Turismo y patrimonio en la Quebrada de Humahuaca. *Lugares, actores y conflictos en la definición de un destino turístico argentino. Colección Pasos Edita*, (9).

Valles, M. S. (1999). Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional. *Síntesis, Madrid*. ISBN 84-7738-449-5

Documentos Institucionales

PROFODE (2004) Informe de diagnóstico del Área Quebrada de Humahuaca, Provincia de Jujuy.

Secretaría de Turismo de la Nación. Dirección de Inversiones Turísticas (2009). *Regímenes de incentivo a la Inversión turística*.

Secretaría de Turismo y Cultura de la Provincia de Jujuy –CAF- Howarth Consulting (2006). Plan de Desarrollo Turístico Sustentable para la provincia de Jujuy.

Artículos periodísticos.

El Pregón, “Pobladores originarios reclaman derechos”, 02/09/2005.

Jujuy al día, “Entrevista exclusiva a Eduardo Fellner en Paris, Francia”, 06/07/2003.

Paginas de Internet

Secretaría de Turismo de la Provincia de Jujuy <http://www.turismo.jujuy.gov.ar/>

Ministerio de Turismo <http://www.turismo.gov.ar/>

Hotel boutique “Las Marías” <http://lasmariastilcara.com.ar/>

Anexos

Modelo de entrevistas

Datos del entrevistado.

Nombre y Apellido:

Edad:

Ocupación:

Contacto:

¿De qué manera se desarrollaba la actividad turística antes del proceso de patrimonialización?

¿Formó parte de las instancias participativas para la designación de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad? ¿De qué trataban las mismas?

¿Tuvo participación en el proceso de selección de los potenciales elementos patrimoniales? ¿De qué manera?

¿Qué actores participan de la administración y gestión del patrimonio? ¿Podría describir qué tareas realizan?

Según su punto de vista, ¿Cuál fue el objetivo de designar Patrimonio de la Humanidad a la Quebrada de Humahuaca?

¿Cuál es su interpretación sobre el patrimonio de la Quebrada de Humahuaca?

¿Cuáles son los impactos que provocó la declaración patrimonial en los elementos patrimoniales?

Relación entre los actores antes y después del proceso de patrimonialización.

¿Cuál es la relación entre (sector público/sector privado/comunidad local) y (sector público/sector privado/comunidad local) antes y después del proceso de patrimonialización?

Talleres participativos del PROFODE y del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable.

¿Cuáles fueron las expectativas y los resultados de los mismos? ¿Se atendieron las demandas y propuestas de la población local? ¿Qué tipo de cursos y capacitaciones se brindaron?

¿Quiénes se insertaron en el mercado laboral turístico? ¿De qué manera? ¿Cuáles son las condiciones laborales? ¿De qué manera impactan los planes sociales en el mercado laboral turístico?

¿Cuál es el grado de desarrollo del turismo? Muy alto – alto – medio – bajo – muy bajo. ¿Por qué?

El crecimiento del turismo en la Quebrada, ¿fue percibido positivamente o negativamente por la comunidad local? ¿Podría fundamentar la respuesta?

¿Cómo piensa usted que es reconocida la Quebrada de Humahuaca por parte de los visitantes?

¿Hay encuestas que determinen el grado de satisfacción de los visitantes?

¿La práctica del turismo es respetuosa de valores en lo que respecta al ambiente, la cultura local y al patrimonio?

¿Hubo control en el proceso de valorización turístico del patrimonio?

¿Cuáles fueron las implicancias locales generadas por el turismo en la Quebrada de Humahuaca en lo que respecta a la arquitectura, la infraestructura, las manifestaciones culturales y el estilo de vida de la comunidad local?

¿Han existido distintos tipos de quejas o manifestaciones de disconformidad luego de la declaración de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad? ¿Cuáles fueron las mismas?

¿Qué sentimiento le despierta la siguiente frase encontrada en un graffiti de Tilcara? "No mas tilcareta: que el patrimonio no sea de pocos".

¿Cuál es su visión de la Quebrada de Humahuaca como destino turístico en un largo plazo?

¿Desea agregar algo más?

Fin de la entrevista.

Tiempo estimado: 1 hora.