



Espiño Ojeda, Jezabel

Visitantes y anfitriones : ¿vínculos de armonía o de conflicto? La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el *modus vivendi* de las comunidades



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Espiño Ojeda, J. (2019). *Visitantes y anfitriones: ¿vínculos de armonía o de conflicto? La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el modus vivendi de las comunidades (maestría)*. Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes
<http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/2042>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Visitantes y anfitriones: ¿Vínculos de armonía o de conflicto? La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el ‘modus vivendi’ de las comunidades locales

TESIS DE MAESTRÍA

Jezabel Espiño Ojeda

jezabel.espino@hotmail.com

Resumen

Este trabajo final de Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo aborda el estudio del carácter armonioso o conflictivo de los vínculos establecidos entre los actores humanos, fundamentales en el escenario turístico de nuestro interés: la ‘Quebrada de Humahuaca’ (Provincia de Jujuy, Región Norte - Argentina).

El tema tratado se extiende entre 2003 y 2018. Durante dicho periodo, han tenido lugar acontecimientos tales como la declaración del área como Sitio de Patrimonio Mundial por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). No pareciera menor indagar acerca de los efectos de prácticas turísticas connotadas por el encuentro entre la globalización (representada por visitantes del mercado interno y externo, vehículos conscientes o no conscientes de la influencia de la ética y estética del turismo contemporáneo) y las culturas locales (representadas por los anfitriones y sus comunidades de pertenencia, “reserva” simbólica de una "Argentina profunda" y del ‘modus vivendi’ de los pueblos originarios).

Para concluir, esta producción académica, por una parte, está apoyada sobre la secuencia lógica “relevamiento-diagnóstico-intervenciones”; por otra parte, con la expectativa de contribuir a la construcción de nuevos conocimientos referidos al turismo, ha considerado necesaria la proposición de una serie de fundamentos epistemológicos.

Para lograr este objetivo, se ha recurrido a fuentes y técnicas de investigación diversas y, dada la presencia de visiones del mundo o cosmovisiones no coincidentes, se requirió de los saberes de la Filosofía (en sus ramas de la ética y de la estética) y de la Antropología (en su vertiente socio-cultural).

Palabras clave: Quebrada de Humahuaca - turismo - visitantes y anfitriones - ética y estética del turismo contemporáneo - efectos de las prácticas turísticas.



Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo

(Orientación: Destinos Turísticos)

**Visitantes y anfitriones:
¿Vínculos de armonía o de conflicto?**

La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el '*modus vivendi*' de las comunidades locales.

Caso de estudio: *Quebrada de Humahuaca* -Sitio de Patrimonio de la Humanidad, UNESCO- (Provincia de Jujuy, Región Norte - Argentina, 2003 - 2018).

Autora: Jezabel Espiño Ojeda

Director: Norberto Fortunato

Año Académico 2019

Visitantes y anfitriones: ¿Vínculos de armonía o vínculos de conflicto?
La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el '*modus vivendi*' de las
comunidades locales.

Jezabel Espiño Ojeda

A la memoria de mi papá,
quien supo enseñarme y supo demostrarme que, con convicción y con
dedicación, es posible trabajar en aquello que uno ama.

Agradecimientos

A mi familia, por su apoyo, compañía y contención y por su presencia ante cada circunstancia de necesidad. Por ofrecer la oportunidad y la posibilidad de elegir con convicción el estudio de aquella carrera considerada por mí fuente de felicidad. Por pensar y entender que la educación abre puertas y nos hace libres.

A mis amigos, por su otra mirada y por sus aportes significativos a mi regreso del primer viaje a la Quebrada para percibir la existencia de otras personas con igual preocupación sobre el desarrollo turístico de esta parte del Norte de nuestro país y, con el transcurso del tiempo, tener certeza acerca de cuál sería el tema principal de mi Trabajo Final para concluir con la Maestría.

A María de las Victorias Villa, porque, además de haber participado como informante calificada para el desarrollo de esta producción académica, ha sido quien, años atrás, acompañase mis inicios en el camino de la investigación.

A Carlos Fernández de Balboa, porque, sin conocerme previamente, accedió generosa y desinteresadamente a la entrevista solicitada y estuvo, posteriormente, siempre dispuesto a colaborar con este proyecto.

A quienes respondieron al cuestionario suministrado a efectos de ampliar las fuentes de información, por enriquecer mis conocimientos mediante el relato de sus experiencias vivenciales como visitantes de la Quebrada de Humahuaca y de sus perspectivas personales acerca de la problemática bajo estudio.

Para finalizar, mi agradecimiento **a los habitantes de la Quebrada**, quienes han sido inspiradores y motivadores fundamentales para el desarrollo de esta producción académica.

Visitantes y anfitriones: ¿Vínculos de armonía o vínculos de conflicto?
La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el '*modus vivendi*' de las
comunidades locales.

Jezabel Espiño Ojeda

“La protección (de los bienes patrimoniales) no se ejerce sin la participación activa y el compromiso de la comunidad. No se protege lo que no se conoce, por ello es esencial la educación y la transferencia de los conocimientos específicos.”

Diana Rolandi

Índice

Introducción.....	10
Objetivos	13
Preguntas de Investigación	14
Unidad de Análisis.....	14
Fundamentos epistemológicos.....	19
Estado de la Cuestión	22
Parte I: El escenario turístico de la Quebrada de Humahuaca: <i>la</i> <i>complejidad de su abordaje teórico</i>	26
1. La Quebrada de Humahuaca	28
1.1. Aspectos geográficos:	28
1.2. Turismo cultural: la identidad y las fiestas	29
1.3. Evolución Turística	33
1.4. La antropología al servicio del turismo cultural.....	39
2. Turismo: <i>¿Industria o servicios?</i>	40
2.1. Marco legal de la actividad turística de Jujuy	44
3. Visitantes y Anfitriones:	49
3.1. Su metamorfosis desde sus orígenes hasta la actualidad.....	49
3.2. El paradigma de los anfitriones e invitados	52
4. El patrimonio cultural como una consecuencia del conjunto identidad, ética, estética y autenticidad.	53
4.1. El patrimonio cultural desde la visión ética.....	54
5. Efecto de las Prácticas Turísticas	65
5.1. Visitantes y Anfitriones: La relación entre las percepciones de los impactos producidos por la actividad turística y la actitud del residente.....	66
5.2. Definición y preferencias del turista actual y la dualidad backstage y autenticidad.....	69

5.3. El residente de hoy, qué lugar ocupa en el desarrollo del turismo.....	70
5.4. Economía de mercado y su aplicación en el turismo, evaluación de los impactos producidos en la comunidad local	71
5.5. La economía de los pueblos originarios. El regalo como eje de distribución y no de acumulación	77
5.6. Jujuy, niveles de pobreza de la provincia según las estadísticas del InDEC y las del UNJu	78
Parte II: Investigación '<i>in situ</i>' de la relación de visitantes y anfitriones ..	82
Observaciones realizadas en el área de estudio:.....	83
Recorriendo la investigación a través de imágenes	86
Parte III: Formulación de diagnóstico de situación.....	91
Análisis de la entrevistas	92
Análisis de las encuestas	101
Parte IV: Propuestas para la conservación del '<i>modus vivendi</i>' local	136
Reflexiones Finales	148
Bibliografía y otras fuentes citadas y consultadas	161
Anexos	174

Índice de Tablas, Cuadros, Cuadros comparativos, Mapas, Imágenes y Gráficos

Tablas

Tabla 1: Antecedentes del Proyecto.....	22
Tabla 2: Plan de acción	139

Cuadros

Cuadro 1: Ejes de contribución del Turismo.....	74
Cuadro 2: Niveles de participación del turismo según Wallingre y Villas (2009).....	75
Cuadro 3: Niveles de Participación del Turismo según Sancho (1998).....	76
Cuadro 4: Objetivos de la Ley Provincial N°5198.....	44

Cuadros Comparativos

<i>Cuadro Comparativo 1: Sistema de Modelización Turística de la OMT (1998) y Molina (1991)</i>	<i>42</i>
<i>Cuadro Comparativo 2: Ética de la felicidad y Ética de la justicia</i>	<i>55</i>
<i>Cuadro Comparativo 3: de la Muestra 1 "Turistas en general" y Muestra 2 "Profesionales relacionados con el sector turístico"</i>	<i>129</i>

Mapa:

Mapa 1: de la Quebrada de Humahuaca	28
---	----

Imágenes:

Imagen 1 : Monumento dela Independencia - Humahuaca (2015).....	87
Imagen 2 : Monumento dela Independencia - Humahuaca (2005).....	87
Imagen 3: Plaza Principal de Purmamarca (2018).....	87
Imagen 4: Plaza Principal de Purmamarca (2011).....	87
Imagen 5: Purmamarca 2013.....	88
Imagen 6: Purmamarca 2015.....	88

Imagen 7: Purmamarca (1980).....	89
Imagen 8: Hotel y Casa de artesanías en edificaciones autóctonas - Humahuaca.....	96
Imagen 9: Mercado de Tilcara.....	96
Imagen 10: Edificaciones autóctonas - Humahuaca	96
Imagen 11: Imitación de arquitecta local expuesta en la hotelería	96

Gráficos

Gráfico 1: Edad de los Encuestados	102
Gráfico 2: Sexo.....	102
Gráfico 3: Lugar de Residencia.....	103
Gráfico 4: Nivel de Educación	104
Gráfico 5: Profesión.....	104
Gráfico 6: ¿Cuándo visitó la Quebrada?	105
Gráfico 7: ¿Cuándo accedió a su viaje?.....	105
Gráfico 8: ¿Qué servicio adquirió antes de viajar?.....	106
Gráfico 9: ¿Cómo realizó su viaje?	107
Gráfico 10: ¿Qué le llamó más la atención?	107
Gráfico 11: ¿Notó una identidad cultural predominante?	108
Gráfico 12: ¿Cuándo llegó a la Quebrada ¿Accedió a los centros de informes?	109
Gráfico 13: En caso de haber accedido, ¿Se le brindó información sobre cómo comportarse en destino, para no afectar la cultura local?	109
Gráfico 14: Si se hospedó en la Quebrada ¿Se le brindó en el establecimiento información de la cultura local?	110
Gráfico 15: En caso de haber contratado una excursión para visitar la Quebrada ¿Se les brindo información sobre la cultura del lugar?.....	111
Gráfico 16: ¿Qué conjunto de servicios se adquirieron antes de viajar?.....	112
Gráfico 17: Turistas que recibieron información en alguna prestación adquirida	114
Gráfico 18: Edad de los encuestados.....	115
Gráfico 19: Sexo.....	116

Gráfico 20: Lugar de Residencia	117
Gráfico 21: Nivel de Educación	117
Gráfico 22: Profesión.....	118
Gráfico 23: ¿Cuándo visitó la Quebrada?	119
Gráfico 24: ¿Cómo accedió a su viaje?.....	119
Gráfico 25: ¿Qué servicios adquirió antes de viajar? Marcaquelos a continuación	120
Gráfico 26: ¿Como realizó su viaje?	121
Gráfico 27:¿Qué le llamó más la atención?	121
Gráfico 28: ¿Notó una identidad cultural predominante?	122
Gráfico 29: En caso de haber accedido, ¿Se le brindó información sobre cómo comportarte en destino, para no afectar la cultura local?	123
Gráfico 30: Cuándo llegó a la Quebrada ¿Accedió a los centros de informes?	123
Gráfico 31: Si se hospedó en la Quebrada ¿Se le brindó en el establecimiento información de la cultura local?	124
Gráfico 32: En caso de haber contratado una excursión para visitar la Quebrada ¿Se les brindo información sobre la cultura del lugar?.....	125
Gráfico 33: ¿Qué conjunto de servicios se adquirieron antes de viajes?	126
Gráfico 34: Turistas que recibieron información en alguna prestación adquirida	128

INTRODUCCIÓN

Según el Dictamen del Consejo Académico de la Carrera de Posgrado de Especialización y Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo de la Universidad Nacional de Quilmes, emitido el día 05 del mes de Diciembre del año 2017, por una parte, el tema elegido para el desarrollo de este Trabajo Final de Maestría es pertinente y relevante y, por otra parte, su título, "Visitantes y anfitriones. ¿*Vínculos de armonía o vínculos de conflicto?*"² (y su subtítulo, "La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el '*modus vivendi*' de las comunidades locales. Caso de estudio: *Quebrada de Humahuaca* -Sitio de Patrimonio de la Humanidad, UNESCO-³ (Provincia de Jujuy, Región Norte - Argentina, 2003 - 2018)", alude al intento de responder sobre los vínculos entre visitantes y anfitriones de la Quebrada de Humahuaca, escenario turístico sujeto a aquellas transformaciones causadas por su reconocimiento internacional, dados sus "valores excepcionales".

Asimismo, la formulación del problema es considerada congruente con el fin planteado para esta producción académica⁴.

Como ya se mencionó en el resumen, no pareciese menor abordar el estudio del carácter de los vínculos entre visitantes y anfitriones del escenario turístico de nuestro interés, la '*Quebrada de Humahuaca*', durante 2003 y 2018, años de declaración del espacio de nuestro interés como Sitio de Patrimonio Mundial por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la

² Un comentario considerado importante: los vínculos de armonía o de conflicto son entendidos como relaciones de intercambio cultural (interculturalidad) o imposición cultural (aculturación), respectivamente.

³ Tipo de reconocimiento internacional establecido por la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural (UNESCO, París 1972).

⁴ La metáfora del escenario, trasladada a la percepción del complejo de actividades constitutivas del turismo, es el modo de representación elegido para "ver", como conjunto de componentes interactuantes, a aquellos actores de interés para la investigación (visitantes y anfitriones) y a la trama de relaciones existente entre los mismos (sean armoniosas -de cooperación y de complementación-, sean conflictivas -no conciliadoras de las diferencias, de competencia o de enfrentamiento-).

Ciencia y la Cultura (UNESCO) y de finalización de la investigación, respectivamente. E indagar, en una apreciación con carácter de supuesto, acerca del encuentro entre la globalización, representada por los visitantes, vehículos conscientes o no conscientes de la ética y de la estética hegemónicas del mundo contemporáneo (y, en consecuencia, del turismo contemporáneo, influenciado, condicionado o determinado por el entorno de su desenvolvimiento) y las culturas locales representadas por los anfitriones, “reserva” simbólica de las señas identitarias de los pueblos originarios y su afectación sobre el '*modus vivendi*' de los anfitriones y sus comunidades de pertenencia.

¿Intercambios entre sujetos de derecho mutuamente considerados 'iguales' -no obstante sus culturas diferentes- o intercambios entre sujetos de derecho unilateral o mutuamente considerados 'desiguales', a causa de una cultura global y una cultura local?

El desarrollo de esta producción académica está constituido por tres fases orientadas a propósitos diferentes: *fase de relevamiento de información (investigación), fase de formulación de diagnóstico de situación (evaluación) y fase de diseño de propuestas de intervención (decisión).*

En la primera fase, el esfuerzo ha estado dedicado a la obtención de información acerca de la relación “visitantes - anfitriones” mediante el estudio de aquellos comportamientos asociados, por una parte, a la ‘prestación-consumo’ de los servicios constitutivos de una experiencia turística (por ejemplo, traslados, alojamiento y alimentación, entre otros posibles) y, por otra parte, a las visitas a sitios de interés en el área declarada “Sitio de Patrimonio Mundial” por UNESCO, por su carácter de ambiente natural y cultural de valor excepcional.

En la segunda fase, estas “vinculaciones” entre ambos actores humanos, a efectos de la formulación del diagnóstico de la situación actual, serán fuente valiosa para la presentación de una evaluación sobre sus percepciones respecto del “otro” y constituirán una oportunidad para explorar y

describir aquellas cualidades inherentes a los modos de relación cultural armoniosos o conflictivos.

Resultaría valioso el tratamiento de la cuestión bajo estudio dado el encuentro entre la globalización, representada por los visitantes (vehículos turísticos conscientes o no conscientes de la ética y de la estética hegemónicas del mundo contemporáneo) y las señas identitarias locales no globalizadas, representadas por los anfitriones, mujeres y hombres simbólicamente “reserva” de una Argentina '*profunda*', aquella portadora del modo de vivir heredado de la época prehispánica. Ni superior ni inferior: sólo y únicamente diferente.

En la tercera fase, es ofrecida una serie de propuestas de intervención para contribuir a la conservación de aquellas pautas de comportamiento propias de las comunidades locales del territorio abordado como espacio de nuestro interés.

Objetivos

▪ **Objetivo general**

Tomando como base lo considerado ético y estético para la comunidad local, evaluar la armoniosidad (*interculturalidad*) o la conflictividad (*aculturación*) de los vínculos establecidos entre los visitantes (excursionistas y turistas de mercado externo e interno) y los residentes locales de la 'Quebrada de Humahuaca' entre el año 2003, cuando se la declaró como Sitio de Patrimonio Mundial por la, y 2018, año de finalización de la investigación.

▪ **Objetivos específicos**

- *Enunciar los fundamentos epistemológicos como principios necesarios para construir saberes respetuosos de la verdad, realidad y objetividad y exponer la metodología elegida para el tratamiento del problema bajo estudio con la expectativa de contribuir en investigaciones de casos similares;*
- *Indagar sobre el estado de la cuestión y presentar aquellas obras consideradas como principales con respecto al tema abordado por esta investigación;*
- *Definir, conceptualizar y contextualizar las palabras y expresiones "clave" con el objetivo de llevar acabo el desarrollo teórico de esta investigación a través de la recopilación y revisión de bibliografía y otras fuentes de información vinculadas a saberes como la filosofía (en sus ramas de la ética y de la estética), la antropología (en su vertiente cultural) y el turismo;*
- *Formular el diagnóstico de la situación actual identificando aspectos positivos y negativos con el propósito de conservar las señas identitarias únicas del 'modus vivendi' de las comunidades locales y llegar a obtener beneficios diversos;*
- *Proponer una serie de intervenciones para el fortalecimiento de los aspectos juzgados como favorables y atenuar y/o corrección juzgados como desfavorables.*

Preguntas de Investigación

- *¿Los visitantes tienen conciencia turística de los efectos que producen mediante sus prácticas turísticas?*
- *¿Al visitante le interesa la autenticidad cultural o sólo es un deseo?*

A partir de la declaración de la Quebrada de Humahuaca como Sitio de Patrimonio Mundial por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y su prestigio ante la demanda de visitantes del mercado nacional, del mercado regional y del mercado internacional ...

Ante la conformación de un escenario turístico inédito para el área de nuestro interés...

- *¿Los anfitriones cuentan con las herramientas necesarias para anteponer sus costumbres a la de los visitantes?*
- *¿La Secretaría de Turismo de Jujuy desarrolla programas de sustentabilidad que permitan salvaguardar la cultura local?*
- *¿Las ganancias obtenidas por el turismo desde la declaración de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad, permitieron reducir la pobreza de la provincia?*

Unidad de Análisis

Las prácticas de los turistas y/o excursionistas en la Quebrada de Humahuaca y sus repercusiones.

Aspectos teóricos, metodológicos y valorativos

Esta producción académica no sólo y únicamente aspira a la inclusión de contenidos informativos sino, simultáneamente, a la inclusión de contenidos formativos. A efectos de la concreción de estas aspiraciones, aquí se presenta el desarrollo de tres dimensiones igualmente significativas vinculadas con la construcción del saber científico: teoría, método y valores.

a) *aspectos teóricos*

El abordaje teórico está situado en torno de aquellas palabras y expresiones consideradas “clave”:

- *Quebrada de Humahuaca*
- *turismo*
- *visitantes y anfitriones*
- *ética y estética del turismo contemporáneo*
- *efectos de las prácticas turísticas.*

Tales palabras y expresiones “clave” serán abordadas mediante su definición, su conceptualización y su contextualización.⁵

Este abordaje teórico, si bien, en primera instancia, estará dedicado a aquellas palabras/expresiones “clave”, en segunda instancia requerirá el tratamiento de otras palabras/expresiones incluidas temáticamente en aquellas inicialmente propuestas. A modo de ejemplificar, “efectos de las prácticas turísticas” será una expresión inclusiva de la tipología de sus impactos (políticos, territoriales, psicológicos, sociales, económicos y ambientales, entre otros posibles).

⁵“*Definición*” como explicitación del significado de una expresión (*qué significa* y, por lo tanto, *qué no significa; qué es* y, en consecuencia, *qué no es*). “*Conceptualización*”, como presentación de la diversidad de sentidos asignados a aquello definido, de acuerdo a la pluralidad de posiciones ideológicas existentes y con intervención del juicio (si bien subjetivo, siempre enriquecedor) del autor del concepto. “*Contextualización*”, como situación de las definiciones y de los conceptos expuestos en el entorno particular del lugar y del tiempo determinados de su enunciación (Fortunato, 2015).

Aquí, además, una consideración percibida como significativa acerca de aquellas disciplinas con aportes fundamentales para abordar el estudio del turismo en función del tema principal de nuestra investigación: la relación humana entre visitantes y anfitriones, vínculo de sujetos representativos de "*modus vivendi*" diferentes. La reunión de *visiones del mundo* o *cosmovisiones* no coincidentes requirió, especialmente, de los saberes de la *filosofía* (en sus ramas de la ética y de la estética) y de la *antropología* (en su vertiente cultural), entre otras.⁶

Por una parte,

⇒ turismo

⇒ actores humanos principales (visitantes y anfitriones)

⇒ filosofía (el bien y la belleza)

⇒ antropología (la cultura)

Por otra, y especialmente,

¿vínculos de armonía o vínculos de conflicto?

¿intercambio cultural (interculturalidad) o imposición cultural (aculturación)?

b) aspectos metodológicos

La investigación desarrollada ha sido, de acuerdo a los tres criterios habitualmente usados para su clasificación,

- según sus *propósitos*:
 - ⇒ "*aplicada*",
- según la *estrategia elegida*;

⁶ Junto a las disciplinas mencionadas, otras ciencias han sido fuente de contribuciones valiosas para el tratamiento del tema de investigación de este Trabajo Final tales como la ciencia política, la psicología, la sociología, la geografía, la historia y la economía, entre otras, dado su carácter multidisciplinario o pluridisciplinario y la intención de construir interdisciplinariedad.

⇒ “*teórica y de campo*”

- según el *tipo de conocimiento* ofrecido por los resultados obtenidos:
 - ⇒ “*exploratoria, descriptiva y explicativa*”.

No obstante el predominio del sentido de razonamiento de la “*deducción*” (de la generalidad a la particularidad), en ocasiones, ha sido necesario apelar al sentido de razonamiento de la “*inducción*” (de la particularidad a la generalidad).

Asimismo, resulta necesario mencionar la presencia de “*datos cuantitativos*” y “*datos cualitativos*”.

Por último, debe ineludiblemente reconocerse la existencia de “*objetividades*” y “*subjetividades*”, dualidad inherente a la investigación en el ámbito de las ciencias sociales.

Las fuentes de investigación

Sobre la base de muestras representativas de las “poblaciones” relacionadas con el tema de investigación y a efectos de alcanzar niveles de confiabilidad aceptables, las fuentes proveedoras de información considerada significativa para la investigación han sido aquellas mencionadas a continuación:

- *bibliografía*;
- *revistas científicas*;
- *normas (políticas, planes y leyes nacionales y convenciones internacionales)*;
- *organizaciones gubernamentales y no gubernamentales*;
- *informantes calificados*;
- *sitios de internet*.

Las técnicas de investigación

La diversidad de fuentes arriba mencionadas requirió el uso de una serie de instrumentos para el relevamiento de información, a saber:

- *recopilación y revisión documental;*
- *observaciones no estructuradas efectuadas, por una parte, a través de la visita personal al espacio bajo estudio y; por otra parte, a través de la comparación de imágenes fotográficas obtenidas de una serie de sitios de épocas diferentes;*
- *encuestas (cuestionarios y entrevistas no estructuradas)*
- *análisis comparativo de imágenes (antes y después de la Quebrada)*

En acuerdo con la sugerencia del Director de este Trabajo Final y el argumento ofrecido para su fundamentación, haber optado, para el caso de la técnica de la observación y de la técnica de encuesta -entrevistas- por la modalidad "*no estructurada*" no representa una decisión sin importancia: en palabras de Norberto Fortunato, "*ver libremente una escena de interés y reflexionar sin ataduras sobre aspectos de relevancia vinculados a nuestro tema de investigación es oportunidad y es posibilidad de la inclusión de cuestiones, a priori, no percibidas, no obstante incrementar la complejidad del procesamiento de la información reunida mediante el uso de los instrumentos mencionados. No sólo y únicamente es más sino, simultáneamente, es mejor*".

c) aspectos valorativos

Como refuerzo de la aspiración anteriormente mencionada referida a la inclusión de contenidos formativos (y no sólo y únicamente informativos), de modo explícito o de modo implícito, este Trabajo Final, a efectos de la interpretación del estado de situación del problema abordado y de la formulación de propuestas de intervención sobre aquellos aspectos considerados susceptibles de transformación, está apoyado sobre una serie de valores determinados (en el sentido de normas y principios fundamentales):

- *la defensa de las culturas locales y sus señas identitarias distintivas;*
- *la percepción de la inconveniencia de la transformación de la estética del paisaje característico de cada sitio;*
- *la necesidad de concientización turística de los visitantes;*
- *la convicción de la inclusión de la comunidad anfitriona -condición sine qua non- como actor decisor y beneficiario (y sentido) del desarrollo turístico.*

Fundamentos epistemológicos

La palabra epistemología proviene del latín *episteme*, que según lo definido por la RAE es un “saber construido metodológica y racionalmente, en oposición a opiniones que carecen de fundamento.”

Fue Bateson (1979) quien propone considerarla como una rama de la ciencia combinada con una rama de la filosofía.

Actualmente, trabaja bajo la aplicación de tres criterios: “*verdad*”, “*objetividad*” y “*realidad*”.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación, se buscó construir los conocimientos a través de los siguientes fundamentos epistemológicos:

- a) *Visión sistémica*: según lo expuesto por Norberto Fortunato es “Una condición necesaria para el conocimiento del espacio temático complejo de nuestro interés es el desarrollo de una manera particular de observación: la capacidad de *mirar* el conjunto (y no sus partes constitutivas aisladamente).

Adoptar una visión sistémica es la posibilidad del hallazgo del equilibrio necesario entre la generalidad y la especificidad.”⁷

⁷ Fortunato N. *Elogio de la diversidad. El turismo y su potencialidad para el descubrimiento y la divulgación de otras 'versiones' de identidad nacional.*

La visión sistémica ayuda a comprender la complejidad de los procesos y descubrir la forma para mejorarlos. El pensamiento basado en esta visión, es la forma que tiene la mente para comprender el funcionamiento de un sistema completo, dando facilidad para poder solucionar los problemas que surjan. Este enfoque no solo incluye el todo, sino como se mencionó con anterior sus parte y la interrelacionen entre las mismas, ayudando al ser humano, a que sea más simple su comprensión y de esa forma poder interactuar con ellas.

- b) *La percepción Fenomenológica*: La fenomenología se estudia dentro de la filosofía y lo que busca es describir las cosas tal y como son, siendo un reflejo de la conciencia del individuo y se encuentra fundamentado en su interpretación. Este fundamento sostiene, en otras palabras, que las cosas son lo que son, no aquello que se deseara que sea, ni aquello que deberían ser.
- c) *El enfoque interdisciplinario*: Según lo expuesto por Norberto Fortunato, se basa en los saberes provistos por distintas ciencias. Si numerosas disciplinas, con objetos de estudio, métodos y lenguajes propios, son una fuente proveedora de conocimientos para su comprensión.

El presente trabajo de investigación, ha recurrido a conocimientos procedentes de diversas disciplinas que permitirán enriquecerlo. Ellas son:

- a. Filosofía (tratará como temas principales la ética y la epistemología)
- b. Antropología
- c. Psicología
- d. Sociología
- e. Economía
- f. Ambientalismo
- g. Política

- d) **Abordaje contextualizado:** No hay que dejar de tener en cuenta que el turismo, es solo un fragmento de la realidad; una parte de las condiciones de un espacio y un tiempo determinada. Por ello mismo, es necesario no salir nunca del contexto.

Según Norberto Fortunato “Las ideologías, las políticas y las prácticas relacionadas con la patrimonialización y la conservación selectivas de ‘escenas’ naturales y culturales para la construcción y el sostenimiento de una ‘versión’ de identidad nacional están siempre situadas en un espacio y un tiempo determinados y sujetas a los condicionamientos y las determinaciones generadas por el contexto de su desarrollo”.

Como se puede ver expresado en la cita la conservación de escenas naturales y/o culturales, se encuentran sujetas al contexto donde se desarrollan. Las culturas evolucionan, toman lo que les es útil de otras culturas, y preservan aquellos rasgos identitarios que los diferencia del resto. Cuentan con usos y costumbres propios del lugar y época donde se desarrollan.

Estado de la Cuestión

Tabla 1: Estado de la Cuestión

Texto:	Desarrollo Sustentable y Estructura Agraria en La Quebrada De Humahuaca
Año:	2003
Autor:	Carlos Reboratti, Mariana Arzeno y Hortensia Castro
Tema:	El texto aborda el desarrollo laboral agrario en la Quebrada y su relación con la sustentabilidad del lugar.
Texto:	Valoración Turística del a Quebrada de Humahuaca (Prov. de Jujuy) La conformación de una nueva oferta turística y los cambios en la oferta turística
Año:	2008
Autor:	Claudia Alejandra Troncoso
Tema:	El texto trata sobre la historia del desarrollo turístico de la Quebrada de Humahuaca y como fueron variando las políticas turísticas, para posicionar al destino a nivel nacional, y luego, lograr su nombramiento como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO (2003)
Texto:	Antropología del Turismo en Países en Desarrollo: Análisis Crítico de las Culturas, Poderes e Identidades Generados por el Turismo
Año:	2006
Autor:	Noel Salazar
Tema:	Estudia las teorías del turismo internacional en países en desarrollo, analizando las interrelaciones entre los conceptos de cultura, poder e igualdad. Se plantea el paradigma anfitrión empleado.
Texto:	Turismo y representación de la cultura: identidad cultural y resistencia en comunidades andinas del Cusco
Año:	2006
Autor:	Beatriz Pérez
Tema:	En este texto se estudian las representaciones del pasado prehispánico, específicamente los festivales, ya que los mismos, cuentan con un papel activo en la industria turística, base de la economía local. Allí participan turistas, nativos, instituciones, entre otros. Se plantea a estas representaciones como una acción política de negociación frente a los visitantes.

Texto:	Entre la Teoría y la Práctica: Antropología del Turismo en una Comunidad Andina
Año:	2008
Autor:	Macarena Hernández Ramírez
Tema	<p>En este trabajo se plantea la experiencia profesional y personal de la autora en durante las labores de investigación efectuadas en el campo. El lugar elegido es Tunimbamba, Ecuador.</p> <p>En el texto se reflejan las diferencias culturales que se pueden observar conviviendo con aborígenes que trabajan con turistas; con el objetivo de brindar mejoras en la calidad de vida de la comunidad anfitriona.</p>
Texto:	Territorio, Turismo y Desarrollo Sustentable en La Quebrada De Humahuaca - Paisaje y naturaleza al servicio de la práctica turística
Año:	2011
Autor:	Lucia Salalles
Tema:	<p>El texto trata sobre la sustentabilidad Geográfica y Cultural de la Quebrada de Humahuaca, resaltando la falta de capacitación previa que sufrió la población local antes del nombramiento como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el año 2003. Menciona la ausencia de actores públicos y aparejado a esto, la falta de planificación del lugar</p>
Texto:	Territorio imaginado. El caso de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina)
Año:	2012
Autor:	Liliana Bergesio, Jorge Montial y Lucía Scalone
Tema:	<p>El texto aborda el tema del desarrollo turístico de la Quebrada de Humahuaca a lo largo del siglo XX, hasta la actualidad. Se puede ver como uno de los temas centrales el conflicto sociocultural que sufren los nativos; entre ellos se puede resaltar: que han sido culturas poco preparadas para el gran aumento de turismo que surgió a consecuencia del nombramiento de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad en el año 2003. Las culturas más arraigadas, sintieron que eran invadidas; a tal punto, que en el año 2007 se llegó a solicitar retirar el título de Patrimonio de la Humanidad para que logran volver a la tranquilidad anterior.</p>
Texto:	Antropología y Turismo

Año:	2012
Autor:	María de la Paloma Escalante
Tema	<p>El texto inicia planteando que el turismo en sus inicios acudía muy poco a la opinión antropológica. Siendo el único caso cuando se buscaba preservar el patrimonio material. Ya que según lo expuesto por la autora, al sistema turístico no les interesa el punto de vista de los antropólogos, sino el aprovechamiento económico.</p> <p>También deja entrever que las pretensiones de los turistas fueron cambiando a lo largo del tiempo, y las comunidades anfitrionas para poder adaptarse debieron crear lo que sería un "<i>backstage</i>" y una "<i>puesta en escena</i>", donde se encontrarían dos tipos de turistas: aquel que busca conocer la autenticidad de la cultura y accede al <i>backstage</i>, y aquel que prefiere no conocerlo y accede a la <i>puesta en escena</i>.</p>
Texto:	Sostenibilidad sociocultural del turismo en el Noroeste Argentino. Estudio de casos: Purmamarca y Tilcara
Año:	2013
Autor:	Barbara Catalano
Tema:	<p>El texto trata sobre el impacto sociocultural que sufrió la Quebrada de Humahuaca a consecuencia del turismo. Este trabajo se basó en dos localidades específicas de Tilcara y Humahuaca. Explica los cambios que sufrieron las celebraciones culturales del lugar, por ejemplo, la celebración de la Pachamama.</p>
Texto:	Impactos socioculturales en la Quebrada de Humahuaca luego de su inscripción en la Lista del Patrimonio Mundial
Año:	2015
Autor:	Macchiaroli, Luciana
Tema:	<p>El texto se refiere al impacto sociocultural que sufrió la Quebrada de Humahuaca a consecuencia de su declaración como Patrimonio de la Humanidad. Entre los temas expuestos se puede encontrar el papel de la comunidad local y el impacto del turismo.</p>

PARTE I

El escenario turístico de la Quebrada de Humahuaca *la complejidad de su abordaje teórico*

PARTE I: El escenario turístico⁸ de la Quebrada de Humahuaca: *la complejidad de su abordaje teórico*

La fundamentación teórica del contenido de esta producción académica está conformada por definiciones, conceptualizaciones y contextualizaciones.

El sitio de estudio aquí tratado, como ya se mencionó con anterioridad, es la Quebrada de Humahuaca. Además de ser un destino ya posicionado como parte de la oferta turística de nuestro país, ha sido reconocido por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2003) como *Patrimonio Paisajístico y Cultural de la Humanidad*.

Por ello mismo, se podrá encontrar un análisis que abarca desde la conceptualización del turismo y del sistema turístico, en relación al lugar que ocupan los *anfitriones* e *invitados* en el mismo, hasta el estudio socioeconómico de la Provincia de Jujuy y su relación con el turismo. Asimismo, serán abordados temas como el desarrollo turístico de la Quebrada y el impacto que el mismo produce, sin dejar de analizar los conceptos de *ética* y *estética* como dos de los pilares fundamentales de la

⁸ El uso de la metáfora del "escenario" sugiere la existencia de una serie de actores vinculados por una trama intrincada de relaciones determinadas (en ocasiones armoniosas -de cooperación y de complementación-, en ocasiones conflictivas -de competencia-). La percepción metafórica mencionada facilita el entendimiento del conjunto de problemas actuales de nuestro problema de estudio y la apreciación de situaciones posibles y probables del futuro. En otras palabras, representa una herramienta valiosa para la formulación de diagnósticos y pronósticos acerca de la situación de la cuestión abordada por esta obra pero además, y especialmente, indica el sentido adecuado de las intervenciones de organizaciones de los sectores público y privado para la concreción de sus propósitos particulares. Una condición complementaria para la maximización de sus contribuciones es la necesidad del conocimiento contextualizado de los procesos históricos constitutivos de nuestro presente y con influencia relevante sobre el porvenir (Fortunato, 2016).

cultura propia de la comunidad, o aquella cultura materna⁹ que acompaña al sujeto durante toda su vida y sobre la que construye sus valores morales.

Para finalizar este apartado, se podrá encontrar un detalle de la visión antropológica sobre los efectos que producen la relación *anfitriones* e *invitados* dentro del espacio turístico.

⁹ Al hablar de cultura materna, se habla de la primera cultura adquirida por cualquier individuo. Por lo cual, todo lo que aprenda sobre otra cultura lo aprenderá sobre la base de la primera. Es decir, sus conocimientos sobre una cultura ajena siempre estarán condicionados hasta cierto punto por su propia cultura (Witte, 2005).

1. La Quebrada de Humahuaca

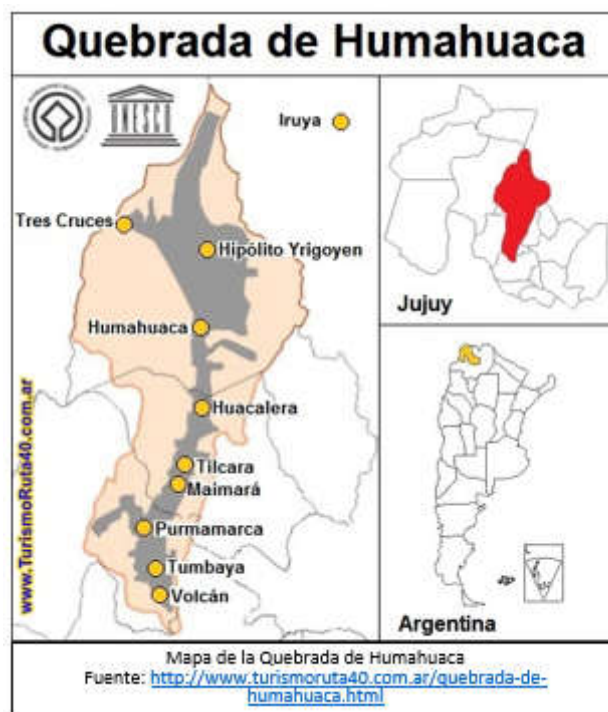
Para dar inicio a este apartado, se hablará de la Quebrada de Humahuaca. Pero no se puede dejar de mencionar este sitio sin nombrar sus paisajes y cultura, por ello mismo primero se describirán sus aspectos geográficos y culturales, únicos en el mundo y causantes de su declaratoria como Patrimonio Mundial por la UNESCO. Para luego finalizar con su desarrollo turístico; analizando a la Quebrada desde principios del siglo XX, cuando fue beneficiada con la llegada del ferrocarril, hasta el año 2006, tres años después de su declaratoria.

Mapa 1: de la Quebrada de Humahuaca

1.1. Aspectos geográficos:

La Quebrada de Humahuaca es un extenso valle de Jujuy de 155km de extensión a lo largo del Río Grande. Estas tierras corresponden al sector de los bolsones andinos y es característico en ella el clima tropical seco. A ambos lados de la Quebrada, se pueden encontrar cerros multicolores formados por estratos de diferentes rocas.¹⁰

Los juegos de fallas imbricadas y los diversos colores de las rocas permiten que se formen escenarios surrealistas como la *Paleta de Pintor* en Maimará, el



¹⁰ <http://www.todo-argentina.net/geografia/provincias/jujuy/relieve.html>

Cerro de Los Siete Colores en Purmamarca o el *Hornacal* en Humahuaca. El óxido de hierro que cementa las rocas le otorga esa variedad cromática donde se pueden encontrar no solo siete colores, sino diez o más tonalidades de verdes, grises, rojos, morados y amarillos. La gran variedad paisajística del lugar, permite cambiar rápidamente de una exuberante vegetación en la boca de la quebrada, a un paisaje de cardones y plantas espinosas.

El pueblo de entrada es Volcán; más adelante Tumbaya, con su capilla del siglo XVIII y un manantial donde, según la leyenda, bebió San Francisco Solano. Purmamarca con su imponente Cerro de los Siete Colores, Posta de Hornillos, Maimará, Tilcara, donde se revive la tradición indígena en el Pucará de Tilcara. Luego aparece el pueblo de Humahuaca, que lleva el nombre de la Quebrada, con sus casas de adobe, callejuelas estrechas y empedradas y la iglesia con sus cuadros de la escuela de Cuzco, Perú.¹¹

1.2. Turismo cultural: la identidad y las fiestas

Cuando se habla de turismo cultural se suele hacer referencia al patrimonio material, monumentos, museos, iglesias, entre otros. Pero dentro del marco de turismo cultural hay un factor clave, que le da sentido a lo material: el patrimonio inmaterial, o intangible. Este mismo, se encuentra representado a través de las comunidades locales: su historia, sus antepasados, sus mitos y sus leyendas. La Quebrada de Humahuaca cuenta con un rico patrimonio inmaterial, basado en las comunidades originarias y sus usos y costumbres precolombinos.

Pero, para empezar a hablar de turismo cultural, antes que nada se tomará la definición de la Organización Mundial del Turismo (1995):

¹¹ <http://www.viajoasalta.com/salta/geografia-y-geologia-de-salta/la-quebrada-de-humahuaca>

“El movimiento de personas debido esencialmente a motivos culturales como viajes de estudio, viajes a festivales u otros eventos artísticos, visitas a sitios o monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte, el folklore, y las peregrinaciones” (OMT 1995).

La fiesta y la identidad son una demostración del arraigo a la cultura ancestral y uno de los principales atractivos a la hora de la elección de un destino por parte de los turistas. Cuando se habla de expresiones culturales, no se puede dejar de nombrar las *fiestas*. El concepto de fiestas se refiere a una celebración repetida, en fechas prefijadas, que despliegan elementos culturales festivos como la alegría, el deleite, el regocijo, entre otros. Las fiestas se pueden encontrar o no asociadas a un territorio y generalmente cuentan con carácter de identidad para la comunidad que la celebra.

Entonces, ¿cuáles son los elementos fundamentales de una fiesta?:

- Un sujeto o grupo que la celebra y le otorga sentido.
- Un objeto de celebración.
- El motivo de la fiesta.
- El medio o forma en que se expresa el motivo.

El objetivo primario de las fiestas es la representación de creencias religiosas o míticas, cosmovisiones u otros imaginarios colectivos. También pueden simbolizar etapas del ciclo vital, de la economía, de la historia y de la política.

Hay que tener en cuenta que una fiesta se traspa de generación a generación, y por eso mismo transmite identidad a la comunidad, la cual, frente a la celebración de una fiesta, busca reconfirmar sus valores y su continuidad.

En muchas ocasiones los inmigrantes llevan consigo sus festividades; un claro ejemplo de esto es el proceso de colonización de América. Durante este período, el territorio Americano hizo propias varias

festividades provenientes de España, las cuales fueron brindando una nueva "identidad" a la comunidad local.

En algunas ocasiones a través del turismo se logra revivir algunas festividades, ya dejadas en desuso por las comunidades locales, pues no se puede dejar de tener en cuenta que las mismas son tomadas como actividades de ocio desde el inicio de la humanidad.

*"La fiesta es la hora del ocio gozoso y alegre, un ocio que se realiza en la esfera del culto, de lo extraordinario y de lo sagrado."*¹²

Toda fiesta para su desarrollo, requiere de un estado de ánimo acorde, libre consentimiento y espacio de libertad. En las fiestas cobran sentido la música, el canto y la danza. Estos elementos son los medios para expresar las vivencias de ocio de una comunidad determinada. La fiesta no puede ser tomada desde lo individual, ya que sólo tiene sentido cuando se comparte.

*"La fiesta es un complejo cultural de carácter universal, puesto que lo encontramos en todas las sociedades humanas, tanto del pasado como del presente"*¹³

Según Turner (1988), todo desarrollo festivo cuenta con tres fases:

- *La Inauguración*, correspondiente a actos significativos, como por ejemplo en la celebración de la Pachamama, el encendido de sahumerio desde el día anterior como una forma de anunciación, limpieza o alerta a los espíritus.
- *El proceso festivo*, donde sucede todo lo que forma parte del contenido mismo de la celebración, llámese ritos, danzas o juegos. En la celebración de la Pachamama puede identificarse el momento donde las ofrendas se

¹² Cuenca, M. (2000) *Ocio Humanista: Decisiones y manifestaciones del ocio*. Universidad de Desuto Bilbao. 2000

¹³ Rodríguez Becerra, S. (1982.), *Guía de fiestas populares de Andalucía* Sevilla: España. Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.

- colocan alrededor de la mesa, hoyo o en el manto multicolor (o "*aguayo*"), dispuesto por el oferente que dirige el ritual. Allí se pueden encontrar también bebidas tradicionales, agua bendita, dulces, hojas de coca, diversos objetos y comida, entre otros objetos tradicionales.
- El *fin de fiesta*, cuando se produce la vuelta a la rutina a través de alguna acción diferenciada que indica el final del acto festivo.

Un hecho importante dentro de las fiestas son las comidas, relacionadas al hecho cultural que las enmarca. No existe fiesta sin contexto cultural, ya sea religioso o histórico. Los banquetes son el motivo para facilitar el encuentro y fomentar un sentimiento de renovación de los lazos sociales y comunitarios.

La fiesta en sí misma, es una necesidad antropológica y biológicamente evolutiva. La pérdida de una fiesta desarraiga al individuo de su pasado y recorta sus posibilidades de futuro. Asimismo, informa sobre la percepción que cada sociedad posee acerca de los roles sociales por sexo, edad, clase social, situación matrimonial, entre otros.

La Quebrada es un lugar donde conviven tradiciones precolombinas y españolas. En ese crisol cultural que cuenta con más de 10000 años de historia, es donde se puede observar desde tradiciones ancestrales, pertenecientes a los indígenas originarios del lugar, hasta tradiciones implantadas en la época de la colonia por los conquistadores españoles.

Tradiciones que mezcladas, hacen de justificación al nombramiento de *Paisaje Cultural* que la UNESCO le otorgó en el año 2003.

Las festividades que allí se celebran son las siguientes: la adoración del Niño Jesús (desde la Nochebuena y hasta el Día de Reyes), Enero Tilcareño (el sábado siguiente a la celebración de Reyes), el encuentro de copleros en Purmamarca (2do sábado de enero), el Carnaval (que coincide con el comienzo de la cosecha y se fusiona con el carnaval español), Semana Santa (que comienza el miércoles posterior al Domingo de Ramos), la Celebración del Inti Raymi (en la madrugada del 20 al 21 de junio), el Toreo de la Vincha – Fiesta Patronal a la "Virgen de la Asunción"

(15 de agosto), Procesión de Santa Rosa de Lima en Purmamarca (30 de agosto), adoración a la Pachamama (1ro de agosto), y el culto a las Almas Inocentes (2 de noviembre).

1.3. Evolución Turística

La Quebrada de Humahuaca es un destino maduro, el cual fue declarado '*Patrimonio Natural y Cultural de la Humanidad*' por la UNESCO en el año 2003.

Son varios los estudios, que indican que si bien a partir de la declaración, la Quebrada tomó un lugar de gran importancia tanto para el turismo, como bajo los ojos de la UNESCO, lo cual trajo aparejado, desde ese momento hasta la actualidad, un crecimiento constante en el caudal de turistas que recibe. Llevando consigo beneficios y problemas, parte de ellos preexistentes a la declaratoria y otro posteriores.

Ahora, ¿qué ocurre cuando se habla del turismo sostenible del lugar, de su capacidad de carga?, lo que lleva a plantear el siguiente interrogante: ¿Son realmente conscientes los turistas de la fragilidad del lugar visitado? ¿Cómo afecta la demanda y las prácticas realizadas por los mismos a los residentes? ¿Tiene la Quebrada un límite de visitantes o por lo menos un reglamento de visita? Estas son las grandes incógnitas de este trabajo. A lo largo del mismo, se estudiará las prácticas ejercidas por los turistas en la Quebrada de Humahuaca y de qué manera las mismas afectan, ya sea positiva o negativamente, a las comunidades anfitrionas.

Se puede definir a la Quebrada como un lugar que nació para ser considerado Patrimonio de la Humanidad.

Retomando el aspecto histórico, los primeros datos turísticos, se registraron a principios del siglo XX, siendo beneficiada por la llegada del ferrocarril en 1906.

Las familias adineradas del Noroeste, principalmente San Miguel de Tucumán, Salta y San Salvador de Jujuy, construían sus casas de veraniego en la zona.

Ya para 1920, se registró que en la temporada de verano, la población en la ciudad de Tilcara se duplicó. Estos turistas que llegaban a la zona, se dividían entre los dos hoteles del lugar y las casas que se habían construido.

Ya para 1930, la Quebrada era conocida como un sitio arqueológico por las excavaciones que se realizaban desde 1908 en el Pucará de Tilcara.

Entre 1930 y 1940 ya se realizaban excursiones al Pucará de Tilcara, la Garganta del Diablo y lagunas vecinas.

En 1940, Tilcara y Humahuaca estaban establecidas como centros veraniegos. Para reafirmarlas, se trazó la Ruta Nacional 9, para acceder en automóvil, además de contar con el acceso a través del Ferroviario Belgrano.

En 1950 se comienza a festejar el Enero Tilcareño, que realizaba eventos culturales y deportivos. En esta década, se inaugura el monumento a la Independencia en Humahuaca, el Museo de José Terry y el Museo Arqueológico en Tilcara.

En 1967 se inauguró el aeropuerto internacional Gobernador Horacio Guzmán, también conocido como "El Cadillal", en las inmediaciones de la localidad de Perico, a aproximadamente 30 km de San Salvador de Jujuy, permitiendo un acceso más directo a la provincia.

Entre 1960 y 1970, se empezó a ver al destino desde una óptica más desarrollista. Se comenzó a hablar del turismo como un medio de desarrollo económico para la provincia, ya que debido al crecimiento del mismo, se empezó a dilucidar que podría convertirse en una de las principales fuentes de ingreso de Jujuy.

Entre las décadas de 1970 y 1980 se terminarán de definir las características turísticas de la Quebrada, las cuales se mantendrán hasta mediados de la década de 1990.

La pavimentación de la ruta 9 permitió la realización de excursiones a la Quebrada desde Salta y San Salvador de Jujuy en el día, por lo cual, el desarrollo hotelero se verá estancado y lo único que se desarrollará será el polo gastronómico en Humahuaca, lugar donde llegaban los tours para almorzar.

A mediados del siglo XX, se buscará romper con la estacionalidad del lugar e instaurar a la Quebrada como un destino invernal.

En las décadas posteriores se consolidaría a la Quebrada como un destino nacional y para acceder a ella se realizaron tours, que aunque sean programados o personalizados, no se dejaría de conocer Purmamarca, Tilcara y Humahuaca.

A partir de la década de 1990 incrementó la cantidad de turistas que transitaban y pernoctaban en el lugar al igual que la oferta de servicios turísticos.

A consecuencia del crecimiento del turismo, la Quebrada comenzó a reacondicionarse para recepcionar a los turistas que llegarían al lugar. Esto llevaría aparejado una nueva dinámica social, cultural, política y económica a la Quebrada. Además, se incorporarían nuevos puntos a los recorridos realizados en la zona, multiplicando las opciones turísticas.

Este proceso será acompañado por una serie de reglamentaciones para el cuidado y desarrollo sustentable de la Quebrada, que terminará en la declaración del lugar como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 2003.

En el 2006, el turismo creció más de quince veces, siendo las localidades de Purmamarca, Maimará y Tilcara las que concentraban la mayor cantidad de turistas alojados en la Quebrada, llegando en el año 2001 a concentrar el 25% del turismo de la provincia.

En cuanto a la ocupación hotelera, en 1994 fue del 13%, mientras que en 2006 paso a ser del 53%.¹⁴

Cuando el impacto es inevitable, ¿cómo prever cual es el nivel aceptable por la comunidad anfitriona? ¿Qué efectos produce la actividad turística en el lugar?

En primera instancia, se puede tener en cuenta dentro de las opciones de ordenamiento territorial, que un nuevo reglamento acordado delimitaría el máximo aprovechamiento que se puede realizar de los recursos económicos, sociales, culturales y naturales de la zona. Esto mismo se podría realizar, sin reducir la satisfacción de los visitantes y sin generar impactos negativos en el residente, ni en el medio ambiente. Esto es lo que en la jerga turística se denomina como “*Capacidad de Carga*”.

Teniendo en cuenta que la ocupación hotelera de la Quebrada creció del 13 % al 53% entre el año 1994 y el 2006 y sigue en continua expansión desde ese momento, sumando a que un gran porcentaje de visitantes llegan a través de excursiones diurnas, realizadas desde Salta capital o San Salvador de Jujuy, se tomará como base el sistema LAC (Límites o Umbrales Aceptables de Cambio) establecidos inicialmente por el Sistema Forestal de los Estados Unidos. El mismo establece indicadores que permiten definir el ideal que se pretende alcanzar, el cual es monitoreado constantemente.

“El enfoque de LAC se basa en tres supuestos:

- El impacto es inevitable, hay que enfocarse en cuánto impacto es aceptable;*
- Diferentes sitios tienen diferentes condiciones ambientales y sociales;*

¹⁴ Troncoso, C. (2008): Valoración Turística de la Quebrada de Humahuaca (Prov. de Jujuy) La conformación de una nueva oferta turística y los cambios en la oferta turística y los cambios en la forma de visitar el destino. *Párrafos Geográficos*. 7(2)

• *Un nivel de turismo dado tendrá diferentes impactos en estas diferentes situaciones.*"¹⁵

Basándose en estos tres supuestos, es donde entra en juego el estudio de las prácticas de los turistas. Si bien se sabe que el impacto es inevitable, siempre hay que buscar reducir las consecuencias negativas. Para ello debe tomarse en cuenta las condiciones físicas y sociales del territorio; y es aquí donde el análisis debe ser minucioso.

Cuando se habla de la Quebrada de Humahuaca, no se puede dejar de nombrar su cultura, considerada uno de sus atractivos principales y uno de los más frágiles. Esto es consecuencia de la variada cantidad de comunidades indígenas que se pueden encontrar en el lugar. Según el INAI Jujuy cuenta con ocho comunidades registradas: Atacama, Guaraní, Kolla, Ocloya, Omaguaca, Tilián, Toara y Toba. Hay que tener muy en cuenta las prácticas culturales de estas comunidades, para que, a partir de ese punto, se puedan evaluar las prácticas de los turistas y el nivel de impacto que producen.

*“La identidad étnica es una identidad colectiva que “esencializa” y naturaliza uno o más atributos. Los más comunes son el color de la piel, el lenguaje, la ocupación territorial, la religión, antepasados comunes y un legado mito histórico. Los componentes centrales de identidad son las ideas de herencia, ancestros y descendencia, lugar y territorio de origen, parentesco compartido”.*¹⁶

Una vez estudiado el territorio en su conjunto y las causas de las repercusiones y los problemas derivados del turismo, se podrán tomar decisiones y propiciar la adopción de medidas de gestión más eficaces con el objetivo de disminuir las consecuencias negativas futuras. Además, el

¹⁵ http://sanctuaries.noaa.gov/management/pdfs/Day6_IMPACTS_MANUAL_esp.pdf

¹⁶ Lacarrieu, M., Soto Labbé, P., Azeredo Grünwald, R., Moya, M., Gorisito Kramer, A., Recanatesi, V., ...Ramos, A. (2011). *Cultura y Turismo: Factores del desarrollo Económico y Social*. Buenos Aires, Argentina: Secretaria de Cultura de la Nación.

conocimiento básico de la gama de consecuencias puede facilitar la planificación y generar una lista que permita elaborar indicadores de control indispensables para determinar si efectivamente se está ejerciendo el turismo de forma sustentable.

Un elemento primordial para planificar un destino sustentable es la educación. La misma aplicada al turismo es un instrumento que a través de la asimilación de problemas, situaciones y condiciones, busca crear una nueva conducta tanto en los visitantes, como en los anfitriones.

*"[...] la educación se concibe como un proceso dinámico de formación del ser humano para que asimile problemas, situaciones y condiciones con objeto de promover cambios. Entonces así entendida la educación, consiste en estructurar una conducta para el cambio y la transformación de los individuos, del contexto y de los objetos con los cuales se relacionan."*¹⁷

Haciendo referencia a la descripción anterior, se puede decir que actualmente en turismo, no se busca más que enseñar sólo a los profesionales del sector. También forman parte de este proceso las comunidades anfitrionas, los organismos públicos y privados y los turistas y/o excursionistas.

Para poder realizar un proceso de educación exitoso en turismo, es sumamente importante tener en cuenta la realidad social en la que se desarrolla. Para ello, es necesaria una investigación minuciosa del lugar y las técnicas y metodologías particulares a implementar. También hay que tener en cuenta que es primordial valorar el ser y existir humano.

Una vez definido el modelo a implementar, hay que ser conscientes de que el mismo es provisional, ya que el turismo cambia constantemente y eso lleva a tener que readaptarlo para lograr resultados exitosos.

¹⁷ Molina, S. (1992) *Conceptualización del Turismo*. México D.F., México: Limusa

1.4. La antropología al servicio del turismo cultural

Como bien se viene definiendo desde los inicios de este trabajo, el mismo se encuentra delimitado en la Quebrada de Humahuaca, lugar considerado patrimonio Cultural y Natural de la Humanidad por la UNESCO. Por ello mismo, se considera de vital importancia analizar la relación del turismo y la antropología en esta investigación.

Según la RAE los antropólogos son quienes estudian los comportamientos humanos. Un correcto diagnóstico a la hora de planificar un lugar turístico, evita un posterior impacto que degrade, entre otras cosas, a la población receptora.

Según Canclini (1981), cuando la antropología habla de cultura la define como todas las actividades, materiales e ideales de todos los hombres de todas las sociedades (desde las más primitivas hasta las más civilizadas). Es cultura todo lo producido por todos los hombres y se distingue solamente de lo que la naturaleza nos ha dado.

Afirma que toda sociedad tiene valor en sí misma y no existe ninguna teoría que tenga alcance universal, aseverando **que ninguna cultura puede arrogar superioridad sobre otra.**

Es de vital importancia el trabajo de un antropólogo en espacios turísticos con gran riqueza cultural. Ellos puede contribuir con:

- La creación de niveles de asesoramiento y vitalizar dinámicas culturales sin convertirlas en subproductos turísticos, llevando a disminuir el impacto de ideologías compulsivas turísticas de carácter nativistas.
- Pueden crear niveles adecuados de gestión del patrimonio cultural y monumental y que ellos no sean expuestos en la especulación turística destructiva.

- La formación de cultura patrimonial y turística crítica, incidiendo en el nivel educativo y cultural general de las poblaciones y la vida de las comunidades.
- Asesorar a la comunidad anfitriona que desarrolla el turismo.

Actualmente, en la localidad de Tilcara, se encuentra una sede de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires (UBA), donde funcionan el Instituto Arqueológico de Tilcara y el Museo Arqueológico y Antropológico "Dr. Eduardo Casanova"; en estas instalaciones se estudia el desarrollo de las culturas desde épocas precolombinas, y tienen a cargo el manejo sustentable del sitio arqueológico "Pucará del Tilcara".

2. Turismo: ¿Industria o servicios?

Como parte de la teorización de este trabajo de investigación no se puede dejar de definir la palabra *turismo*. Como se sabe durante años se caracterizó al turismo como "*la industria sin chimeneas*". Concepto que hoy se puede definir como erróneo, ya que el turismo no es una industria, sino una prestación de servicios. Si se hablara de industria se hablaría de un servicio homogéneo, por eso si se puede nombrar la industria hotelera o gastronómica, pero no hablar de industria turística. Los servicios que son brindados por el turismo deben ser planificados y estudiados para que generen mayor cantidad de beneficios y menor cantidad de impactos negativos. Impactos negativos, que pueden ser considerados como las "chimeneas del turismo", como por ejemplo, los impactos medioambientales y los socioculturales.

Si volviéramos al concepto de industria, trataríamos al turismo como una mercancía y de esta forma, no se mediría el *costo cultural* que lleva aparejado y que en muchas ocasiones, llega a ser *irreversible*. Por lo cual, al hablar de prestaciones de servicios, se involucra el factor humano, y con ello, la cultura que lo rodea. La industria turística busca la estandarización,

tomando como superior la cultura de los países desarrollados, lo cual lleva a negar la historia y sacar de contexto determinados comportamientos, con el fin de que el espacio turístico se convierta en funcional a los *estándares de calidad global*, y de esta forma, a los intereses de la industria globalizada.

Sin embargo, ¿qué ocurre cuando se habla del turismo como una prestación de servicios?

De acuerdo a Walter Hunziker y Kurt Krapf (1942), el turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad *lucrativa*.

Como bien esta definición lo indica, es un conjunto de relaciones y fenómenos. Toda relación lleva a un intercambio cultural, el cual debe ser organizado y planificado con el objetivo de producir la menor cantidad de impactos negativos.

Uno de los grandes interrogantes que surgen en el *desarrollo* de la investigación es:

¿La comunidad receptora es parte del espacio geográfico o sólo se limita a desempeñarse como tal? ¿Qué importancia se le asigna en las propuestas de modelización del sistema turístico?

El turismo en sí es el resultado de la interrelación de diversos factores. Para poder explicarlo, lo más sencillo es sistematizarlo. Para el desarrollo de este trabajo de investigación se van a tomar tres modelos. Dos de ellos, el de la OMT y el de Sergio Molina, ambos descriptivos, serán parte de un cuadro comparativo que se visualizará a continuación, para luego agregar la visión sistémica de Sergio Morello con un enfoque evaluativo.

Cuadro Comparativo 1: Sistema de Modelización Turística de la OMT (1998) y Molina (1991)

Modelización de sistema turístico (OMT ¹⁸)	Modelización de sistema turístico (Sergio Molina, 1991)
<ul style="list-style-type: none"> - <u>La demanda:</u> compuesta por los consumidores o posibles consumidores de bienes o servicios. - <u>La oferta:</u> compuesta por los bienes, servicios y organizaciones involucrados con la oferta turística - <u>El espacio geográfico:</u> es el lugar físico donde se encuentran la oferta y la demanda; y donde se sitúa la población residente - <u>Los operadores de mercado:</u> empresas y organismos que facilitan la interrelación entre la oferta y la demanda 	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Demanda:</u> correspondiente a las necesidades del turista - <u>Infraestructura:</u> compuesta por los servicios básico para el desarrollo del turismo, como pueden ser los aeropuertos, carreteras, agua, entre otros - <u>Equipamiento e instalaciones:</u> conjunto de establecimientos especializados en la prestación de servicios turísticos y de instalaciones que conforman un destino turístico - <u>Atractivos:</u> principal motivador del movimiento del turista - <u>Comunidad receptora:</u> conjunto de personas que viven en el destino, y están relacionadas directa o indirectamente con el turismo - <u>Superestructura:</u> Organizaciones del sector público y privado encargadas de regular el sistema turístico

Como se puede ver en el cuadro comparativo, la descripción del sistema turístico que toma Sancho (1998) en el libro de la OMT incluye a la comunidad receptora dentro del espacio geográfico del sistema turístico, colocando en el mismo cuadro de análisis tanto a la comunidad anfitriona, como a un monumento histórico, un área protegida, o demás elementos pertenecientes a los atractivos turísticos.

Por eso mismo, como contraparte, se compara este modelo de sistema turístico con el de Molina (1991), donde se pueden ver

¹⁸ Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid, España: OMT.

diferenciados los atractivos de la comunidad anfitriona. Esto permite que a la hora de realizar una planificación, la misma sea tomada en cuenta con mayor importancia. Además, si se toma la visión de Sancho (1998), al estar los atractivos y la comunidad anfitriona en el mismo espacio se presta a que el capital humano sea objetivizado, y que de esta manera se deje de tener en cuenta su característica sociocultural, que lo diferencia de los atractivos.

Otra manera de plantear el modelo de sistema turístico, es el de la visión sistémica desarrollado por Morello (1995) sobre la base de preguntas de carácter significativo acerca del objeto modelizado

La visión sistémica del turismo según Jorge Morello.

Causas generadoras de demanda turística

Actores intervinientes para la demanda turística

Medios afectados

¿Quiénes, cómo y por qué acceden?

¿Quiénes, qué y por qué demandan?

¿Quiénes, qué y cómo deciden?

¿Quiénes, cómo y por qué se benefician?

¿Quiénes, cómo y por qué se perjudican?

Visitantes

Ambiente natural - cultural atractivo

Población local

¿Quiénes, cómo y por qué acceden?

¿Quiénes, qué y por qué ofrecen?

¿Quiénes, qué y cómo deciden?

¿Quiénes, cómo y por qué se benefician?

¿Quiénes, cómo y por qué se perjudican?

medios afectados

Actores intervinientes para la oferta turística

Causas generadoras de oferta turística

Área receptora de corrientes turísticas

Entorno político, socioeconómico y ambiental

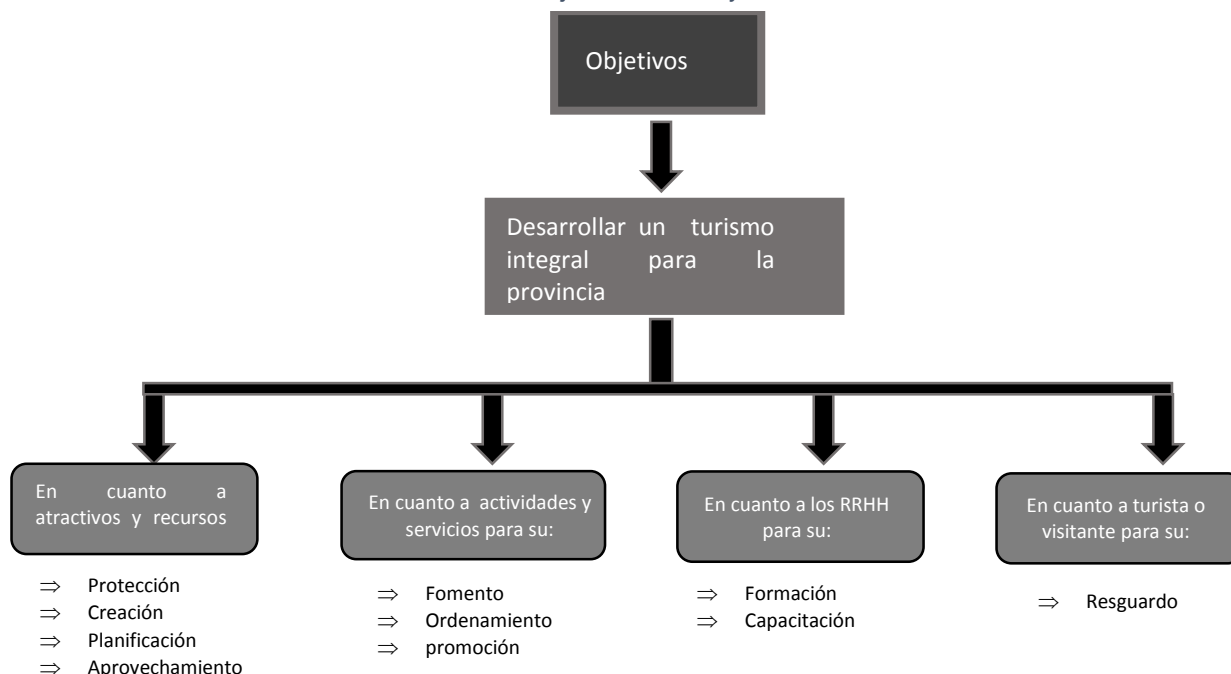
2.1. Marco legal de la actividad turística de Jujuy

Ley Provincial N°5198: "Marco para la actividad turística"

La actividad turista de la provincia de Jujuy, se encuentra resguardada, bajo el marco de la ley 5198, decretada en el año 2000, período en cual ya se estaba preparando a la Quebrada de Humahuaca, para su posterior declaración como Patrimonio paisajísticos y cultural de la humanidad por la UNESCO en el año 2003. Sin dejar de mencionar que el lugar desde la década de 1990, ya contaba con un crecimiento importante de demanda y a consecuencia, de ofrecimiento de servicios turísticos, lo cual daba inicios de la necesidad de un marco legal en el cual desenvolverse.

Lo primero que plantea la ley son los objetivos a desarrollar en el marco de un turismo integral para la provincia.

Cuadro 1: Objetivos de la Ley Provincial N°5198



Realizando un análisis del cuadro presentado, se puede ver que la ley ampara a la formación y capacitación de recursos humanos, lo cual muestra la visión de sustentabilidad sobre la que fue realizada. Ya que la capacitación debe permitir el desarrollo laboral y económico de la comunidad receptora.

En cuanto a los atractivos y recursos, se plantea la protección, creación, planificación y aprovechamiento de los mismos. Todos estos ítems, permiten su resguardo y cuidado para el aprovechamiento de las generaciones futuras.

Luego la ley brindará un detalle de definiciones relacionadas con la actividad turística, como pueden ser las de turismo, recreación, turista, excursionista y/o visitante, patrimonio turístico, actividades turísticas y prestadores turísticos. Pero entre estas definiciones se resalta la de:

Identidad Turística Jujeña: como el conjunto de manifestaciones históricas, culturales y expresiones costumbristas propias del acervo de la Provincia de Jujuy, emergente de los auténticos valores de sus habitantes y de los significados y contenidos que cada sitio o área posee como rasgo distintivo, tangible o intangible, del producto turístico.

En este último ítem, se puede ver la importancia y el valor que la provincia le brinda a su identidad cultural. Como bien se sabe, Jujuy y la Quebrada propiamente dicha, cuentan con una cultura única en el mundo. Por eso mismo incorporaron a la identidad turística jujeña como definición clara e importante dentro de su legislación. Teniendo en cuenta que es un atractivo turístico por sí sola. Es más, el concepto de identidad Jujeña, es retomado nuevamente en otra parte de la ley, cuando se hace presente como tema la formación de conciencia turística de las comunidades receptoras, para la preservación de los elementos constitutivos de la misma en todas sus manifestaciones, como rasgo diferenciador del Turismo Provincial.

Secretaría de Estado de Turismo

Según el artículo cuatro la secretaría de estado de turismo o el organismo la reemplace será el encargo de hacer cumplir la ley. Esta autoridad según el artículo seis, será la encargada de la planificación, fomento, promoción, *formación de conciencia*, facilitación, coordinación, supervisión y fiscalización de atractivos, recursos, actividades y servicios turísticos.

Además, en este artículo, se resalta que el organismo a cargo, deberá brindar *protección al patrimonio cultural, histórico, costumbrista, paisajístico y natural*, en coordinación con los organismos nacionales, provinciales y municipales competentes, para asegurar el desarrollo sostenible del turismo.

Sistema turístico

El artículo 9 de la presente ley, lo determina como el conjunto de sujetos que generan actividades económicas y acciones institucionales, en función del turista.

El mismo se encuentra integrado por:

1. El Consejo Provincial de Turismo;
2. Los Municipios Turísticos;
3. Las instituciones públicas, privadas y mixtas, vinculadas al sector;
4. Los prestadores turísticos;
5. Las asociaciones y cooperativas de artesanos existentes, o que se formaren, conforme lo establecido en la Ley Provincial N° 5122; "De Preservación, Promoción Y Desarrollo De Artesanías Jujeñas".
6. Las empresas concesionarias de rutas de interés turístico;
7. El turista.

Consejo Provincial de Turismo

En el artículo once de la presente ley, se crea el Consejo Provincial de Turismo.

El cual se encuentra integrado por un representante permanente de cada uno de los siguientes organismos e instituciones:

1. La Secretaría de Estado de Turismo, o el Organismo que la reemplace;
2. Los Municipios Turísticos de la Provincia
3. Las entidades más representativas de los prestadores turísticos;
4. Otras instituciones Provinciales o Nacionales cuya actividad guarde relación con el turismo

Entre sus funciones se encuentran:

La elaboración de anteproyectos de normas legales y reglamentarias referidas al sector turístico.

Municipios turísticos

Son aquellas comunas cuyas características individuales *conforman elementos del Patrimonio Turístico o expresan la Identidad Turística Jujeña*, estando su actividad económica sustentada significativamente por el sector turístico; manifestándose ello institucionalmente, mediante la afectación de recursos presupuestarios y humanos destinados al desarrollo del turismo municipal y a la consolidación de la conciencia turístico – receptiva de la comunidad, *presentando además una oferta de servicios y de equipamiento acorde a su condición de turísticos y recreativos e integrándola armónicamente al ecosistema.*

Como se puede ver remarcado en el final se habla de una oferta de servicios y equipamientos que sea armoniosa con el ecosistema. Por lo

cual, para poder invertir en el mercado inmobiliario hay que tener presente la estética del municipio turístico en que se encuentre.

De los sujetos

Quedan sujetos a esta ley los turista y prestadores turísticos.

Prestadores => Para poder acceder a esta ley debe estar inscriptos en los registros y de esta forma obtener:

- Asesoramiento técnico,
- Adquirir el reconocimiento de la categoría que corresponda a la clase de servicio que presten o a actividad que desarrollen,
- Participar de la promoción provincial,
- Recibir ayuda para créditos, estímulos y facilidades de diversa índole, destinados a la instalación, ampliación y mejora de los servicios que prestan o de las actividades que desarrollan,
- Obtener intervención y respaldo en las gestiones que realice ante otros organismos públicos,
- Participar en los programas de capacitación turística

Como conclusión, se puede observar que la ley fue realizada en un contexto sustentable tanto para el patrimonio material, como el inmaterial; brindado un marco legislativo al desarrollo turístico que ya se venía realizando desde principios del siglo XX.

La misma percibe la necesidad de capacitación por parte de los residentes, del cuidado de la identidad turística jujeña y del control en la realización de edificaciones. Las cuales deben ser realizadas respetando la estética del lugar.

3. Visitantes y Anfitriones:

Como bien se sabe, no puede existir el turismo sin turistas y viceversa.

Como el título indica, en este apartado se hablará de los visitantes y anfitriones.

Se analizará el desarrollo histórico de los turistas y/o excursionistas desde el inicio del turismo hasta la actualidad, según lo planteado por Molina.

Para luego hablar del paradigma de los anfitriones e invitados, donde se plantea el choque cultural entre ambas partes y sus consecuencias.

3.1. Su metamorfosis desde sus orígenes hasta la actualidad

A continuación se podrá observar cómo se fue desarrollando el turismo en el tiempo y cuáles son las pretensiones del turista contemporáneo. Una vez realizada la investigación de campo, se podrán comparar los impactos que la actividad turística puede generar en las comunidades anfitrionas y desarrollar un plan de acción que refuerce y amplíe los impactos positivos y disminuya los negativos.

Según lo que plantea Molina (1991), el turismo a lo largo de su historia puede dividirse en tres fases: el preturismo, el turismo industrial y el postturismo.

- *Preturismo* (Europa s. XVII – XVIII); se puede ver simbolizado en el concepto de *Grand Tour*¹⁹,

¹⁹ Viajes prolongados que llegaban a alcanzar hasta los dos años, que realizaban los jóvenes de la nobleza europea o comerciantes de gran riqueza, para completar su conocimiento, ganar experiencia

- *Turismo industrial* (s. XVIII – XX); en una primera instancia, en esta etapa surgieron los primeros grandes hoteles, y con ellos el auge de los balnearios y algunos destinos en América. Se registra en este período el primer viaje de carácter turístico alrededor del mundo, organizado por Stanger, cuya agencia en Alemania abrió en 1873, y la venta del primer paquete turístico realizado por Thomas Cook en 1841 (Osorio García 2007). Pero este desarrollo turístico se vió estancado por la Segunda Guerra Mundial, aunque sin embargo luego alcanzó un crecimiento desmedido del 2324% a través del *turismo de masas*, siendo el turismo de sol y playa, el motor principal de desarrollo para la actividad que generó importantes consecuencias sociales, políticas, culturales, medioambientales y financieras, las cuales llegaron en parte a ser beneficiosas y en parte a detonar relaciones conflictivas. *A raíz del turismo masivo, se generaron las primeras discusiones sobre la pérdida de identidad inducida por dicha actividad en los destinos y en la cultura local.* Durante esta etapa, lo importante de la industria turística se basaba en el capital monetario, dejando en segundo plano, el capital humano, las ideas y las visiones a futuro.

A mediados de los años '80, surge una nueva cultura turística de actores: demanda, prestadores de servicios y gobiernos. Durante este período, se desechan los valores, metodologías y técnicas tradicionales que se venían utilizando. Se comienzan a solicitar nuevos requisitos para ser competitivos en el mercado, siendo ellos la diferenciación de los productos/servicios y la desmasificación o alta segmentación de los mercados.

Un concepto que empieza a tomar gran importancia durante este período es el de "hospitalidad". La tecnología es otra herramienta importante, ya que la misma determina el comportamiento de la demanda, el desempeño empresarial, la función del sector público, el

comportamiento de las comunidades locales y la estructura de los productos y servicios.

- El posturismo: (Finales del siglo XX – actualidad); va a ser una consecuencia de la tecnología de alta definición y de los fenómenos sociales y culturales de la década de los '90. Un producto típico del posturismo son los parques temáticos y todo lo relacionado con actividades lúdicas.

Durante este período, el turismo no creció desmedidamente como ocurría en la década del '50, aunque sin embargo se crearon nuevas formas de turismo que conllevan a renovar constantemente la oferta de servicios.

En el posturismo surge un nuevo tipo de turista, el cual se dedica a la búsqueda de experiencias, por sobre la búsqueda de servicios.

Como conclusión, el siglo XXI se enfrenta a un turista que busca vivir experiencias existenciales que sean diferentes a la llamada cultura materna, y los lleve en muchos casos a cuestionarse sus valores morales. El problema surge cuando este visitante es un individuo, consciente o inconscientemente, etnocéntrico²⁰, llevándole a imponer su cultura sobre la de cualquier otra sociedad.

²⁰ Este concepto apunta a definir al sujeto que considera que su cultura posee una imagen positiva y superior de sí misma en relación a las otras sociedades. Esta imagen positiva conduce a elevar a la categoría de universales los valores de la sociedad a la que pertenece (Chiriguini, Mancusi y Campan 1997).

3.2. El paradigma de los anfitriones e invitados

Este paradigma inicialmente fue desarrollado por los antropólogos y luego tomado por los académicos marxistas y los críticos posmodernos. Los críticos de la *teoría anfitrión – invitado* sostienen que la relación entre turistas y locales se parece a la relación marxista de consumidores y productores.

No importa quienes estén involucrados, la relación entre turistas y comunidades locales es asimétrica, ya que estas últimas son quienes sufren el ajuste económico, social y cultural.

Según lo plantea Salazar (2006), la diferencia de poder entre turistas de países desarrollados y las culturas visitadas, implica que el turista simplemente impone sus valores e ideas en el destino y regresa a su lugar de origen, reafirmando sus rígidas creencias. Los estereotipos de turismo, son transmitidos a la comunidad anfitriona, a través de lo que se denomina la mirada del turista, y donde los mismos ejercen poder mediante la forma en qué miran a los residentes locales y cómo esperan que ellos se vean y actúen.

A su vez, los habitantes acceden a esa mirada devolviendo imágenes con las que desean complacer a los visitantes. De esta forma, a largo plazo los lugareños conservarán, o al menos representarán, tradiciones que saben que van a satisfacer y atraer más personas.

Hay que tener en cuenta, que esta actuación no siempre ha sido descrita por los antropólogos como una tendencia negativa. Si la mirada del turista actúa realmente como espejo y llega a transformar la identidad de las personas contempladas, entonces el turismo tiene tanto potencial de revivir antiguos valores como de destruirlo.

4. El patrimonio cultural como una consecuencia del conjunto identidad, ética, estética y autenticidad.

La ética y estética son factores esenciales para interpretar los valores culturales que brindan identidad a una sociedad en el mundo contemporáneo. Como ya se mencionó con anterioridad cuando se contextualizó a la palabra turismo, Molina describe que durante el período contemporáneo surge un nuevo tipo de turista y/o excursionista, el cual se dedica a la búsqueda de experiencias existenciales que sean diferentes a la llamada cultura materna. Muchas veces este visitante es respetuoso de la cultura local y otras veces busca imponer, de forma consciente o inconsciente, la cultura propia; es en esta ocasión cuando preservar los valores éticos y estéticos que brindan identidad al sitio es fundamental para preservar su patrimonio, el cual se encuentra compuesto por bienes tangibles e intangibles de un *valor universal excepcional*.

*“De esta forma, el patrimonio cultural tiene dos vías de manifestación: la material, como edificaciones u objetos, y la inmaterial, como procesos, lenguas y técnicas que dan lugar a festividades, ritos y tradiciones.”*²¹

A través de la lista de Patrimonio Mundial, la UNESCO busca constituir un Patrimonio Universal *“en cuya protección la comunidad internacional entera tiene el deber de cooperar”* (UNESCO, 2005).

Los lugares que forman parte de esta lista, deben además de contar con una historia local significativa, haber trascendido y considerarse significativos para otras sociedades.

²¹ <http://www.conaculta.gob.mx/patrimoniocultural/>

4.1. El patrimonio cultural desde la visión ética

Hay que tener en cuenta que uno de los elementos primordiales en la relación entre los visitantes y residentes es la **ética**.

Ética: según la Real Academia Española se puede definir a la palabra ética como un conjunto de normas morales que rigen la conducta de la persona en cualquier ámbito de la vida.

La ética busca fundamentar el deber ser y las prescripciones morales aplicadas en la vida pública. Tiene una íntima relación con la moral, a tal punto que se suelen confundir.

La moral por su lado, es un conjunto de valores, normas, prohibiciones, entre otros, de un colectivo, en una época determinada y que sirve como modelo de buena conducta socialmente aceptada y establecida. Sin embargo, la ética no prescribe ninguna norma o conducta, ni manda o sugiere directamente qué se debe hacer. Su cometido, como ya se mencionó con anterioridad, consiste en aclarar que es lo moral, como se fundamenta racionalmente y como se ha de aplicar en los diversos ámbitos de la vida social, buscando la justificación de un sistema moral.

¿Cuál es el fin de la ética?

Sócrates y la ética de la felicidad: Sócrates es conocido como el padre de la ética; si bien no realizó ningún tipo de escritura, la misma fue hecha con posterioridad por sus discípulos.

Llamó virtud, a todo lo que se considera común para el ser humano en todas las circunstancias: Justicia, valentía o autocontrol. Expresaba, entre otras cosas, al bien como la felicidad del alma, lo bueno como lo útil de la felicidad y el vicio como la ignorancia.

Para Sócrates, la bondad, el conocimiento y la felicidad se enlazan estrechamente. Para descubrir que es lo bueno o lo justo, utilizaba dos métodos: el diálogo y/o la mayéutica. Consideraba que la excelencia humana era la búsqueda de la verdad, la cual se puede encontrar sólo asimilando los conocimientos para obrar bien. Según sus afirmaciones, la verdad se encontraba en el interior de cada ser humano y la única forma de llegar a ella es a través de la introspección y el diálogo. Como conclusión, según Sócrates, el saber es igual a obrar bien y la ignorancia es igual a obrar mal.

Las teorías éticas, la eterna dualidad de la ética de la felicidad y la justicia

Cuadro Comparativo 2: Ética de la felicidad y Ética de la justicia

Ética de la Felicidad	Ética de la Justicia
<p><u>Aristóteles</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Su racionalidad es orientar a la vida hacia el bien - Ubica a la bondad como contenido de la acción - Su lenguaje está dirigido a las preferencias y deseos - Plantea que hay que conseguir la mayor de las virtudes, que es la prudencia - A través de adquisición de la virtud, se alcanza la felicidad - Propone a la felicidad como el bien supremo al que aspira el hombre y se consigue a través del ejercicio de la propia razón - La felicidad es una actividad del alma, que simboliza a una virtud perfecta. Ya que nos hace buenos y humanos - La felicidad, además es un hábito selectivo y estable, que nos hace elegir el término medio entre dos extremos donde está la sabiduría, la moderación y la constancia - Para Aristóteles el término medio, se aplica de acuerdo a las circunstancias de cada caso 	<p><u>Kant</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Su modelos racional es el deber; el mismo prima sobre los deseos - Le otorga prioridad a la justicia como forma de vida digna - Utiliza un lenguaje imperativo - Su ideal de vida digno se elabora desde la buena voluntad y a través del cumplimiento del deber - Atienden a las nomas de acción mediante el procedimiento racional y obliga incondicionalmente a todos los seres humanos estableciendo una comunidad universal - En cuanto a la moral explica dos tipos: <ul style="list-style-type: none"> o Material: explica el contenido o materia de la norma y se debe fundamentar en suposición de que el contenido es bueno o Formal: solo atiende a la forma imperativa e indica, que el deber universal es el fundamento del bien - La razón piensa como actuar desde lo imperativo, haciendo actuar al ser humano por la propia voluntad, la cual es considerada como el deber - Kant plantea que la felicidad no siempre es

	<p>buena, que algunas veces lleva a la arrogancia</p> <ul style="list-style-type: none"> - Una norma moral no permite excepciones, por lo cual debe cumplirse sin importar las circunstancias
<p><u>Utilitarismo</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Sitúa a la utilidad como principio de la moral - Plantea que lo que hace buena o mala una acción son sus consecuencias ej, si algo hace feliz a un gran número de personas es bueno, si las hace infelices es malo - Esta corriente apuesta a alcanzar la máxima felicidad, ya que plantea que la felicidad o el placer es la finalidad humana - Plantea que una acción humana es buena cuando sus consecuencias son útiles, nos acercan a la felicidad, y son malas cuando sus consecuencias son inútiles, nos alejan de la felicidad 	<p><u>Discursiva</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Trae al lenguaje como lugar común de encuentro - Busca exponer las ideas de ambas partes sin imponerlas, buscando una norma común - Es una ética cognitiva y universalista - Se limita a aspectos de justicia de las norma y su forma de accionar - Los dos principios de esta ética son: <ul style="list-style-type: none"> o Universalización o Principio del discurso (solo son válidas las normas que se encuentran afectas por los participantes del discurso)
<p><u>Los Epicúreos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Plantean al bien como el verdadero placer - El verdadero placer es aquel que cuenta con ausencia del dolor y que cuenta con placeres intelectuales y corporales - Plantean al mal como el falso placer, que se basa en el hecho de agradar a los demás, seguir sus opiniones y obtener placeres corporales perjudiciales que llevan a la infelicidad - El ser humano está compuesto por cuerpo y alma y los placeres de esta última son superiores - Evitar los temores y vivir según la naturaleza es para ellos símbolo de felicidad y paz interior 	
<p><u>Los Estoicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Enseñan a vivir de acuerdo con la naturaleza y la razón - Consideran que la naturaleza puede desviarse en pasiones como: dolor, temor, placer o deseo sensual 	

<ul style="list-style-type: none">- Buscan vivir en armonía con todo y cumplir con el deber- El deber obliga al autodomínio, que nos hace sabios- La sabiduría es el sometimiento y aceptación de la necesidad; además de la abstinencia del placer y la pasión- Plantean que todo debe tomarse con serenidad, ya sean una enfermedad, la muerte o algo feliz.- Dicen que las acciones no pueden tomarse como buenas o malas, sino que estas calificaciones corresponden a la actitud con la que se asumen	
--	--

Por último, se puede hablar de la ética de los valores, cuya finalidad es mantener la cultura y las tradiciones.

Como su nombre lo indica, se basa en los valores del hombre.

Si bien esta ética es una alternativa al formalismo de Kant, estos valores están ordenados según los ideales de la vida digna, o ideal de la felicidad, por lo cual podría interferir en ambas partes del cuadro presentado con anterioridad.

En cuanto a las cualidades de estos valores éticos, se destaca que:

- Son negativas o positivas.
- Relacionan al hombre con el mundo.
- Se encuentran dotadas de contenidos que pueden encontrarse en las cosas, acciones, personas e instituciones.
- Sirven para satisfacer necesidades y deseos.

Los valores forman una jerarquía que orienta la vida de las personas e instituciones y buscan mantener la cultura y las tradiciones sociales. Según Scheler (1941), se clasifican en útiles, vitales, intelectuales, morales, estéticos y religiosos.

Teniendo todos estos conceptos, no se puede dejar de mencionar el Código Ético Mundial para el Turismo y su visión sobre el cuidado y

protección de las culturas. Este mismo, fue adoptado por la OMT en el año 2001. Su principal objetivo es el de llevar a cabo un turismo responsable y sostenible, reduciendo al mínimo posible los efectos negativos sobre el medio ambiente y el patrimonio cultural.

Realizando una primera lectura del mismo, se puede encontrar dentro de lo que plantea, tener siempre presente los efectos positivos y negativos que el turismo pueda realizar sobre las comunidades autóctonas.

Debe ser resaltado del presente Código, el Artículo 1. Ya desde el título del mismo: "*Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades*", se comienza a encontrar reflejado lo que se plantea en el presente trabajo final. A continuación se presenta una copia del artículo completo, para luego continuar con su análisis:

"1. La comprensión y la promoción de los valores éticos comunes de la humanidad, en un espíritu de tolerancia y respeto de la diversidad de las creencias religiosas, filosóficas y morales son, a la vez, fundamento y consecuencia de un turismo responsable. Los agentes del desarrollo turístico y los propios turistas prestarán atención a las tradiciones y prácticas sociales y culturales de todos los pueblos, incluso a las de las minorías nacionales y de las poblaciones autóctonas, y reconocerán su riqueza.

2. Las actividades turísticas se organizarán en armonía con las peculiaridades y tradiciones de las regiones y países receptores, y con respeto a sus leyes y costumbres.

3. Tanto las comunidades receptoras como los agentes profesionales locales habrán de aprender a conocer y a respetar a los turistas que los visitan, y a informarse sobre su forma de vida, sus gustos y sus expectativas. La educación y la formación que se impartan a los profesionales contribuirán a un recibimiento hospitalario de los turistas.

4. Las autoridades públicas tienen la misión de asegurar la protección de los turistas y visitantes y de sus bienes. En ese cometido, prestarán

especial atención a la seguridad de los turistas extranjeros, por su particular vulnerabilidad. Con ese fin, facilitarán el establecimiento de medios de información, prevención, protección, seguro y asistencia específicos que correspondan a sus necesidades. Los atentados, agresiones, secuestros o amenazas dirigidos contra turistas o trabajadores del sector turístico, así como la destrucción intencionada de instalaciones turísticas o de elementos del patrimonio cultural o natural, de conformidad con la legislación nacional respectiva deben condenarse y reprimirse con severidad.

5. En sus desplazamientos, los turistas y visitantes evitarán todo acto criminal o considerado delictivo por las leyes del país que visiten, y cualquier comportamiento que pueda resultar chocante o hiriente para la población local, o dañar el entorno del lugar. Se abstendrán de cualquier tipo de tráfico de drogas, armas, antigüedades, especies protegidas, y productos y sustancias peligrosos o prohibidos por las reglamentaciones nacionales.

6. Los turistas y visitantes tienen la responsabilidad de recabar información, desde antes de su salida, sobre las características del país que se dispongan a visitar. Asimismo, serán conscientes de los riesgos de salud y seguridad inherentes a todo desplazamiento fuera de su entorno habitual, y se comportarán de modo que minimicen esos riesgos.”²²

En el primer punto de este artículo puede verse reflejado desde lo teórico, las palabras comprensión y promoción dirigidas a los valores de las comunidades, el espíritu de tolerancia y el de la diversidad de creencias religiosas, filosóficas y morales. También indica que los agentes de desarrollo y los propios turistas deben ser quienes deben prestar atención a las prácticas sociales de los pueblos, sin importar cuan pequeños sean, o que se trate de comunidades autóctonas, siendo la búsqueda de sus riquezas el objetivo de esta atención prestada.

²² *Código Ético Mundial del Turismo* (1999). Santiago de Chile, Chile: Décimo tercera Asamblea General de la OMT

En el segundo punto de este artículo se destaca que las actividades turísticas deben realizarse en armonía con las peculiaridades y tradiciones de regiones y países receptores, respetando no sólo sus leyes, sino también sus costumbres.

Ya en el tercer punto se puede encontrar el trato hacia los turistas. Se plantea que tanto las comunidades receptoras, como los profesionales locales deben conocer y respetar a los turistas que visitan y a informarse sobre sus formas de vida, sus gustos y sus expectativas. Se consideran clave la educación y formación que reciban los profesionales en turismo para poder brindarles un recibimiento hospitalario.

En este tercer punto se podría replantear parte de lo indicado. **Es correcto que las comunidades locales sean capacitadas y estudien sobre el target de turistas que recibe, pero es igual de importante que los turistas estudien la cultura a visitar antes llegar al destino, para evitar importantes choques culturales. Ya que de esta forma, la adaptación tanto del turista como del visitante sería pareja.** Porque adelantándonos al punto 6, allí se plantea la necesidad de que turistas y residentes recauden información del país a visitar. Pero no para disminuir los impactos sociales y culturales sino para reducir los riesgos de problemas de salud y enfermedad para los turistas.

En el cuarto punto, se plantea la misión que tiene el país receptor de asegurar la protección de los turistas, sobre todo los extranjeros, por la vulnerabilidad de los mismos. Otro hecho que se plantea en este ítem es la protección del patrimonio natural y cultural conforme lo expresa la ley.

Por último, queda analizar el quinto punto, donde se plantea que tanto turista como visitantes evitarán todo acto criminal o considerado delictivo para las leyes del país receptor.

Según Upchurch (2000), el Código constituye un standard de actuación aceptable que contribuye a establecer y mantiene niveles de profesionalidad prescribiendo conductas que debieran seguirse. Este código se encuentra dirigido a turistas, promotores, negocios, operadores y países.

Si bien en la actualidad los países se gobiernan de acuerdo a sistemas normativos compuestos por leyes, cada comunidad tiene usos y costumbres propias, que resultan sumamente importantes para el desarrollo del turismo cultural.

La finalidad es que tanto las comunidades receptoras, como los turistas y/o visitantes, puedan lograr la *felicidad*. En primera instancia, a través de la aplicación de valores y del aprendizaje; como bien planteaba Sócrates, para ser ético en su comportamiento, el ser humano debe saber, ya que la ignorancia es el equivalente a los vicios. Por lo cual, tomando este paradigma filosófico se puede mencionar la necesidad que tanto la comunidad local, como los turistas deben recibir la educación necesaria, para respetar y hacer respetar los usos y/o costumbre locales.

Por otro lado, puede tomarse la idea del utilitarismo, donde se plantea que si algo hace bien a un gran número de personas es positivo, de lo contrario es negativo. Esto es aplicable a la población local, ya que habrá que analizar si el comportamiento de los turistas afecta de forma positiva o negativa a la comunidad receptora.

También habría que tomar el punto de vista de los epicúreos, para evaluar si el comportamiento de los turistas y/o visitantes les ofrece un falso placer o un verdadero placer a los anfitriones.

Por último, habrá que tener en cuenta la ética de los valores, ya que esta misma será la que ofrecerá los detalles y excepciones que permitirán dar valor a la cultura y tradiciones sociales.

Pero la pregunta es, ¿Qué tipo de ética pareciese ser la que predomina hoy en el turista y/o excursionista?

Actualmente se podría decir que el turista y/o excursionista, práctica solamente y de forma parcial, la ética de la felicidad, dirigida a sus preferencias, deseos y placeres. Para justificar esto se tomará la corriente del utilitarismo, que plantea que si algo hace feliz a un gran número de personas es bueno. Ahora esta corriente apuesta a la máxima felicidad y no

se puede dejar de plantear que quien visita la Quebrada de Humahuaca se va con la memoria repleta de paisajes y recuerdos de un lugar único en el mundo, en el que a simple vista se puede dilucidar una cultura diferente y predominante. El visitante a consecuencia, volverá a su lugar de residencia con muchas experiencias que contar, de las que solo se puede recomendar vivirlas para interpretarlas, lo cual le brindará felicidad frente a una sociedad que vive de la exposición permanente. Entonces, es aquí el punto de inflexión en el cual, se demuestra que no se puede demonizar ni a los visitantes, ni a las comunidad anfitrionas, sino solo concientizarlos y educarlos para respetarse mutuamente.

Cuando se habló de parcialidad frente a la ética de la felicidad, es porque si se retomara lo planteado por Sócrates, el presentó al bien como la felicidad del alma y lo bueno como lo útil de la felicidad. También decía que la excelencia se lograba a través de la verdad y que la misma se obtenía de métodos como el diálogo que permite asimilar nuevos conocimientos.

El turista y/o excursionista actual, en un gran porcentaje, inconsciente o conscientemente, antepone su cultura sobre la de la comunidad anfitriona; accede, en su mayoría, a este destino turístico en excursiones de un día, en las cuales apenas llega disfrutar los paisajes, un plato de comida tradicional o comprar en alguna de sus ferias, sin salir de los puntos turísticos por excelencia (Purmamarca, Tilcara y Humahuaca).

Volver a las raíces de ética, que plantean el diálogo como uno de sus principales métodos, podría evitar la aculturación y de esta forma no solo fortalecer la identidad local, sino también ampliar la visión cultural del visitante y de las comunidades anfitrionas.

4.2. El patrimonio cultural desde la visión estética

Según la Real Academia Española, la estética es un conjunto de elementos estilísticos y temáticos

Cuando se habla de estética referida al patrimonio cultural, se hace referencia a los estilos arquitectónicos, gastronómicos, vestimenta, entre otros, de un lugar determinado y que le brinda identidad. Se pueden señalar como obras de estética ideal a los objetos singulares, originales, y que cuentan con una capacidad única de representar el "genio" de quienes fueron sus creadores.

La Quebrada de Humahuaca cuenta con una estética tradicional, colectiva y artesanal.

- *Arquitectura:* en las casas típicas de la Quebrada, pueden verse paredes simples realizadas con materiales relacionados con la tierra, adobe, piedra, ladrillo, paja, madera, cal. La técnica es eminentemente artesanal y colectiva, con muy poca intervención de herramientas. Los techos son de tablas de cardón, de algarrobo, o de cañas.
- *Gastronomía:* su cocina tradicional utiliza alimentos base como el maíz, pimientos, papa andina, charqui (carne secada a sol), chivito y llama. En cuanto a platos típicos, realizados en su mayoría con los ingredientes nombrados con anterioridad, son la humita, el locro, los tamales, las empanadas, panes y dulces caseros.

En cuanto a los dulces no puede dejar de nombrarse la miel de caña, las empanadillas de cayote, los gazzates (masa rellena con dulce de leche), las nueces confitadas y los alfajores de quinoa.

Un lugar reconocido como patrimonio cultural y natural por la UNESCO, como es la Quebrada cuenta con una línea estética, que brinda autenticidad e identidad a una comunidad.

La autenticidad, se puede encontrar muy bien descripta tanto en la carta ICOMOS como en el documento de Nara (1994).

Según el documento de Nara (1994), la autenticidad es sumamente importante a la hora del cuidado y conservación del patrimonio cultural en todas sus formas y períodos históricos.

Para ello es necesario contar con fuentes de información creíbles y verídicas, que permitan conocer y comprender las características y significados originales del patrimonio cultural. Por ejemplo, ¿sería igual de significativo el Pucará de Tilcara si no se supiera que fue una fortaleza realizada por los pueblos originarios?

Por ello mismo, la autenticidad aparece como el factor esencial al momento de calificar los valores culturales y jugar un papel fundamental en todos los estudios científicos sobre patrimonio cultural. Asimismo, su planificación, conservación y restauración, y aquellos procedimientos de registro de la Convención de Patrimonio Mundial, entre otros inventarios de patrimonio cultural.

No es posible realizar juicios de valor o autenticidad con un criterio fijo, por el contrario, requiere que el patrimonio cultural sea considerado y juzgado, dentro del contexto cultural al cual pertenece.

Según lo que se plantea en la carta ICOMOS, y siguiendo la línea del documento de Nara, la autenticidad es una cuestión relacionada con las comunidades humanas y sus evidencias materiales. La interpretación y presentación del patrimonio cultural debe contribuir a la conservación de la autenticidad del sitio, dando a conocer su importancia sin un impacto desfavorable en sus valores culturales o alterando irreversiblemente su estructura.

Todas las infraestructuras interpretativas visibles (tales como puntos de información, senderos y paneles de información) deben ser sensibles al carácter, situación y relevancia cultural y natural del lugar, además de ser fácilmente identificables.

Los conciertos, las teatralizaciones y otros programas interpretativos en el sitio se deben planificar cuidadosamente para proteger, la relevancia y los alrededores del lugar y minimizar las molestias a los residentes locales.

5. Efecto de las Prácticas Turísticas

Como ya se viene expresando desde el principio de este trabajo, uno de puntos a analizar son los impactos, ya sea positivo o negativo, que los turistas y/o excursionistas producen en la Quebrada de Humahuaca. Este sitio, cuenta con un importante patrimonio vivo que son sus residentes, quienes son los responsables de preservar y mantener en el tiempo los usos y costumbres únicos de este lugar.

Dentro de lo que se va a desarrollar en este espacio, se pueden remarcar los impactos producidos por la actividad turística, ya sean económicos (tangibles) o socioeconómicos (intangibles). Se podrá dilucidar lo que se debería recibir a través del desarrollo de un turismo socioeconómico sustentable y los que se perciben. Podrá verse el estado actual de la provincia con respecto a su situación de pobreza, expresado por el INDEC y por Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy (UNJu).

. Se estudiará la economía de los pueblos originarios, la cual no se basaba en un sistema capitalista, sino que se desarrollaba bajo el sistema del regalo, realizando un intercambio recíproco (dar y recibir).

Se desarrollarán los conceptos de backstage y autenticidad, como consecuencia del desarrollo turístico. También se hablará del lugar del residente actual, que busca activamente participar en las políticas turísticas, no solo para obtener beneficios económicos, sino también para preservar su patrimonio.

5.1. Visitantes y Anfitriones: La relación entre las percepciones de los impactos producidos por la actividad turística y la actitud del residente

Hay que tener en cuenta que los desplazamientos culturales son una oportunidad y una amenaza a la vez. En América Latina lo que conforma su principal capital cultural es el patrimonio inmaterial. Es por ello que se le otorga gran importancia en el desarrollo del presente trabajo al impacto que producen las prácticas de las turistas sobre las comunidades anfitrionas.

Con respecto a este tema, hay que tener en cuenta dos tipos de residentes:

- *El residente originario*: que habita desde antes del surgimiento del turismo en el lugar.
- *El residente por amenidades*: aquel que conoce el destino durante un período de vacaciones y decide irse a vivir allí.

El residente originario es el que recibe más impacto, ya que el residente por amenidades, a pesar del respeto que pueda generar por la comunidad local, siempre lleva consigo sus costumbres maternas, siendo la consecuencia inmediata el impacto e intercambio de culturas con los anfitriones.

Otro elemento importante de analizar es cuál es el equilibrio justo entre los recursos de intercambio de la comunidad anfitriona y los del turista, para percibir a tiempo cuándo los impactos negativos van a superar a los positivos.

Un punto a analizar cuando se habla de los impactos que produce el turista en los residentes son los recursos de intercambio social. Estos mismos, pueden ser económicos (tangibles) y socioeconómicos (intangibles). Los residentes siempre aceptan entrar en la dinámica del intercambio, mientras los beneficios obtenidos no conlleven a impactos negativos inaceptables.

“Las necesidades de satisfacción, la relación de intercambio y las consecuencias del intercambio y del no-intercambio son los componentes básicos del intercambio social”²³

El punto de inicio para lo que sería el intercambio social se basa en la reciprocidad turista-residente en relación a los beneficios obtenidos, con el objeto de continuar recibéndolos. De este modo, la comunidad anfitriona, que encuentra el intercambio beneficioso para su bienestar y se muestra interesada en apoyar el turismo provoca como consecuencia, reacciones positivas en los turistas. De lo contrario, si los residentes ven el intercambio como problemático, se opondrán al desarrollo del turístico.

Se pueden identificar tres elementos principales del proceso de intercambio: *económicos, medioambientales y socioculturales.*

Impactos que le interesan a los Residentes:

○ Impactos Económicos:

Entre ellos, se pueden nombrar: las oportunidades de empleo, ingresos para los negocios locales y nivel y costo de vida.

El turismo genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica de los destinos. Ya que el mismo, provoca demanda de bienes y servicios, los cuales deben ser producidos y prestados.

A consecuencia de ello, se crea una industria turística, la cual generará nuevas fuentes de trabajo para los residentes con efectos diferentes:

1. Efectos primarios: son los gastos directos que el visitante realiza a empresas turísticas como pueden ser los hoteles, restaurantes, remises, agencias de viajes locales, entre otros. Este dinero es entregado por el turista directamente a la empresa local.

²³ Gutiérrez Taño (2009) Las actitudes de los residentes ante el turismo. *Servicio de publicaciones Universidad de la Laguna.*

2. Efectos secundarios: dinero recibido a través de los establecimientos turísticos, que es un filtro en la economía local, y produce efectos como la promoción exterior del lugar de destino, gastos en proveedores, servicios, ingresos en las economías domésticas, entre otros.
3. Efectos terciarios: gastos que no están directamente asociados al turismo, pero sí pueden estar relacionados indirectamente.

○ Impactos sociales y culturales del turismo:

Entre ellos, se pueden nombrar la capacidad de carga, el servicio local, incremento de los problemas sociales, preservación de la cultura local e intercambios culturales entre residentes y turistas.

La actividad turística, genera efectos tanto en los visitantes como en las comunidades anfitrionas. Los impactos se generan como consecuencia de las relaciones sociales que se establecen en un destino. La magnitud de los mismos dependerá en gran medida de las diferencias socioculturales entre turistas y residentes.

Si se habla de impactos positivos, no se puede dejar de nombrar que el turismo genera interés en las comunidades anfitrionas por su propia cultura, lo que lleva a revitalizar y mantener la cultura en el tiempo. De esta manera se logra la conservación de monumentos, edificios y lugares históricos, revitalizando el consumo de artesanías y del folklore local.

En cuanto a los impactos negativos, pueden ser mencionados el desarrollo de actividades como la prostitución, la drogadicción o la inseguridad ciudadana, separación física y social entre turistas y residentes, tensiones debido al desarrollo del turismo, aculturación²⁴ del destino, entre otros.

²⁴ Según Colombres (1987) la aculturación es inseparable de la idea de conflicto cultural, que se manifiesta a través de un proceso lento y doloroso para el indígena, ya que lleva al desmantelamiento de su universo. Plantea que toda aculturación se realiza al precio inevitable de una deculturación o pérdida de la especificidad cultural de un grupo. Se trata de un vaciamiento, de una mutilación.

o Impactos Medio Ambientales:

Entre estos se pueden mencionar: la capacidad de carga, la reivindicación y protección de zonas naturales, y la contaminación.

El entorno es la base y la atracción de muchos destinos turísticos. Actualmente, una buena parte de los destinos se desarrollan en ambientes frágiles, como pueden ser islas o playas.

Dentro de las presiones más importantes que recibe el turismo sobre el medio ambiente se deben tener en cuenta: la contaminación, la separación o degradación de los espacios, la erosión del entorno, la contaminación paisajística, entre otros.

5.2. Definición y preferencias del turista actual y la dualidad *backstage* y autenticidad

A consecuencia del gran desarrollo tecnológico actual, hoy en día se cuenta con un turista con un gran caudal de información, exigente y cambiante en relación a su forma de decidir, actuar y comportarse. Un turista que busca ser activo, y a su vez protagonista del viaje.

En la actualidad, en muchos destinos para alcanzar lo que este nuevo turista está buscando, se reacondicionan y se transforman construcciones arquitectónicas, con el objetivo de eliminar por ejemplo, la marginación. Si esto no se logra, se montará un escenario para generar esta impresión, y la comunidad local comenzará a ser desplazada para crear el *backstage*.

Es aquí, donde se puede encontrar con dos tipos de turistas:

- 1) El que no le gusta ver el *backstage*
- 2) El que va en busca del *backstage*, y con él, de la autenticidad del lugar

Como ejemplo de turismo que no va en busca del *backstage* en la Quebrada, se pueden nombrar dos ejemplos:

- 1) *Purmamarca*: donde el turista que visita de día la Quebrada, puede encontrarse con parte de la comunidad anfitriona ofreciendo productos originarios. Esta parte de la comunidad, una vez baja el sol, se retira de la plaza a sus hogares, mayormente ubicados en la localidad.
- 2) *Humahuaca*: cuenta con la imagen de San Francisco Solano, que se encuentra en el Cabildo de Humahuaca. La misma se deja ser vista en el horario del mediodía, coincidiendo con el horario de mayor afluencia de turistas.

Otra forma de clasificación del turista actual, es la de:

- *Psicocéntrico*: es quien prefiere los destinos turísticos ya consolidados y suelen realizar viajes organizados. Este turista es el más propenso a buscar conocer la puesta escena y no el backstage de un destino.
- *Alocéntrico*: es aquel que prefiere destinos poco turísticos, y viajan con el objetivo de conocer nuevas culturas y nuevos lugares. Este tipo de turista apenas planifican los viajes para reacomodarse de forma simple, y suele ser quien buscar conocer el backstage de un destino.

5.3. *El residente de hoy, qué lugar ocupa en el desarrollo del turismo*

En la actualidad se cuenta con una comunidad local que aprecia el valor de sus recursos naturales y culturales. Que ha desarrollado una conciencia clara del papel que los mismos juegan para su comunidad.

El residente local, hoy no busca sólo una oportunidad de empleo, sino que también quiere participar de las decisiones del tipo de turismo que desean desarrollar y el tipo de turista con el cual desean compartir su espacio. Establece nuevas formas de control, que en algunas ocasiones, lleva a las comunidades anfitrionas a rechazar el turismo y sus secuelas sociales y culturales. De esta forma, delimita un territorio para su desarrollo,

creando barreras para salvaguardar sus valores y prácticas sociales y culturales.

5.4. Economía de mercado y su aplicación en el turismo, evaluación de los impactos producidos en la comunidad local

Los tres problemas fundamentales a los que toda sociedad debe dar respuesta son: ¿Qué producir? ¿Cómo producir? ¿Para quién?

Buscando una conceptualización de economía de mercado, se toma la que plantea Monchón (2004). La función de este tipo de estudio es analizar cómo las sociedades administran unos recursos escasos, con el fin de producir bienes y servicios y distribuirlos entre los distintos individuos. Al hablar de escasos, hace referencia a una cantidad de bienes y servicios mayores que el disponible.

Los factores o recursos productivos (inputs) son los recursos empleados por las empresas o unidades económicas de producción para elaborar bienes y servicios.

La clasificación de factores productivos cuenta con tres categorías primordiales, pudiendo ser considerada una cuarta categoría el empresario, en cuanto promotor y gestor de las empresas.

Tres categorías primordiales de factores productivos son:

- ⇒ La tierra o recursos naturales (lo que aporta la naturaleza al proceso productivo).
- ⇒ El trabajo (el tiempo y capacidades intelectuales dedicadas a las actividades productivas).
- ⇒ El capital (los bienes duraderos dedicados a producir otros bienes).

En economía, a menos que se especifique lo contrario, el término capital significa capital físico. Es decir, máquinas y edificios, y no capital financiero. Pero, cuando se habla de inversiones, se refiere a la inversión

real. Es decir, a la acumulación de máquinas y edificios, y no a la compra de bienes financieros.

Por otro lado, el capital humano son los conocimientos y cualificaciones adquiridos por los individuos por medio de la educación y de la experiencia. Prácticamente, todo trabajo requiere algún capital humano. Los gastos de educación y formación profesional suponen una inversión en capital, ya que durante el período de aprendizaje y estudio hay un elemento implícito de espera. Estos gastos contribuyen a incrementar la capacidad productiva de la economía, pues un trabajador formado y educado suele ser más productivo que uno que no lo está.

Para relacionar la economía con el mercado turístico, se va tomar una frase de Francisco Mochón que plantea que en la economía *no hay nada gratis*.

El desarrollo de la actividad turística lleva aparejado ciertos costos, que se deben considerar a la par de los beneficios. Ello permitirá evaluar correctamente los impactos económicos del turismo sobre un destino.

- a) Coste de oportunidad: bien se sabe que los recursos de un destino turístico son siempre limitados, ya sean naturales, sociales o culturales.

El coste de oportunidad debe ser evaluado, ya que se debe abandonar algo alternativo para obtener algo. Más concretamente, el coste de oportunidad de un bien o servicio es la cantidad de bienes o servicios a la que se debe renunciar para obtenerlo. Para aplicarlo a la actividad turística, es necesario valorar los beneficios económicos que surgen de la inversión en los recursos turísticos, comparados con los beneficios que se obtendrían si estuvieran destinados a otro uso.

Muchas veces se ignora el hecho de evaluar los costes de oportunidades, ya que se dificulta realizarlo correctamente. Pero hay que tener en cuenta que si no se valoran los costos del proyecto, no se podrán prevenir los efectos negativos del mismo.

- b) Costes derivados de las fluctuaciones de la demanda turística: existe una gran interdependencia entre el turismo y los demás sectores de la economía, que pueden llevar aparejados problemas adicionales en un destino. Las fluctuaciones de la demanda turística dependiendo del destino pueden ser de carácter estrictamente estacional y muy sensible a la variación de precios, las tendencias, o los cambios económicos y/o políticos. Por lo cual, la caída de la demanda turística lleva como consecuencia la disminución de la demanda de bienes locales, menores salarios y poder adquisitivo para la población local, entre otros.
- c) Posible inflación derivada de la actividad turística: esto es consecuencia de que los turistas suelen tener un poder adquisitivo importante, que les permite afrontar el aumento de precios de los productos y servicios ofrecidos en el destino. Los mismos son incrementados por los proveedores locales para obtener más beneficios. Sin embargo, la población local debe compartir en la mayoría de las ocasiones, los mismos proveedores con los turistas pero con una capacidad económica menor.
- d) Pérdida de beneficios económicos potenciales: este coste negativo suele producirse en los países en vías de desarrollo, que cuentan con limitaciones de capital y dependen de los inversores extranjeros, quienes terminan ganando la mayor parte de los beneficios obtenidos con la actividad y llevándolos a su país de origen.
- e) Distorsiones en la economía local: el sentido de este coste se entiende a través de la relación de la actividad turística con otros sectores económicos susceptibles de ser perjudicados por las características propias del turismo.

En efecto, ya ha sido comentado anteriormente que el turismo favorece en gran medida el aumento y distribución de renta en la comunidad local. Así como también genera nuevos puestos de trabajo, contribuyendo a disminuir el paro en el lugar donde se desarrolla. Sin

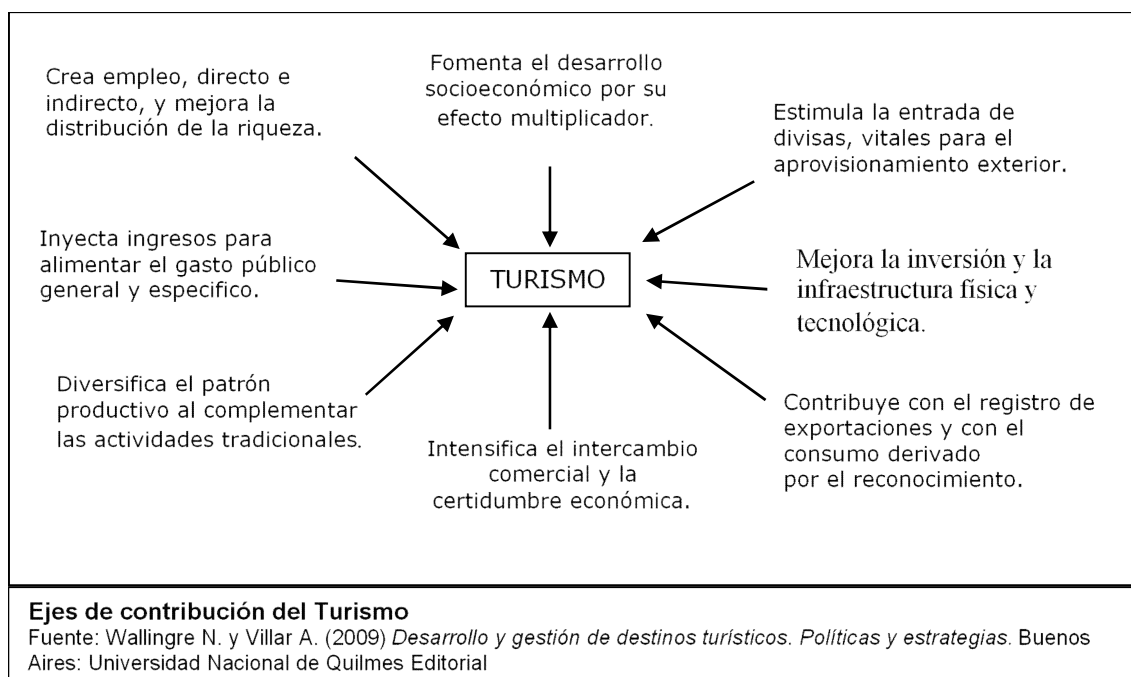
embargo, puede perjudicar el desarrollo de otro sector económico o geográfico del mismo país.

Como conclusión, para que el turismo fomente el desarrollo y empleo local, las empresas que inviertan en el destino deben estar abocadas a incrementar el capital social y los niveles de participación del residente, con el objetivo de evitar impactos negativos en la comunidad anfitriona. Los mismos, muchas veces llevan a los residentes a mudarse a las periferias de la localidad, donde la vida es más llevadera en términos económicos.

Pero un turismo bien organizado puede contribuir en el crecimiento económico y al mismo tiempo impactar positivamente de las siguientes maneras:

- Mejorando la técnica, en el sentido de nuevos y mejores métodos para producir bienes y servicios.
- Aumentando el volumen de capital, fruto del incremento en el ahorro y la inversión.
- Aumentando la fuerza del trabajo.
- Descubriendo nuevos recursos naturales.

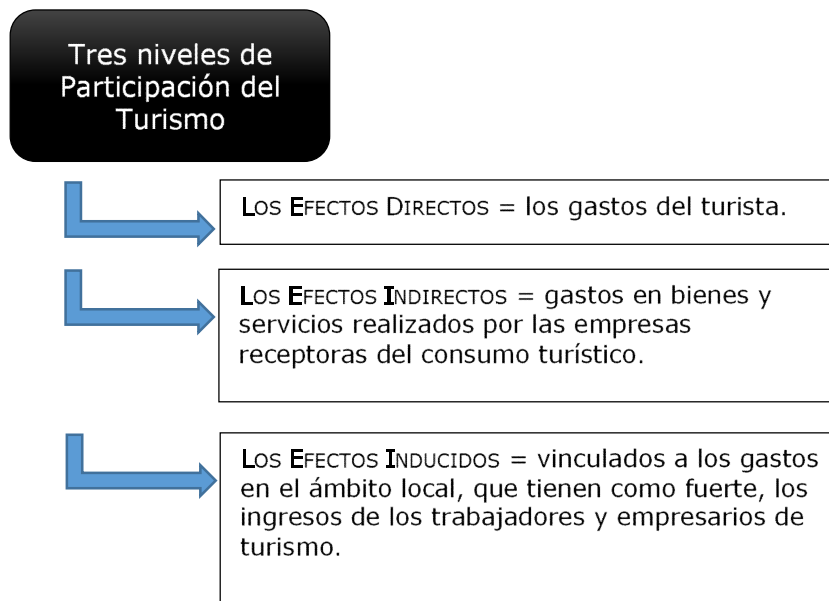
Cuadro 5: Ejes de contribución del Turismo



Los efectos económicos producidos por la generación de turismo:

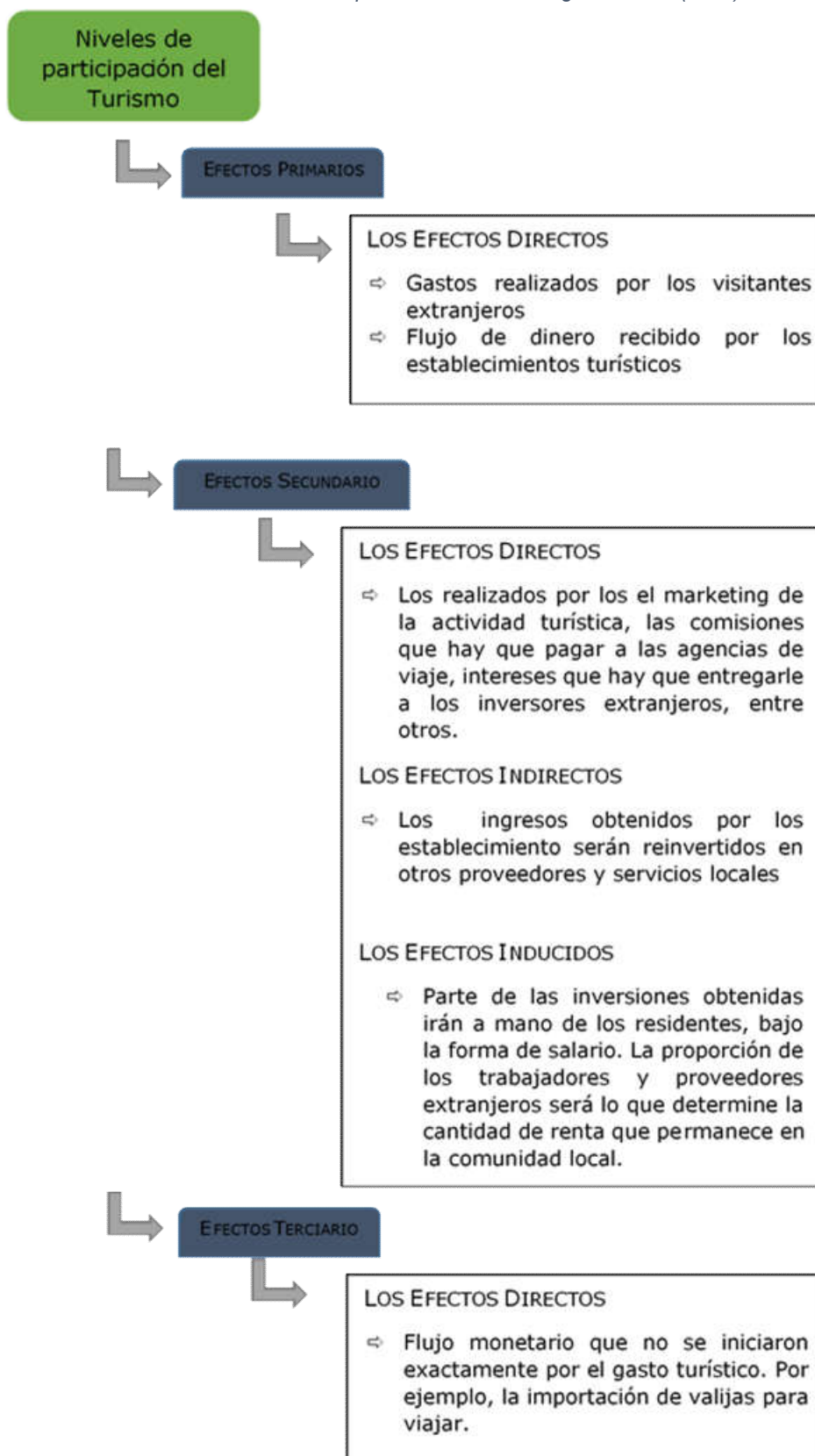
A continuación, se podrán observar cuadros sobre los efectos económicos que provoca el turismo. El primero se encuentra basado en el libro "Desarrollo y Gestión de Destinos Turísticos. Políticas y Estrategias", de Wallingre y Villar (2009). En él se plantean tres niveles de participación.

Cuadro 14: Niveles de participación del turismo según Wallingre y Villas (2009)



El segundo cuadro se encuentra basado en el libro "Introducción al Turismo" de Sancho (1998).

Cuadro 23: Niveles de Participación del Turismo según Sancho (1998)



Ambos cuadros muestran que todo destino turístico genera efectos directos, indirectos e inducidos. La Quebrada de Humahuaca, como ya se mencionó con anterioridad, se encuentra localizada en la provincia de Jujuy pero está a escasos kilómetros de Salta Capital, una ciudad turística por excelencia. Esto lleva a que muchos de los prestadores de servicio turísticos ofrezcan conocer la Quebrada, pero con alojamiento en Salta.²⁵ Siendo su consecuencia, que se pierdan parte de los beneficios económicos mostrados en el cuadro anterior, como pueden ser el alojamiento, la gastronomía y las excursiones locales.

5.5. La economía de los pueblos originarios. El regalo como eje de distribución y no de acumulación

“El elemento central identificado como propio de la economía indígena está basado en el poder de dar y recibir, dentro de las normas culturales de intercambio recíproco. Es una economía basada en la apreciación personal, como fuente de obligación recíproca. Así como para la economía de mercado el eje ordenador o principio lógico es la acumulación, para la economía indígena el eje ordenador es la distribución.”

26

Como bien se puede ver expresado arriba, la economía indígena, en general, se basa en el eje ordenador de la distribución comunitaria de bienes, donde se busca priorizar la igualdad entre los individuos. El concepto de distribución, puede verse reflejado a través de la economía del *regalo*, cuyo objetivo es el de establecer una alianza que fortalece las

²⁵ <https://www.tribuno.com/salta/nota/2018-11-24-12-40-0-jujuy-intimo-a-laempresa-despegar-com-por-publicitar-la-quebrada-de-humahuaca-como-destino-desalta>

²⁶ Brenes, C. (2007) *Economía indígena y mercado*. San José, Costa Rica: Instituto Interamericano de Derechos Humanos. Recuperado de:
<http://www.corteidh.or.cr/tablas/25144.pdf>

relaciones sociales. El regalo se suele dar principalmente dentro de la familia, aunque se suele desplazar a otros grupos sociales. La aceptación del regalo es obligatoria, el cual debe ser retornado y reciprocado, consolidando de esta manera alianzas sociales. Este tipo de economía es respetada por algunos pueblos indígenas, ya que brinda dentro de la comunidad prestigio y respeto al obtener mayores beneficios sociales.

Según lo planteado por el Instituto Interamericano de Derechos Humanos, las dos claves de la economía indígena son:

- La diversidad, ya que estas culturas poseen una extensa lista de estrategias económicas para la producción, extracción e intercambio, dependiendo de las variaciones climáticas y preferencias culturales y personales según las especies y variedades desarrolladas por los antepasados.
- La acumulación del conocimiento local, que se refiere a la acumulación de los conocimientos que los pueblos traen desde sus orígenes hasta la actualidad y que forman su identidad cultural

5.6. Jujuy, niveles de pobreza de la provincia según las estadísticas del INDEC y las del UNJu

- o Las estadísticas de pobreza en la provincia de Jujuy según el INDEC.

Según el INDEC la **"línea de pobreza"** (LP) se establece *"a partir de los ingresos de los hogares, si estos tienen capacidad de satisfacer –por medio de la compra de bienes y servicios– un conjunto de necesidades alimentarias y no alimentarias consideradas esenciales"*.

Y la **"línea de indigencia"** (LI) *"establece si los hogares cuentan con ingresos suficientes como para cubrir una canasta de alimentos capaz de satisfacer un umbral mínimo de necesidades energéticas y proteicas"*.

Según el informe presentado por el INDEC en diciembre de 2016, la Provincia de Jujuy, es la que cuenta con menos pobreza de la región

Noroeste de la República Argentina (25,7%); siendo la media de la región. Mientras que es la cuarta en cuanto al nivel de indigencia (4,5%).

- Las estadísticas de pobreza en la provincia de Jujuy, según la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy (UNJu).

En enero de 2017, el INDEC definió la canasta básica en \$21208. Distintos son los datos de la cátedra de Economía de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy (UNJu), que la posiciona en \$ 28652 si el grupo debe pagar un alquiler y \$24652 en caso de que tenga vivienda propia.

Pero, ¿cómo llega la UNJu a estos datos, los cuales ascienden los niveles de pobreza al 65 % y el de indigencia al 15%?

Benites Carlos Aremayo, perteneciente a la cátedra de Economía, resalta que el INDEC habla de que se necesitan \$13500, para que un grupo familiar supere la línea de pobreza, si bien que este dato se encuentra focalizado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o en el Gran Buenos Aires, donde la familia tipo indicada por el INDEC, es de cuatro (4) miembros: dos (2) adultos y dos (2) menores de 13 años, mientras que los datos estadísticos del censo realizado en el año 2010, en Jujuy reflejan que una familia tipo se encuentra constituida por cinco (5) miembros: dos (2) adultos y tres (3) menores de 13 años. Por lo tanto, el grupo familiar es un equivalente al 4,02 = \$ 9861 de canasta básica. A esto hay que sumarle otros gastos para cubrir necesidades primarias, tales como ropa, calzado, energía, electricidad, gas, agua, transporte, comunicación, gastos de educación, salud y vivienda. El número total asciende a los \$ 28652. Ahora, teniendo en cuenta que el sueldo promedio de un empleado público en Jujuy es de \$11978, si hay dos miembros de la familia que tienen un empleo público, no alcanzan al mínimo. Por otro lado, según datos brindados por el Ministerio de Trabajo de Jujuy, el ingreso promedio de un asalariado de la actividad privada es de \$ 13.635, por lo cual estaría llegando al mínimo, sólo si cuenta con vivienda propia. Como resultado de este análisis, el 53%

de la población es pobre. A lo que se le suma la tasa de desempleo, dando como total un 65% de pobreza, de los cuales el 15% entran en el grupo de indigencia.

Para concluir, se puede decir, que a pesar de que la Quebrada de Humahuaca es el destino por excelencia del Norte Argentino, sigue siendo Salta la provincia que recibe la mayor cantidad de turistas que pernoctan, comen y contratan excursiones en el lugar. Por ello mismo, y como se verá planteó más arriba, la consecuencia es la falta de beneficios económicos que se deberían recibir al contar con un atractivo turístico de prestigio internacional.

Visitantes y anfitriones: ¿Vínculos de armonía o vínculos de conflicto?
La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el '*modus vivendi*' de las
comunidades locales.

Jezabel Espiño Ojeda

PARTE II:

Investigación '*in situ*' de la relación de visitantes y anfitriones

PARTE II: INVESTIGACIÓN 'IN SITU'²⁷ DE LA RELACIÓN DE VISITANTES Y ANFITRIONES

El objetivo de esta parte del trabajo, es el de poder mostrar ejemplos reales e información directa. Los mismos, fueron obtenidos a través de la observación participante y/o de imágenes pertenecientes a diferentes épocas de la Quebrada.

Se consideran a las observaciones de sumo interés para la comprensión de la percepción que tienen las comunidades anfitriones, sobre los efectos producidos por la relación con los turistas y/o excursionistas. Sumado, a las pruebas que se pueden visualizar en las fotos. Ambos componentes, son testimonio de los impactos producidos por el turismo.

El objetivo de este apartado es exponer ejemplos reales e información directa sobre el contenido teórico analizado en la sección anterior. Estos fueron obtenidos a través de la observación participante y/o el análisis de imágenes pertenecientes a diferentes épocas de la Quebrada.

Se consideran a las observaciones de sumo interés para la comprensión de la percepción que poseen las comunidades anfitrionas sobre los efectos producidos por la relación con los turistas y/o excursionistas, sumado a las pruebas que se pueden visualizar en las imágenes. Ambos componentes son testimonio de los impactos producidos por el turismo.

²⁷ Definido según la RAE como en el lugar, en el sitio.

Observaciones realizadas en el área de estudio:

Para el presente trabajo de investigación, se tomaron tres observaciones no estructuradas efectuadas en uno de los viajes realizados a la Quebrada. Estas observaciones fueron las que abrieron las puertas para definir el tema de investigación.

Primera observación: Bajo la modalidad entrevista un artesano local que posee un puesto en Humahuaca.

Para la elección de este individuo como unidad de análisis²⁸ se tomó en cuenta como criterio fundamental su edad. Debido a tener la posibilidad de recibir de su parte, una perspectiva comparativa del antes y el después de la Quebrada.

A simple vista Humahuaca es distinto al resto de las localidades de la Quebrada. Si bien cada localidad cuenta con sus características particulares, Humahuaca cuenta con la principal terminal de ómnibus del lugar. Alrededor de ella, se puede encontrar una gran cantidad de puestos de artesanías, las cuales se repiten a lo largo del sitio.

En una esquina un comerciante comentó que era oriundo de la Ciudad de Buenos Aires. Pero que se había mudado desde muy joven a Humahuaca porque su señora era jujeña. El señor, de unos 70 años aproximadamente, contó cómo fue cambiando la vida del residente en el lugar y cómo los afectó el turismo.

Cuando el recién se había mudado a Humahuaca, no era más que un lugar de paso que conectaba con el resto de las localidades de la Quebrada y el cruce fronterizo a Bolivia.

²⁸ Babbie, E. (1996) Manual para la práctica de la investigación social, Bilbao: Desclée De Brouwer

Una observación relevante es que ***resulta lícito pensar o entender como con el tiempo, sobre todo, después de la declaración de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad, el turismo fue creciendo significativamente. Esto llevo a que el residente se terminara trasladando a pueblos aledaños y menos turísticos para continuar con su ritmo de vida.***

El señor también comentó, como aquellos turistas por amenidades o empresas que accedían al lugar para desarrollar actividades turísticas, compraban los terrenos más céntricos para desarrollar la actividad. Indicó que observara a los artesanos locales y que pasaba con ellos al atardecer. Dijo que mirara como los mismos levantaban sus pertenencias y se tomaban el micro que los llevaba a la localidad donde vivían. Luego de que comentara esto se pudo observar tanto en Humahuaca como en Purmamarca y en Tilcara, y los resultados fueron los siguientes:

- El primero, que la mayoría de los puesteros entrando la noche levantaba todas sus cosas y se dirigían a las paradas de los micros.
- El segundo, que todos los hostels visitados tanto en Tilcara como en Purmamarca, no pertenecían a residentes locales. En Purmamarca, se pudo hablar primero con la dueña del hostel Mama Coca y la misma era catamarqueña. Este hostel se encontraba a media cuadra de la terminal, y a dos cuadras de la plaza principal. La propietaria del segundo hospedaje era oriunda de la ciudad de Buenos Aires y se encontraba a media cuadra de la plaza principal. En Tilcara se tuvo la posibilidad de hablar con la propietaria de Tilcara Hostel también era de Buenos Aires, mientras que sus empleados eran todos extranjeros que intercambiaban alojamiento y comida por trabajo.

Como conclusión de esta observación, se puede decir, que estos ex residentes no siguen viviendo en el lugar, pero si trabajan allí. Los establecimientos hoteleros y extrahoteleros, además de no contar con personal local, son propiedad de los llamados turistas por amenidades.

Primera Observación: comportamiento de los turistas dentro de un local.

Esta observación se desarrolló dentro de un local, que si bien su actividad principal era la de ser una despensa, también contaba con una pequeña verdulería.

Ingresó allí un turista de unos 20 años, el mismo quería realizar una compra, que incluía productos de verdulería y de despensa. Le pidió al empleado de la despensa que le prepara una parte de ellas, mientras él agarraba unas verduras. El empleado quedó sorprendido por la actitud del joven, ya que no le pidió permiso para tomar las verduras, ni le preguntó cómo se manejaban, sino que directamente le dio indicaciones. Cuando el empleado reaccionó le dijo que le repitiera lo que necesitaba y que espera que él le prepararía todo el pedido a su tiempo. El mismo salió de la despensa, quejándose de la parsimonia de los locales de la zona.

Acto seguido, otra joven de forma muy respetuosa realizó una compra y pidió una bolsa y le dijeron que ellos intentaban no entregar bolsas porque les costaba mucho deshacerse de la basura. La joven pidió disculpas y dijo que de haber estado informada de esto con anterioridad, hubiese llevado su propia bolsa.

Como conclusión de esta observación, se puede ver los efectos producidos por el impacto cultural. En esta ocasión, ninguno de los dos turistas era extranjero. De todos modos, sus comportamientos no eran los esperados por la comunidad local. La reacción de los turistas además deja entrever, en especial en el caso del joven, la falta de adaptabilidad a la cultura anfitriona, produciendo de esta forma un malestar en la comunidad local que podría tomarse como un efecto negativo del turismo.

Segunda observación: Relación turista y residente en una excursión de un día con circuito cerrado.

En una excursión, el guía local se detiene en una de las vistas panorámicas típicas; en el ómnibus se podían observar turistas de múltiples nacionalidades. En el lugar se encontraba un nativo vendiendo artesanías e

interpretando un instrumento autóctono (quena). El guía se detuvo junto al grupo para disfrutar las melodías autóctonas, y una vez que concluyó la ejecución, él ofreció sus productos. Una turista a través de señas le indicó que nuevamente ejecutara el instrumento. Cuando comenzó la interpretación, la turista le sacó una foto, y luego se retiró a tomar fotografías del paisaje.

Cuando el nativo terminó la melodía el grupo ya se encontraba subiendo al micro. Siendo consecuencia de la situación, que el mismo perdiera la oportunidad de vender sus productos, frente a una visitante que solo pidió que tocara nuevamente el instrumento para sacarle una foto.

En reflexión a esta situación, se puede hacer hincapié a la falta de concientización del turista y/o excursionista, ya que el mismo, no buscaba disfrutar de la música producida por el nativo, sino que su objetivo era tomar simplemente una fotografía, como si la persona que tenía delante fuera un objeto más del paisaje.

Recorriendo la investigación a través de imágenes

Esta sección se realizó con el objetivo de demostrar el cambio que fue sufriendo la Quebrada a través de los años.

- *Monumento a la Independencia antes y después*

En la siguiente comparación se puede ver el Monumento a la Independencia, ubicado en la localidad de Humahuaca con diez años de diferencia. En la foto de la izquierda, que fue tomada en el año 2005, se pueden notar apenas unos puestos de venta sobre el lado derecho al pie del monumento. En cambio, en la foto de la derecha, puede verse ambos laterales hacia la escalinata que lleva al monumento colmados de puestos.

Visitantes y anfitriones: ¿Vínculos de armonía o vínculos de conflicto?
La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el 'modus vivendi' de las comunidades locales.

Jezabel Espiño Ojeda

Como fue comentado con anterioridad, los residentes, que se fueron desplazando de las principales localidades turísticas (Purmamarca, Tilcara y Humahuaca), sólo acceden a las mismas durante el día para trabajar en las ferias, comercializando productos regionales.

Imagen 1 : Monumento de la Independencia - Humahuaca (2005) Imagen 2 : Monumento de la Independencia - Humahuaca (2015)



Monumento de la Independencia – Humahuaca
Año:2005

Fuente: <https://www.flickr.com/photos/andrea/4200000000/>



Monumento de la Independencia – Humahuaca
Año:2015
Fuente Propia

Ferias ubicadas en los principales puntos de las localidades

Las siguientes fotos pertenecen a la feria de productos regionales de la localidad de Purmamarca. Esta feria se encuentra ubicada en la plaza principal y es atendida por residentes locales que allí venden productos regionales, tanto de producción nacional, como traídos del país vecino de Bolivia.

Imagen 4 : Plaza Principal de Purmamarca (2011)



Plaza Principal – Purmamarca
Año:2011

Fuente: <https://quebradadehumahuaca.com/info-gral/>

Imagen 3 : Plaza Principal de Purmamarca (2018)



Plaza Principal – Purmamarca
Año: 2018

Fuente: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1626188514149830&set=pcb.1626190210816327&type=3&theater&ifg=1>

- **Hogares de residentes locales que se convirtieron en tiendas de productos regionales, lugares de hospedaje y casas de té**

Las fotos que se pueden visualizar a continuación fueron tomadas en la localidad de Purmamarca.

En la foto de la izquierda puede verse sobre su margen derecho un hospedaje y en ambas cuadras negocios de productos regionales.

En la foto de la derecha, puede verse de derecha a izquierda primero una casa de productos regionales y luego una casa de té.

Si se ingresa a alguna de estas edificaciones, en su mayoría cuentan con un pequeño patio central, el cual antiguamente era el patio donde se criaban los animales que luego serían fuente de alimento.

Imagen 6: Purmamarca 2015



Purmamarca - Año:2015
Fuente: Propia

Imagen 5: Purmamarca 2013



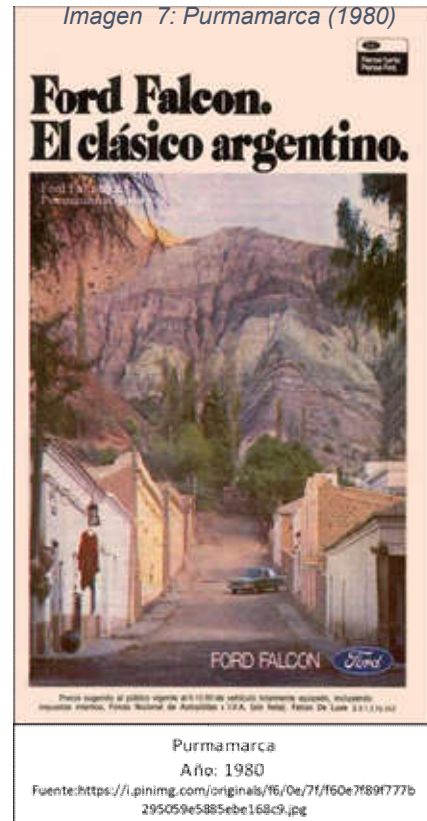
Purmamarca - Año:2013
Fuente: Propia

Visitantes y anfitriones: ¿Vínculos de armonía o vínculos de conflicto?
La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el 'modus vivendi' de las comunidades locales.

Jezabel Espiño Ojeda

- **Una imagen de Quebrada antes de su declaratoria**

. En esta imagen, se puede visualizar la Quebrada a principios de la década de 1980, cuando Purmamarca era una pequeña localidad donde las tiendas de productos regionales y los hospedajes no eran tan comunes.



Visitantes y anfitriones: ¿Vínculos de armonía o vínculos de conflicto?
La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el '*modus vivendi*' de las
comunidades locales.

Jezabel Espiño Ojeda

PARTE III:

Formulación de Diagnóstico De Situación

PARTE III: FORMULACIÓN DE DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN

Esta sección está abocada, a las entrevistas realizadas al personal calificado y las encuestas a los visitantes del lugar.

Se dará inicio con las entrevistas, las cuales fueron realizadas bajo la modalidad no estructurada. En primera instancia, se entrevistó a María de las Victorias Villa, *profesora de Antropología con orientación en Arqueología e investigadora*, quien ha realizado prácticas arqueológicas y antropológicas en la Quebrada entre los años 2005 y 2012. Durante ese período, pudo evidenciar los cambios producidos en el lugar por los efectos turísticos.

En segunda instancia se entrevistó a Carlos Fernández de Balboa, *museólogo especializado en la comunicación e interpretación del patrimonio natural y cultural*. El mismo habló de la Quebrada y los motivos y efectos producidos en la misma a partir de su declaración como Patrimonio de la Humanidad.

Por otro lado, se podrán observar las encuestas realizadas de forma aleatoria a personas que hayan visitado la Quebrada. Las mismas fueron diagramadas de forma estructurada, para hacer foco en algunos aspectos específicos.

Al igual que en la parte II, esta información es de suma importancia ya que permite visualizar, por un lado, las percepciones que poseen los turistas sobre el lugar; y por el otro, ampliar la visión de la presente investigación, desde la mirada de los especialistas que trabajaron en y con la Quebrada.

Análisis de la entrevistas

Como mencionamos anteriormente, los entrevistados fueron dos. Por un lado **María de las Victorias Villa**, profesora de Antropología con orientación en Arqueología e investigadora; la entrevista fue realizada el jueves 12 de abril de 2018. Por el otro, **Carlos Fernández de Balboa**, Licenciado en Museología; dicha entrevista fue realizada el martes 8 de mayo de 2018.

Ambos profesionales hablaron desde su experiencia con el lugar y a continuación se puede ver detallado el análisis de las entrevistas, las cuales fueron realizadas de forma desestructurada. Sólo se les aportó el título de la tesis, con el objetivo de no interferir en sus opiniones personales.

El primer tema a resaltar, y que se destaca como un rasgo común entre ambos profesionales, fue acerca de las diferencias paisajísticas y culturales que sufrió la Quebrada de Humahuaca, desde su declaratoria como Patrimonio de la Humanidad hasta el momento.

En la entrevista realizada a María de las Victorias se destaca lo siguiente: *“yo comencé a trabajar particularmente en la Quebrada de Humahuaca en el año 2005 y hasta el 2012, y en un período muy corto de tiempo, noté un cambio abismal en lo que era la relación, por un lado, de las comunidades con los turistas, y por otro lado, lo que era el crecimiento urbano de esas localidades. Hubo un abismo en cuestión de menos de 10 años”* Esto se puede ver reflejado en el apartado en donde se desarrolló sobre la historia de la Quebrada en este trabajo de investigación. Allí se puede observar que sólo entre el año 2003 y 2006, el turismo había crecido quince veces, concentrándose en las localidades de Purmamarca, Maimará y Tilcara. Este dato refleja lo que Villa menciona más adelante: *“no hay un desarrollo turístico propiamente dicho a lo largo de la Quebrada, y de hecho, no se aprovecha la actividad de la misma manera como en Purmamarca, en Tilcara o en Humahuaca. Todas las localidades intermedias a lo largo de la Quebrada aprovechan el turismo, pero de*

manera muy desmenuzada por decirlo de alguna manera.” Esto es reafirmado en la entrevista realizada a Fernández De Balboa, cuando menciona la posibilidad de instruir al turista sobre cómo desarrollar un itinerario con el fin de sacar el foco de atención en las localidades de Purmamarca, Tilcara y Humahuaca. Según él, *“el concepto de que el turista pueda desarrollar un itinerario que lo lleve a recorrer distintos lugares y de esa manera combatir de alguna forma el foco central, que en este caso son Tilcara, Purmamarca, los sitios, la misma Quebrada, la misma Humahuaca, que son los sitios más sobresalientes”*

Un punto importante a analizar cuando se habla de la concentración del turismo en las tres localidades arriba mencionadas se refiere a su distribución. Buscar que el visitante no sólo se hospede y circule en estas localidades, sino que también se interese por conocer los pueblos intermedios. Que no se limite la visita a los mismos únicamente por sus sobresalientes atractivos, como es el caso de la paleta del Pintor en Maimará, o el monumento del Trópico de Capricornio en Huacalera, sino que los pueblos en sí sean considerados como destinos turísticos. Un caso, de la falta de interés del turista por las otras localidades lo confirmó Villa, cuando mencionó el caso de Huacalera y el hecho de que los turistas sólo visitan el monumento del Trópico de Capricornio; *“existen localidades que cuentan con recursos y se aprovechan exclusivamente esos recursos. Tal es el caso de Huacalera, una localidad que se encuentra a 17 km de Tilcara, donde está el monumento al Trópico de Capricornio, y para el turista no hay mucho más que eso. O sea, que el turista se detiene, se saca la foto con el monumento, pero no se entera que, por ejemplo, entrando a esa pequeña localidad compuesta por diez cuadras, diez manzanas a la redonda, hay un pequeño museo arqueológico, sitios arqueológicos por la zona y fundamentalmente la iglesia de Huacalera, a la vera de la ruta 9, declarada Monumento Histórico Nacional, donde tuvo lugar un acontecimiento histórico clave, como lo fue el descuartizamiento del General Lavalle.”* La pregunta en esta cita, es el por qué el turista no se entera. Esto tiene que ver con algo que la antropóloga mencionó cuando ya

habíamos terminado la entrevista y nos retirábamos: ese museo arqueológico fue montado por el equipo de investigación del que formaba parte en aquel momento, liderado por el arqueólogo Jorge Palma, con el fin de contribuir al desarrollo económico de Huacalera. Sin embargo, por más que en reiteradas ocasiones tuvieron la intención de colocar un cartel en la ruta en el cual se indicaba que en esa localidad era posible visitar un museo arqueológico, ese cartel era retirado por las autoridades locales, y si bien solicitaron por vía legal los permisos necesarios en reiteradas ocasiones para que se le autorizara a la localidad colocarlo, no tuvieron éxito.

Sería interesante agregar a la idea de itinerario, propuesta por el museólogo, y la de dar a conocer los atractivos según la antropóloga, para que los itinerarios que se desarrollen cuenten con ciertas temáticas (arqueología, música, gastronomía, paisajes, entre otros), y que cada turista y/o excursionista reciba información específicamente sobre los lugares de su interés y de este modo desconcentrar el turismo.

Seguido a esto, se puede citar otra mención de Villa: *“el modus vivendi pasa más que nada por una cuestión muy particular y depende muchísimo de la localidad. Es muy variante, fluctúa muchísimo de una localidad a la otra. No se puede ver de la misma manera; si uno hace este tipo de análisis en Tilcara, seguramente se le va a presentar una situación completamente diferente a lo que ocurre en Maimará, o en Volcán incluso, localidad emplazada donde comienza la Quebrada de Humahuaca”*.

Volviendo a hablar sobre la diferencia de circulación de los turistas en diferentes partes de la Quebrada, otro hecho importante es mencionado tanto en el texto “La turistificación y transformaciones urbanas habitacionales en Purmamarca – Jujuy – Argentina” de Pablo Avalos²⁹, como por el museólogo durante la entrevista: las consecuencias producidas por el mercado inmobiliario en el destino. El licenciado expresó: *“algunas de*

²⁹ Avalos P. (2017) La turistificación y transformaciones urbanas habitacionales en Purmamarca – Jujuy – Argentina. *Revista Vivienda y Ciudad*. 4 (119-132)

esas situaciones son la avaricia del tema turístico reflejada en el mercado inmobiliario (...) y que modifica por lo menos en lo paisajístico, en lo estilístico, en un montón de formas lo que hace al tema del paisaje cultural, por lo cual, a medida que va pasando el tiempo, se van desdibujando los motivos por los cuales, ese sitio fue declarado patrimonio. La gente va emigrando, se pierde la idea de paisaje, se pierde la identidad, una serie de problemas, que en muchos lugares, no en todos, pero en muchos lugares de la Quebrada, de alguna manera se va viendo ahora". Por otro lado, en el texto mencionado, Avalos (2017) formula exactamente los mismos problemas que el entrevistado: la emigración de la gente por el aumento del valor de la tierra, haciendo imposible la compra de terrenos por los pueblos originarios. Las casas que antiguamente contaban con un patio donde se criaba animales, ahora pasan a ser lugares de alojamiento para los turistas o centros comerciales. Allí también se venden artesanías del lugar, al igual que en las ferias ubicadas en la calle.

Esto mismo se pudo percibir cuando se realizaron las observaciones no estructuradas. En la localidad de Humahuaca, se tuvo la posibilidad de dialogar en la feria con un residente del lugar, quien comentó que a causa de los precios elevados de las propiedades en las localidades de Purmamarca, Tilcara y Humahuaca, los residentes sólo accedían a las mismas para trabajar, y al finalizar su jornada laboral se retiraban a sus casas en la periferia de estas localidades. Otro tema importante para analizar a causa del mercado inmobiliario es el cambio paisajístico, provocado por las construcciones realizadas por inversionistas privados en estas localidades. Si bien la ley provincial N°5198 "Marco para la actividad Turística" habla de un equipamiento armonioso con el sistema, en el texto de Avalos (2017), se habla de Purmamarca de la siguiente forma: "*su perfil fue mutando desde pueblo agricultor y pastoril, hasta convertirse en Pueblo Boutique*"; y por lo expuesto aquí sobre el mercado inmobiliario, las localidades de Tilcara y Humahuaca no quedan exentas de este fenómeno. El cual podrá comprobarse en las imágenes expuestas a continuación:

Visitantes y anfitriones: ¿Vínculos de armonía o vínculos de conflicto?
 La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el 'modus vivendi' de las comunidades locales.

Jezabel Espiño Ojeda

Imagen 10: Hotel y Casa de artesanías en edificaciones autóctonas - Humahuaca



Imagen 9: Edificaciones autóctonas - Humahuaca Imagen 8: Mercado de Tilcara



Imitación de arquitecta local expuesta en la hotelería:

Imagen 11: Imitación de arquitecta local expuesta en la hotelería



Como bien expresa Saint-Exupéry en "El Principito", "*lo esencial es invisible a los ojos*". Se toma esta frase, porque la Quebrada de Humahuaca no fue declarada Patrimonio de la Humanidad sólo por su valor paisajístico, sino que fue el primer sitio de Argentina que recibió la distinción mixta, incluyendo su valor cultural, patrimonio intangible que hace del lugar único en el mundo. Además, y sin adelantar demasiado de lo que se desarrollará en el análisis de las encuestas, más del 90% de la gente que visita la Quebrada de Humahuaca percibe que la misma cuenta con un rico contenido cultural. Y no sólo la gente que realizó las encuestas mencionó este tema, sino también Fernández Balboa hizo mención al mismo y expuso cómo fue tratado antes de la declaratoria. "*Se realizaron una serie de talleres, de trabajos de campo, que evidentemente ante la inexperiencia de la Argentina en materia de lo que tenía que ver con la declaratoria de un paisaje cultural, que es una cosa bastante diferente a todo lo que se venía declarando; siempre se declaraba natural por un lado y cultural por el otro, y en realidad había un informe técnico, y solamente se avalaba ese informe técnico y no había, en este caso, la condición de paisaje que involucraba también a que las poblaciones estuvieran admitidas dentro de la categoría. Entonces se realizaron una serie de talleres; yo creo que hubo muy buena voluntad, pero no alcanzó. No alcanzó a cubrir las necesidades de lo que la gente identificara como una situación de lo que les iba a pasar cuando eso se declarara como Patrimonio de la Humanidad, y efectivamente pasaron unos años y hubo varias situaciones que hacen que se desdibuje de alguna manera la asignación de paisaje de la humanidad, de paisaje cultural de la humanidad.*"

En la actualidad, una de las consecuencias más graves con tienen lugar en la Quebrada es la desintegración de sus comunidades por falta de planificación. Cada una de ellas no quiere parecerse a la otra y en realidad están viendo su propio reflejo. En lugar de enfrentar la pérdida cultural y buscar posibles soluciones, sólo nombran el hecho de no querer "acabar" como la otra. Un claro ejemplo de esto puede verse en lo expresado por Villa: "*no es lo mismo encontrarnos con una comunidad en Tilcara, que con otra en Huacalera; incluso muchas veces las comunidades de los pueblos*

más pequeños son más resistentes también a todo esto que representa la actividad turística. Si bien terminan adaptándose, muchas veces (en la experiencia personal que yo poseo) transmitían que ellos no querían transformarse en Tilcara, por ejemplo en el caso de la comunidad de Huacalera. No querían ese crecimiento masivo, preferían preservar el modus vivendi tradicional".

Cuando una localidad de la Quebrada comienza a desarrollarse de forma masiva turísticamente, también comienza a recibir gran caudal de turismo por amenidades. Este tipo de turismo cuenta, en su mayoría, con un nivel socioeconómico y de capacitación en el sector turístico superior al de las comunidades locales. Este tema puede verse reflejado en las observaciones no estructuradas, cuando se comenta que los dos hostels visitados en Purmamarca se encontraban en zonas privilegiadas. Siendo del primero su dueña era catamarqueña, al igual que sus empleados, mientras que el segundo su dueña era oriunda de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Algo muy similar pasó en Tilcara, ya que la dueña del hostel provenía de la Ciudad de Buenos Aires y el encargado era francés. Esto puede verse justificado por algo que expresa el licenciado Fernández Balboa en su entrevista: *"hay que ver si está preparado este sitio para eso, es el grave problema; en este caso no estaba preparado, entonces tenés mayor presión por el mercado inmobiliario, tenés mayor presión de turistas. Hay una idea fantasiosa de que eso genera mucho empleo, pero en realidad, lo que sucede generalmente, es que la gente es desplazada porque no está capacitada para inmediatamente, o con la necesidad que el turismo requiere para, desde atender al público a tender una cama o hacer un montón de tareas. Entonces la gente local, antes de capacitarla, es remplazada por otra gente que viene de afuera y eso genera también desempleo, genera una especie de resentimiento, falta de sentido de pertenencia, un montón de problemas, que trae aparejado, el tema de hacer las cosas rápidamente sin pensar también a largo plazo".*

Por lo cual y como conclusión se puede decir que el sólo hecho de declarar un lugar Patrimonio de la Humanidad no alcanza para preservarlo.

Si bien la Quebrada de Humahuaca enfrentaba el problema de estar siendo degradada cuando fue presentada para su declaración, el museólogo mencionó *“hay varias teorías de por qué fue la declaratoria. Una de las teorías es que había un mal mayor, que era un nivel de explotación que tenía que ver con una ruta y una serie de planificaciones donde iba a destruir la Quebrada”*. No sólo por lograr que la misma haya sido nombrada patrimonio hay que dejar de lado su planificación y el desarrollo de políticas turísticas que la preserven. Como ya se nombró con anterioridad, entre el 2003 y 2006, tan sólo en tres años, el turismo creció quince veces. ¿No parece este motivo suficiente para seguir preocupándose por su desarrollo y protección?

Para responder esta pregunta se volverá a citar al licenciado: *“lo que también podríamos resumir es que la declaratoria no alcanza, digamos, que con declarar un sitio Patrimonio de la Humanidad no garantiza su preservación, sino lo que se puede prever es que hace falta gestión, hace falta un trabajo de gestión permanente, un trabajo de capacitación permanente y sobre todo el involucramiento de las comunidades en lo que significa estar en un sitio Patrimonio de la Humanidad. Porque ahora se da la triste paradoja de que los motivos por los cuales fue declarada Patrimonio de la Humanidad están un poco desdibujados a medida que pasa el tiempo. Muchas poblaciones han emigrado, muchos paisajes, de distintos lugares de la Quebrada, incluso el mismo Purmamarca se han visto modificados y eso no parece tener una detención en el tiempo. Digo, no parece que haya medidas que aminoren la situación en el corto o mediano plazo”*.

Otro detalle que hay que tener en cuenta es que la Quebrada de Humahuaca se ha convertido, desde hace un tiempo a esta parte, en un destino de moda o tendencia. ¿Quién no ha escuchado hablar sobre lo maravilloso e inigualable que son sus paisajes y su identidad cultural? A tal punto que genera una gran curiosidad por visitarla y empapar los cinco sentidos con lo que el destino puede ofrecer. En este punto citaré nuevamente a Villa, quien menciona que *“hay una cuestión importante a tener en cuenta, que es la moda y la tendencia; esto no se escapa de una*

actividad turística y lo que ocurre particularmente, es que convengamos que la Quebrada de Humahuaca es un destino bastante de moda en este último tiempo y la afluencia turística creció desmedidamente en los últimos 10 años. Creo que pasa más que nada, por una cuestión de tendencia, por decirlo de alguna manera, que otra cosa. Me parece que, desde mi punto de vista, este título de visitantes y anfitriones y vínculos de armonía o de conflicto pueden verse en paralelo como las dos caras de la misma moneda”.

Para ir concluyendo con el análisis de estas entrevistas, se puede citar una famosa frase de Atahualpa Yupanqui que trajo a colación Carlos Fernández Balboa: “el hombre es tierra que anda”, añadiendo como reflexión: “*entonces, si el hombre es tierra que anda, y hay una declaratoria que tiene que ver con paisaje, el paisaje involucra claramente al hombre dentro de ese contexto y hay que preocuparse mucho más por preservar las costumbres y las formas de vida del hombre, que por preservar determinado tipo de escenario o escenificación que puede llegar a perderse a lo largo del tiempo*”. (...), ***el sistema de protección no se termina cuando tenés la máxima protección, que es en este caso Patrimonio de la Humanidad, es la máxima protección de categoría mundial de un paisaje, de un sitio. Ahí no se termina, ahí empieza”.***

Como consecuencia de su declaratoria como patrimonio cultural, es fundamental, por un lado, la capacitación permanente del residente, con el fin de que brinde un servicio de calidad al turista; por otro, una política de protección adecuada hacia la cultura local, lo que llevaría a fomentar el cuidado, protección y preservación de forma positiva de las comunidades anfitrionas.

Análisis de las encuestas

Se realizó una encuesta de forma aleatoria a través de las redes sociales. El fin de la misma era conocer qué información reciben los turistas y/o excursionistas de los prestadores de servicios y organismos oficiales antes de viajar y una vez que acceden a la Quebrada.

Esta encuesta fue contestada por 100 personas. Para poder realizar un análisis de las mismas, se van a tomar dos muestras diferentes de veinte (20) personas cada una, que se seleccionarán según edad, sexo, lugar de residencia, nivel de educación, profesión y año que se visitó la Quebrada.³⁰

Primera muestra: se apunta a generar una encuesta variada con respecto a las variables arriba mencionadas para que la misma sea lo más neutral posible y se pueda obtener una mirada objetiva del tema.

Segunda muestra: se pondrá principal interés en la profesión de los encuestados, ya que se busca que estén relacionados con el ámbito turístico con el fin de observar que conciencia tienen sobre este tema.

Las encuestas seleccionadas para la muestra son:

Muestra 1 “Público en general”, encuestas: 4, 6, 20, 28, 33, 34, 35, 41, 42, 44, 49, 50, 59, 60, 63, 69, 81, 82, 85, 86³¹

Muestra 2, “Profesionales relacionados con el sector turístico”, encuestas: 4, 11, 16, 32, 35, 42, 46, 54, 56, 72, 74, 80, 81, 83, 86, 91, 93, 97, 99, 100³²

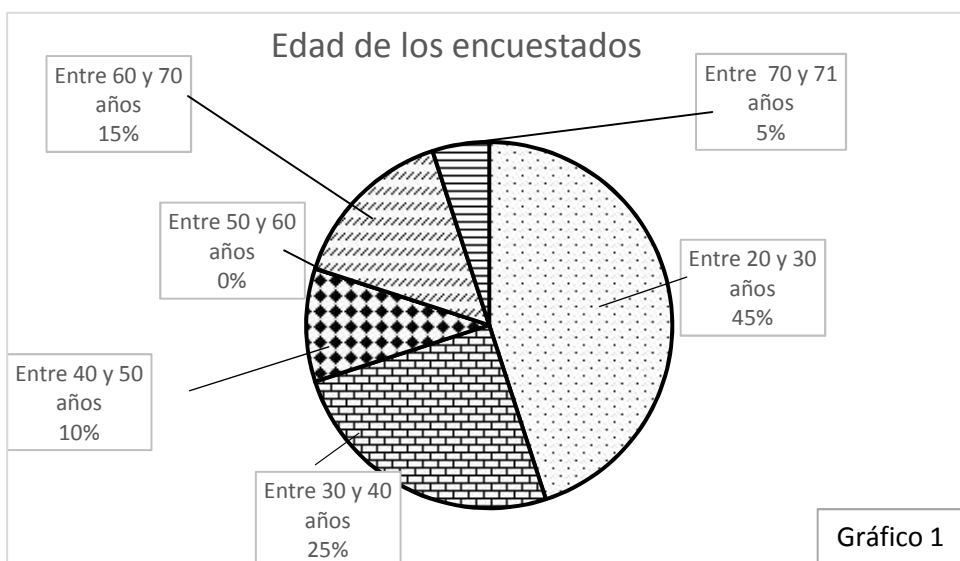
³⁰ Podrá verse un cuadro resumido de las encuestas de donde se seleccionó la muestra en el Anexo

³¹ Podrán encontrarse las encuestas originales adjuntadas en el anexo digitalizado

³² Podrán encontrarse las encuestas originales adjuntadas en el anexo digitalizado

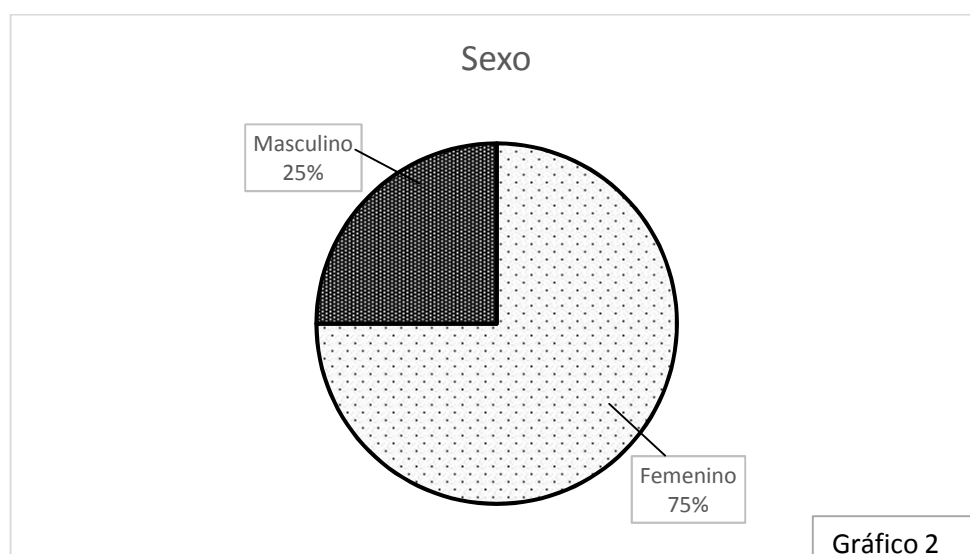
Muestra 1 "Público en general"

Gráfico 1: Edad de los Encuestados



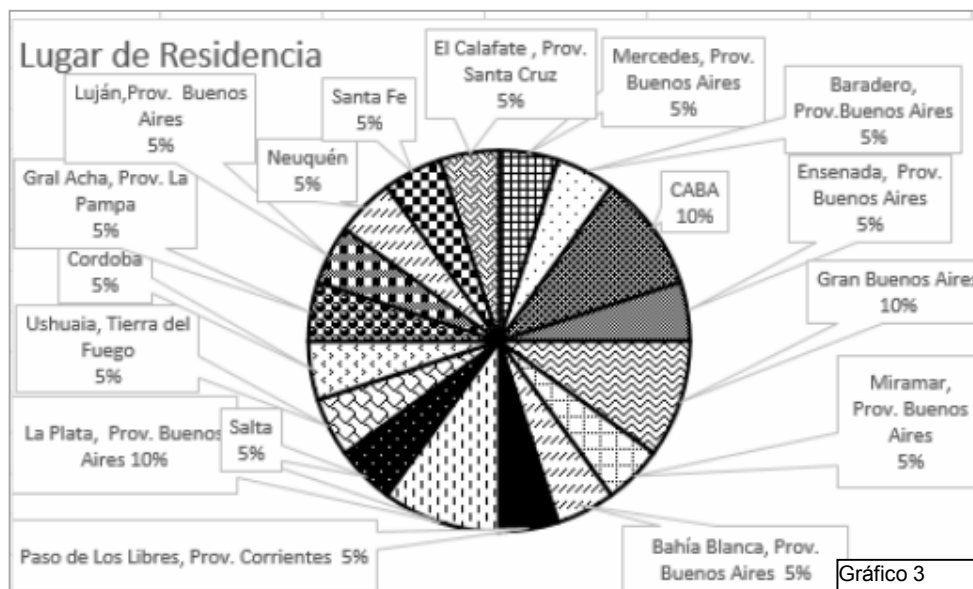
Como ya se viene hablando a lo largo de este trabajo de investigación, la Quebrada de Humahuaca es un destino de moda, sobre todo entre el público joven. Por ello mismo, el mayor porcentaje de visitantes se da entre los 20 y 30 años (45%), seguido por la edad de 30 a 40 años (25%).

Gráfico 2: Sexo



La mayor cantidad de encuestas fueron respondidas por mujeres. Si bien se tomó una muestra de 20 encuestas de 100, en el total también predominaría este sexo.

Gráfico 3: Lugar de Residencia



Se seleccionó esta parte de la muestra de forma minuciosa, ya que la mayoría de las encuestas³³ provenían de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Lo que se buscó a través de las mismas fue obtener una mirada más amplia a nivel nacional, por lo cual, si bien se puede visualizar como grupos mayoritarios CABA, Gran Buenos Aires y La Plata, es mínima la diferencia con el resto de las localidades.

³³ Pueden encontrarse de forma adjunta en el Anexo digitalizado todas las encuestas realizadas.

Gráfico 4: Nivel de Educación

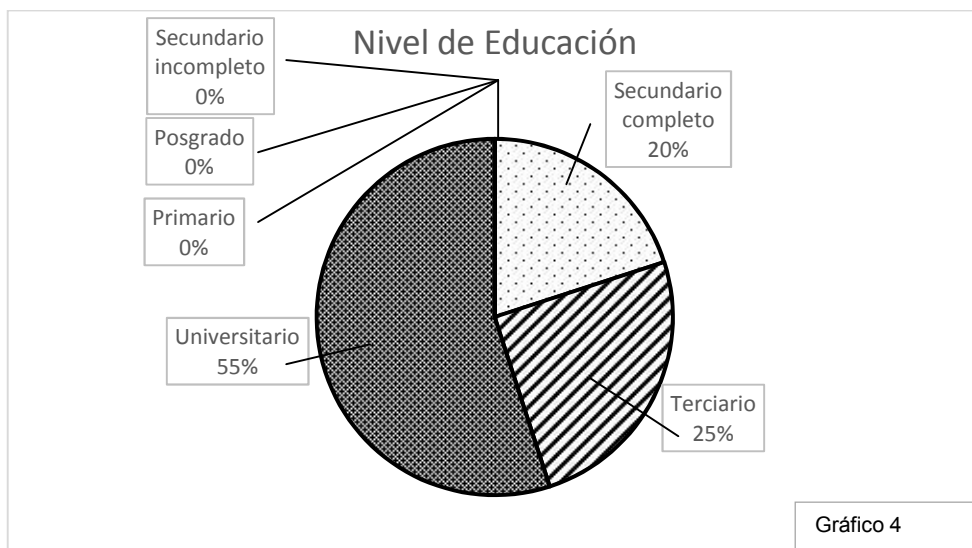
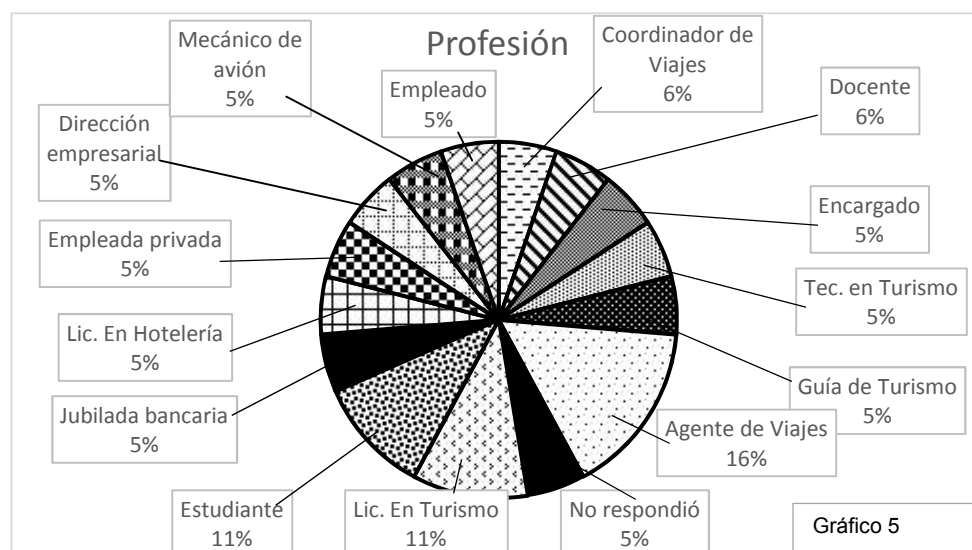
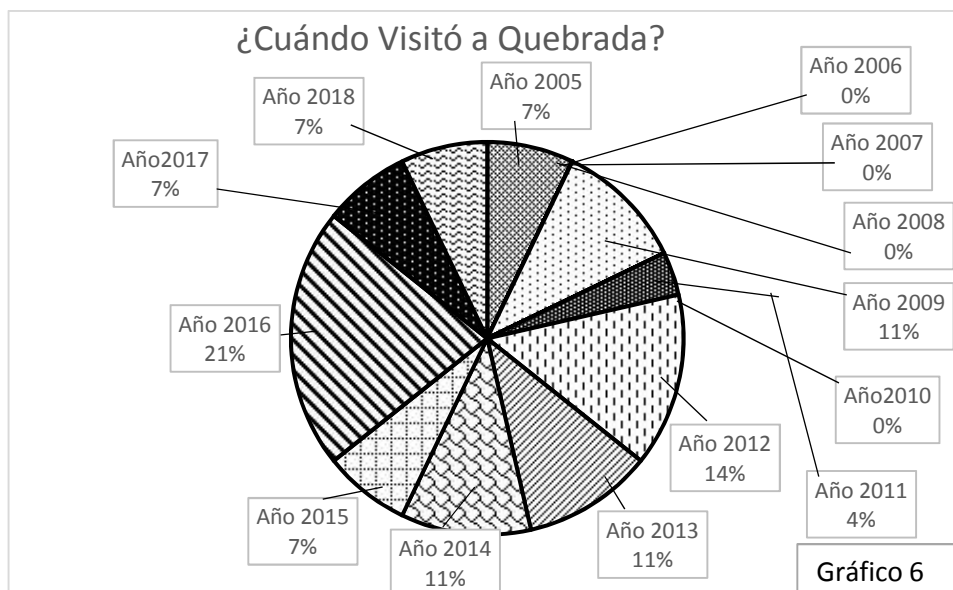


Gráfico 5: Profesión



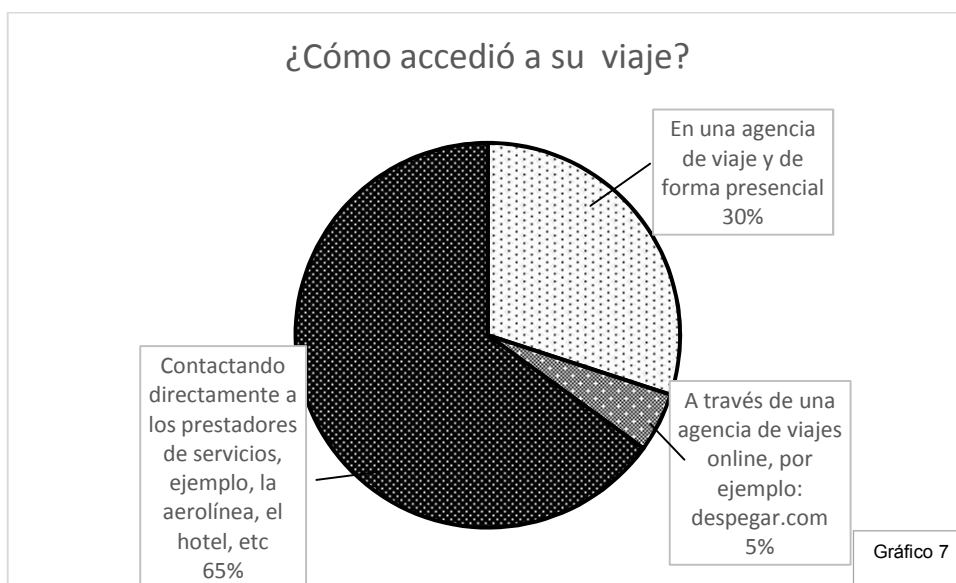
La muestra cuenta con un mayor porcentaje de encuestados con estudios universitarios, seguido por estudios terciarios y secundarios. Esto se pudo llegar a dar, ya que la mayoría de las personas que colaboraron con la realización de la encuesta fueron profesionales del sector turístico. Si bien para este apartado se buscó obtener mayor variedad en todos los aspectos, se dificultó la selección para este ítem.

Gráfico 6: ¿Cuándo visitó la Quebrada?



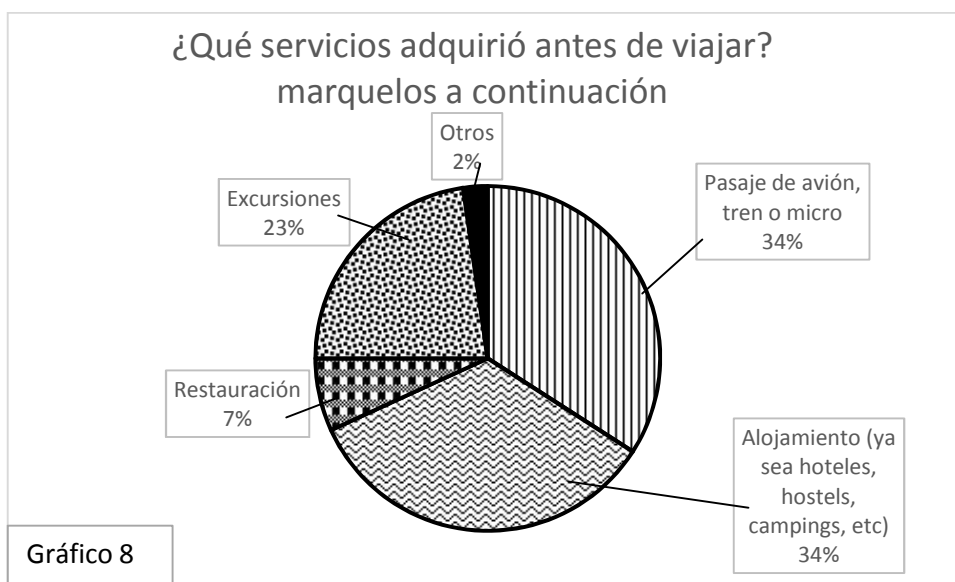
Si se realiza un análisis de este gráfico se puede ver que la mayor cantidad de visitantes que recibió la Quebrada se comienza a dar a partir del año 2012 hasta la actualidad (78%), observando el pico máximo de turistas en el año 2016 (25%) y bajando escasamente para el año 2017, y contando ya para mitad del año 2018 con el mismo porcentaje que el 2017.

Gráfico 7: ¿Cuándo accedió a su viaje?



En el gráfico presentado anteriormente, se puede notar que el 65% de los turistas contactaron a los prestadores de servicio de forma directa, encontrando en un segundo puesto, la compra del viaje a través de una agencia de viajes y contando con un porcentaje de menos de la mitad. Un hecho llamativo de la encuesta, es que por más que fue realizada a través de las redes sociales, solo un 5% de los encuestados manifestaron haber comprado el viaje a través de una agencia online.

Gráfico 8: ¿Qué servicio adquirió antes de viajar?



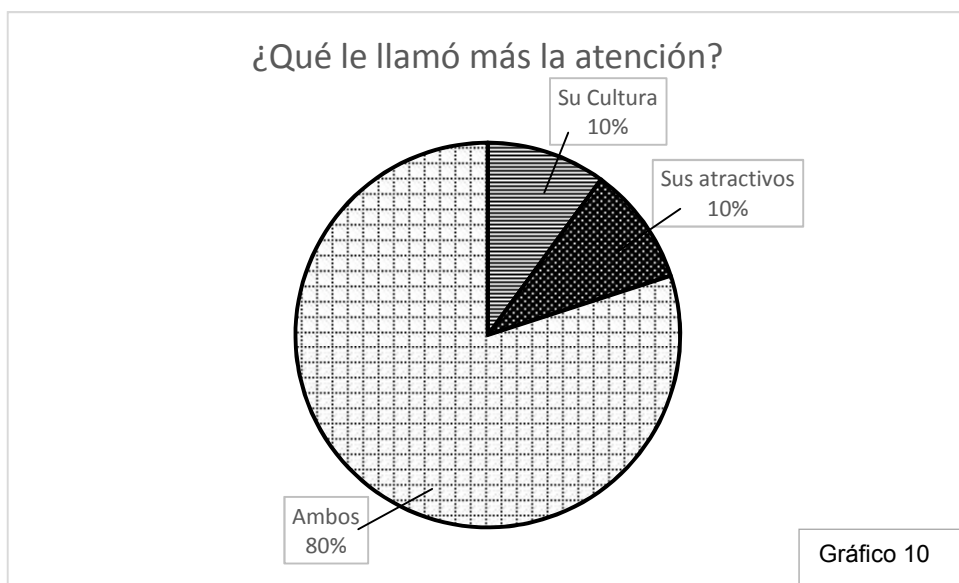
Cuando se le consultó a los encuestados si habían adquirido algún servicio antes de viajar, en su mayoría indicaron el alojamiento y el pasaje en forma igualitaria; seguido por las excursiones, la restauración, y finalizando con otros servicios.

Gráfico 9: ¿Cómo realizó su viaje?



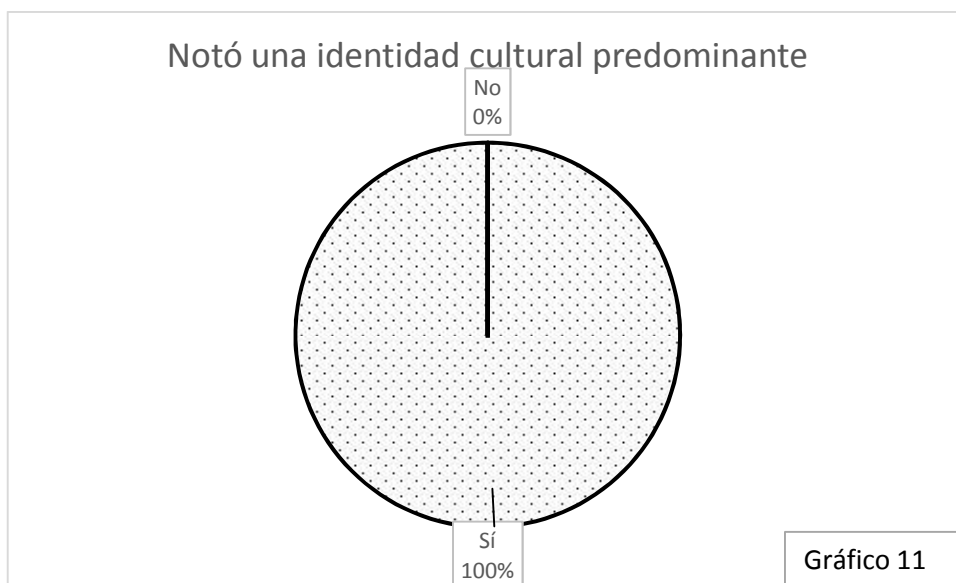
Por lo arriba expresado, se puede ver que la mayoría de las personas que viajaron a la Quebrada se alojaron directamente en las diferentes localidades que allí se encuentran; seguido en porcentaje y de forma igualitaria, por turistas que sólo la visitaron en excursiones de día completo o realizando ambas de las formas mencionadas anteriormente.

Gráfico 10: ¿Qué le llamó más la atención?



Cuando se consultó que fue lo que más le llamó la atención a los turistas de este lugar, un 80 % indicó que fueron los atractivos y la cultura. En igual cifra del 10%, por un lado sólo su cultura, y por el otro, sólo sus atractivos.

Gráfico 11: ¿Notó una identidad cultural predominante?



Cuando se les consultó a los encuestados si notaron que había una identidad cultural predominante, el 100% indicó que sí. Por lo cual, queda claro en este ítem que la Quebrada cuenta con un patrimonio intangible único.

Gráfico 12: ¿Cuándo llegó a la Quebrada ¿Accedió a los centros de informes?

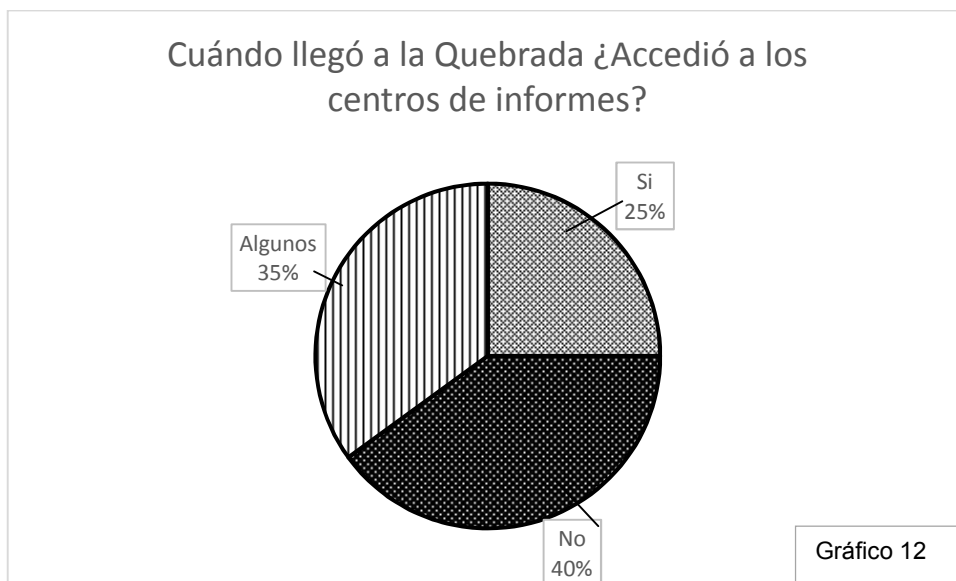
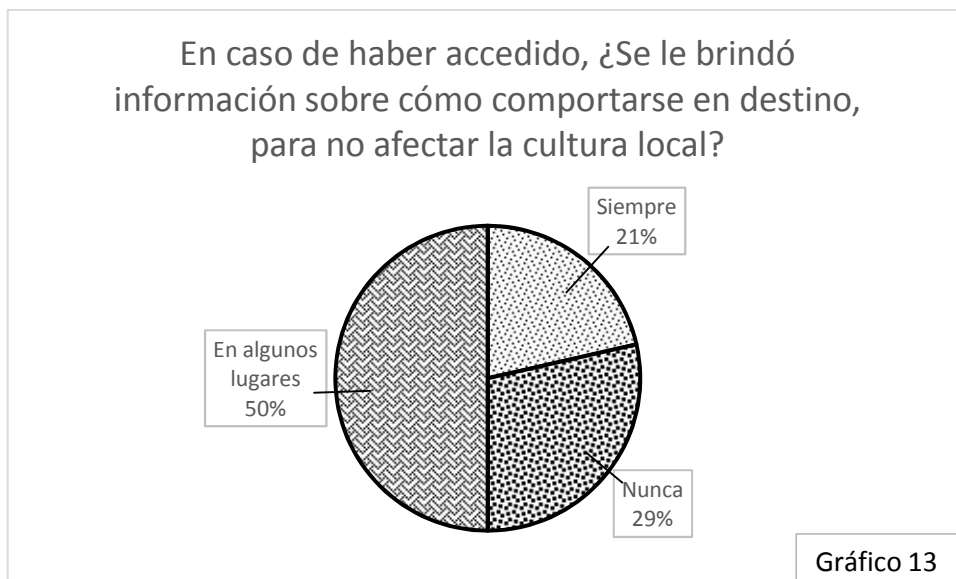


Gráfico 13: En caso de haber accedido, ¿Se le brindó información sobre cómo comportarse en destino, para no afectar la cultura local?

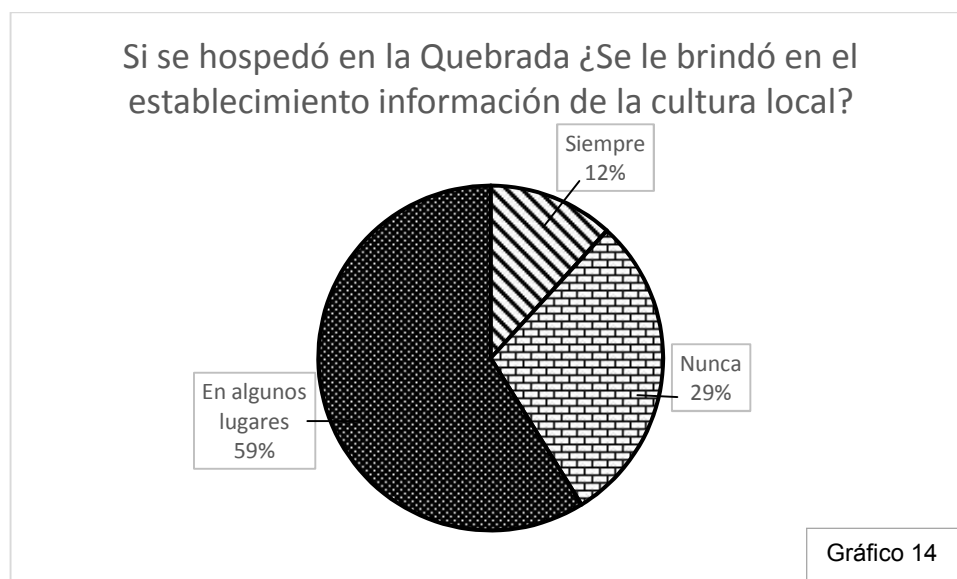


Si se analizan los dos gráficos arriba presentados, se puede observar que sólo un 25% de los turistas acceden a todos los centros de informes, mientras que el 35% accede sólo a algunos. A continuación, se consultó si se les había brindado información sobre cómo comportarse en el lugar; sólo un 21% de los turistas recibió información en todos los centros, un 50% en

algunos, y un 29% nunca. Si se toma en cuenta que sólo un 60% de los turistas acceden al menos a alguno de los centros de informes, y que el 71% de los mismos son los que reciben aunque sea en algunos de ellos información de cómo comportarse, obtendríamos como resultado que apenas el 39,05% de los turistas que visitan la Quebrada, reciben alguna información sobre las costumbres del lugar; mientras que el otro 60.95% se encuentran desinformados, al menos para este prestador de servicio.

Ahora bien, si se analiza sólo los que siempre fueron informados, se puede notar que únicamente un 25% de turistas accedió a los centros de informes y un 21% de estos recibió siempre información de cómo comportarse. Por lo tanto, sólo el 5.25% de los turistas de esta muestra recibieron información constante sobre la cultura local en este destino.

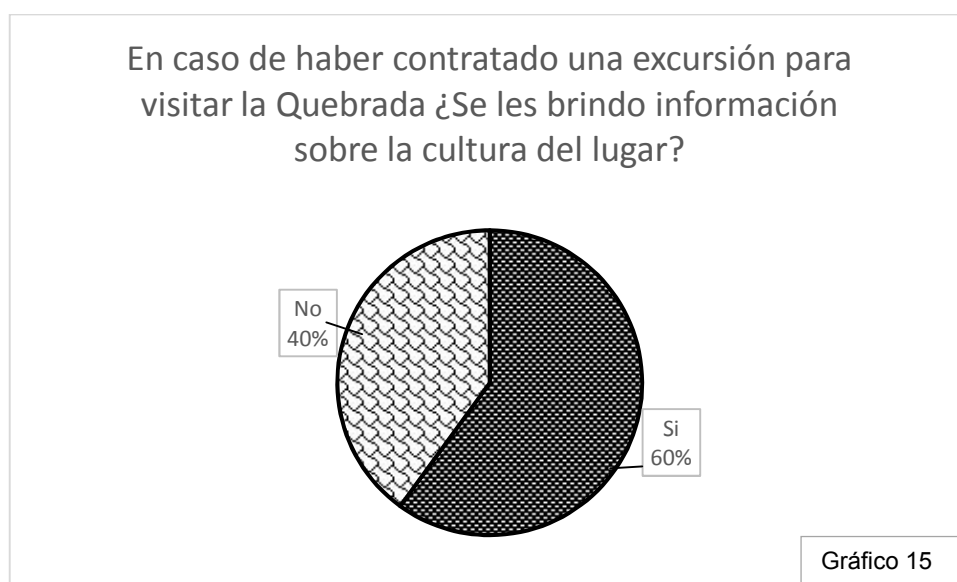
Gráfico 14: Si se hospedó en la Quebrada ¿Se le brindó en el establecimiento información de la cultura local?



En cuanto a alojamiento, se puede observar que son más los prestadores de servicio que le brindan información al turista. La mayoría de ellos (59%) aluden a que en alguno de los establecimientos se les brindó información. Apenas a un 12% siempre se les habló de la cultura local y un

29%, más del doble que la opción anterior, nunca obtuvieron información en el alojamiento.

Gráfico 15: En caso de haber contratado una excursión para visitar la Quebrada ¿Se les brinda información sobre la cultura del lugar?



Del 30% de las personas que contratan una excursión, ya sea para ir o moverse dentro de la Quebrada, el 60% fue informado sobre la cultura del lugar. Por lo cual se indica que sólo el 18% de los turistas y/o excursionistas que visitan la Quebrada son informados por este prestador de servicios.

Conclusiones generales de esta Muestra

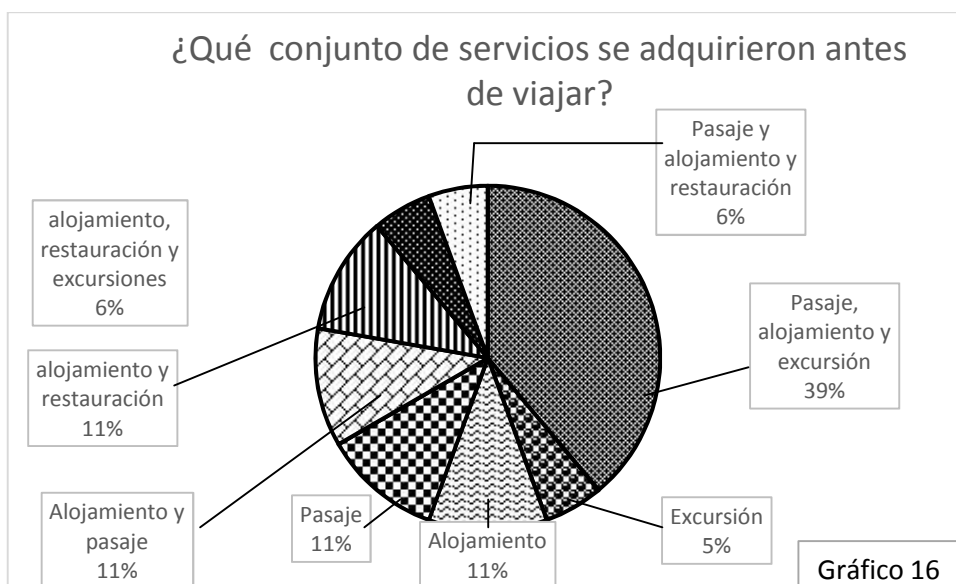
La Quebrada de Humahuaca recibe visitantes durante todo el año, provenientes de todas partes del país y del mundo. Esto puede verse expresado en esta muestra, donde encontramos turistas y/o excursionistas provenientes de Buenos Aires, Ciudad de Buenos Aires, Salta, Córdoba, Neuquén, Santa Cruz, Corrientes, La Pampa y hasta del extremo sur argentino, Tierra del Fuego.

En cuanto al perfil etario, se puede observar un amplio abanico de edades, que abarcan desde las 20 a los 70 años, habiendo un mayor porcentaje entre los 20 y 30 años (ver gráfico 1).

Todos los datos mencionados indican el nivel de importancia y afluencia turística en la Quebrada, siendo indispensables estudios de capacidad de carga para su preservación, ya que como se comentó con anterioridad, el mayor porcentaje de visitas se recibió a partir del 2012 (ver gráfico 6), lo que demuestra el crecimiento desmedido del turismo, que puede arrastrar consecuencias irremediables para el lugar.

Por otro lado, se podrá observar un nuevo gráfico a continuación, en el cual queda expuesto que la mayoría de los turistas y/o excursionistas encuestados, compró el pasaje, el alojamiento y las excursiones previamente a la realización del viaje, siendo la restauración uno de los servicios que se compran en menor medida. Algo lógico, si se tiene en cuenta que los turistas y/o excursionistas aprovechan el día para recorrer y a último momento definen donde comer (ver gráfico 8).

Gráfico 16: ¿Qué conjunto de servicios se adquirieron antes de viajar?

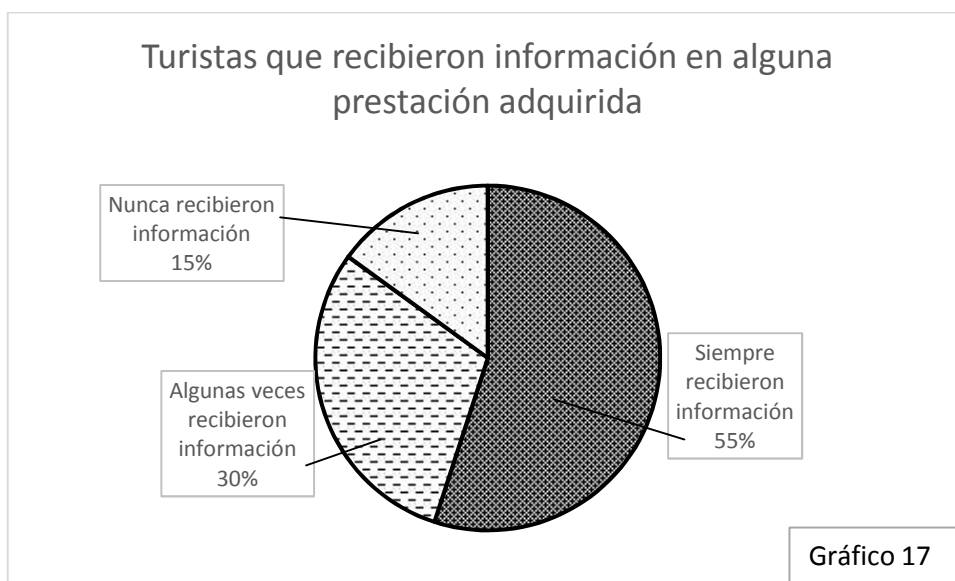


Otro hecho de relevancia que se puede relacionar con lo recién mencionado, es que la mayoría de los turistas acceden a la compra de servicios de forma directa (ver gráfico 7), por lo cual no cuentan con un intermediario que les pueda brindar información del destino. En la actualidad, esto se realiza con mayor facilidad gracias a la tecnología que brinda internet desde diversos dispositivos, tales como celulares, computadoras y tablets, permitiendo obtener información del destino de forma fácil, rápida y cómoda. De esta manera se evitan, la utilización de intermediarios que puedan, en algunas oportunidades, encarecer los servicios. Por otro lado, aquellos turistas que no se animan o no quieren armar sus propios itinerarios, acceden en su mayoría a una agencia de viajes de forma presencial a contratar los servicios.

Una vez que los turistas y/o excursionistas se encuentran en la Quebrada, solo el 25% de los mismos (ver gráfico 12) accedió a los centros de informes del lugar, siendo un 50% aquellos que se acercaron a alguno, y un 29% el que no accedió a ninguno. Este es un dato relevante, ya que el 100% de los encuestados, notó que en el lugar había una cultura predominante y distinta a la propia, pero en su mayoría no se preocuparon por averiguar sobre cuáles serían las normas de comportamiento adecuadas. Por lo cual, según esta muestra, **sólo un 5.25% de los turistas y/o excursionistas que visitan la Quebrada de Humahuaca, reciben información sobre la cultura del lugar en centros de informes, un 12% recibe información en los alojamientos (ver gráfico 14) y un 60% en las excursiones (ver gráfico 15).**

Como se podrá observar en el gráfico que se presenta a continuación, sólo un 55% de los turistas y/o excursionistas recibieron durante todo su viaje información de cómo comportarse en el lugar.

Gráfico 17: Turistas que recibieron información en alguna prestación adquirida



Otro hecho relevante que se puede resaltar de la encuesta, es cuando se le pregunta a los turistas y/o excursionistas que les llamó más la atención: la cultura, los atractivos o ambos. Un 80% de los mismos contestó ambos, mientras que el 20% restante se dividió de forma pareja entre las dos variables, sin comprender que una no puede existir sin la otra. Es aquí, donde el turista y/o excursionista puede de forma no intencional realizar un daño irreversible en alguno de estas.

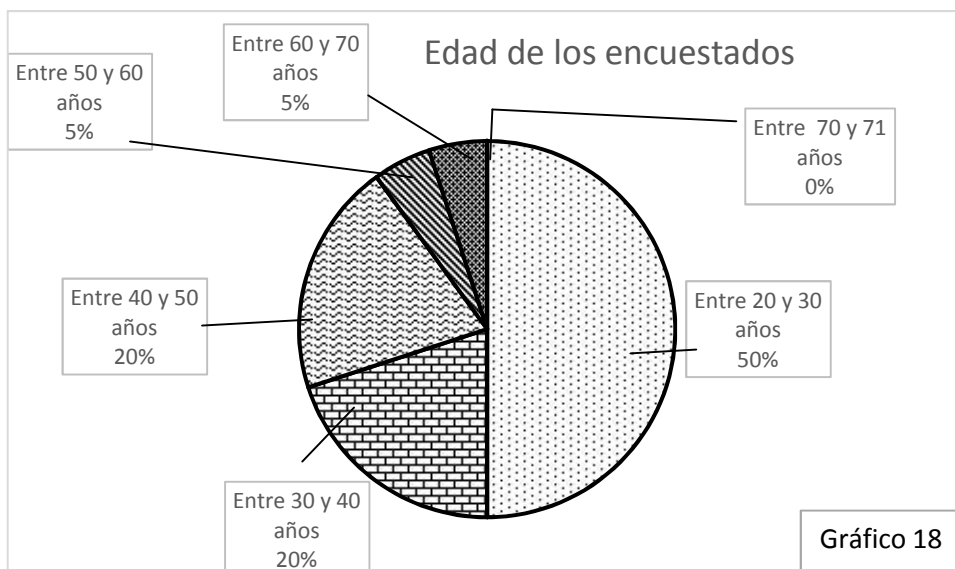
Para finalizar este análisis, se realizará una lectura de los comentarios finales de las encuestas. Cuando se habló en el desarrollo del trabajo sobre la preservación de la cultura local, faltó tratar algunos temas, ya que de haberlo realizado, se extendería demasiado la investigación. En la encuesta número 35 (anexo) se pudo leer *“como negativo, niños siendo explotados por adultos para las fotos (con ropa típica de la región), y muchos niños pidiendo dinero (con adultos por detrás)”*. En el año 2008, la SECTUR fue el primer organismo estatal de turismo a nivel mundial en adherirse al Código de Conducta para la protección de Niños, Niñas y Adolescentes en Viajes y Turismo, con el objetivo de prevenir la explotación sexual, laboral y de trata para ambos fines. En pos del cumplimiento de este código, la SECTUR debería realizar intervenciones en la Quebrada sobre

este tema. Es menester concientizar al turista de que si se destruye la infancia, también se destruye el futuro de la comunidad.

En otra de las encuestas, cuando se le brinda espacio al individuo para realizar un comentario, resalta, por un lado el intercambio sobre costumbres diarias y su forma de vida con el residente. Ya que deja en claro en el resto de la encuesta (anexo encuesta 41), que nunca recibió información sobre la cultura ni en los centros de informes, ni en los alojamientos, y tampoco cuando realizó excursiones. También resalta el comportamiento diferente al propio del resto de los turistas. Lo que llevaría a que si estos últimos fueran concientizados, sería mayor el caudal de turistas que se interesaría por la cultura local.

Muestra 2 “Profesionales relacionados con el sector turístico”

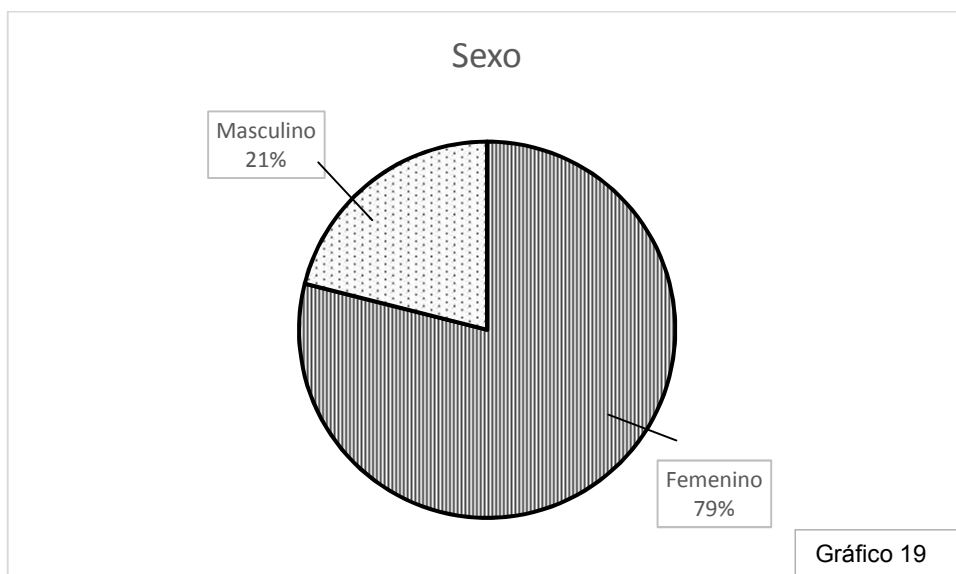
Gráfico 18: Edad de los encuestados



Al igual que se observó en la primera muestra, el mayor porcentaje de turistas y/o visitantes se puede encontrar entre los 20 y 30 años de edad.

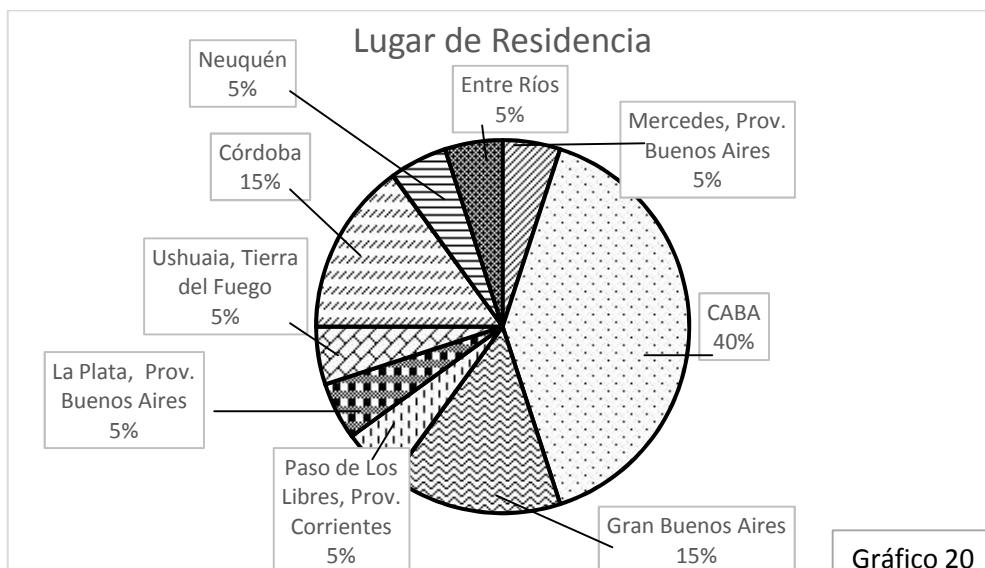
Seguidos en este caso, y de forma pareja, por el promedio que abarca entre 30 y 40 años, y entre 40 y 50 años.

Gráfico 19: Sexo



En cuanto al género, y como ya se expresó en la primera muestra, el sexo predominante de turistas y/o excursionistas que visitan la Quebrada de Humahuaca es el femenino.

Gráfico 20: Lugar de Residencia



Para esta muestra lo que se buscó fue que coincidiera el hecho de que todos los encuestados tuvieran una profesión relacionada con el sector turístico. Por esto mismo, es que se observará una menor variedad en cuanto al lugar de residencia del encuestado, en comparación con muestra anterior. Como se puede apreciar, el mayor porcentaje proviene de la Ciudad de Buenos Aires, ya que la mayoría de los encuestados tienen su residencia en este lugar.

Gráfico 21: Nivel de Educación

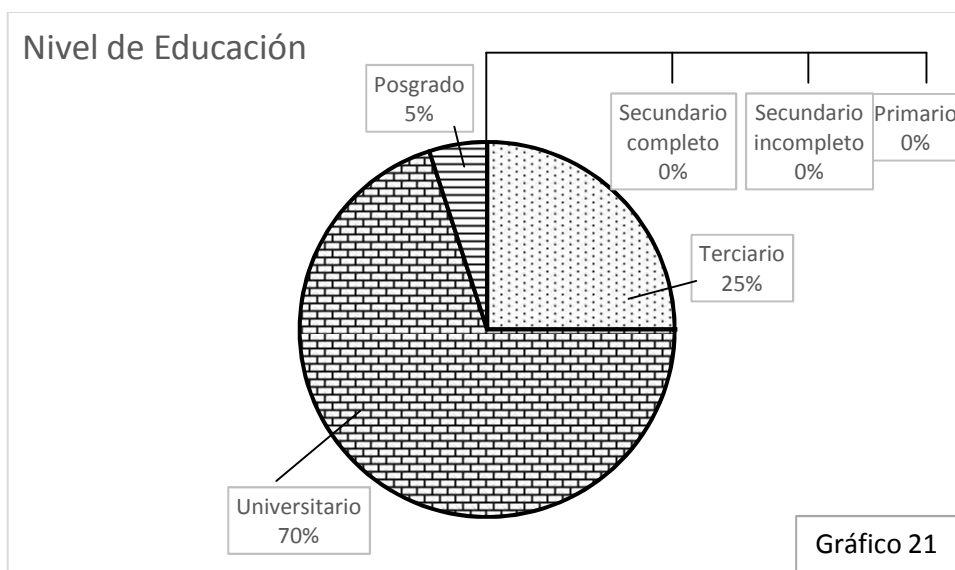
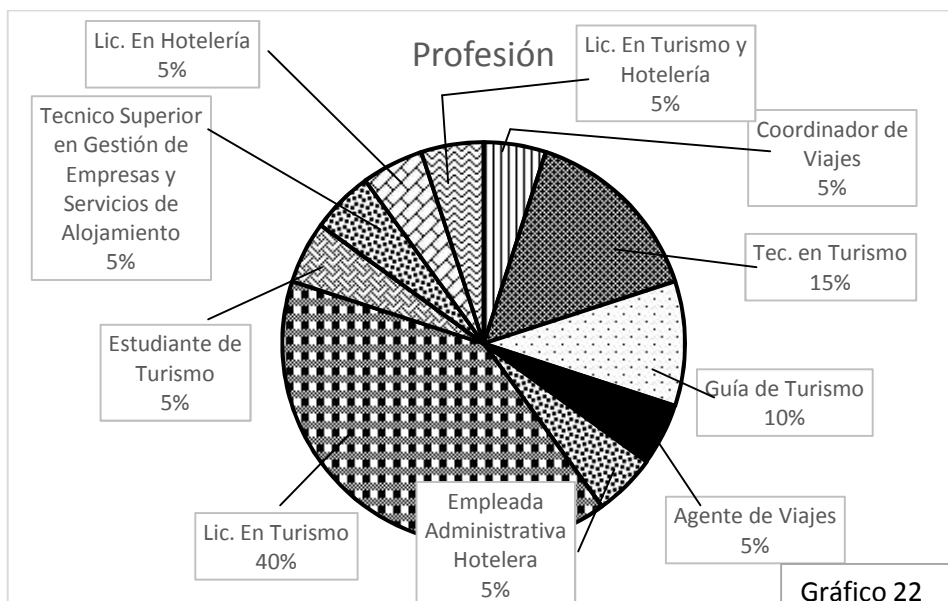


Gráfico 22: Profesión



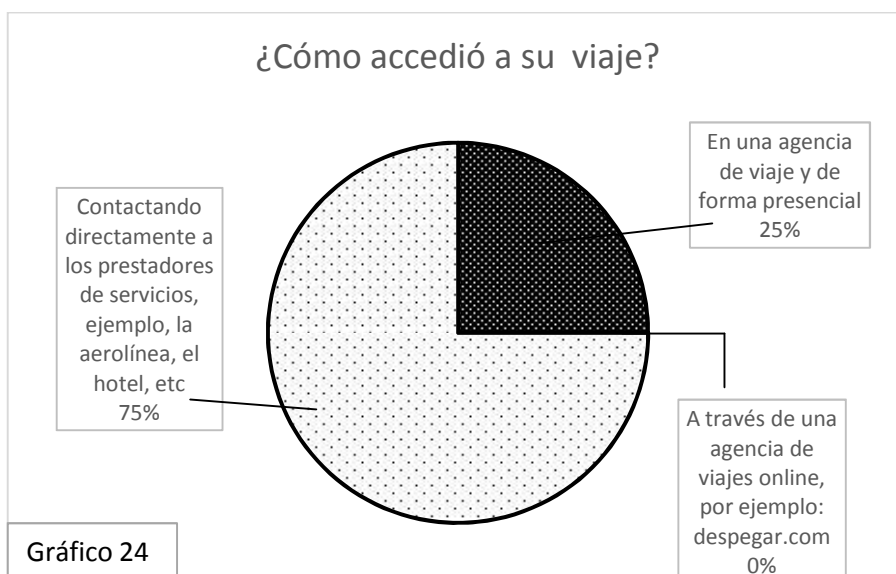
Al buscar que los encuestados tengan una profesión relacionada con el turismo, brindó como resultado que el nivel mínimo de educación de esta muestra fuera el terciario, en adelante, siendo la mayor cantidad de encuestados Licenciados en Turismo, seguidos por Técnicos en Turismo, Guías de Turismo, y finalmente, en igual medida, agentes de viaje, coordinadores de viaje, Licenciados en Hotelería, Técnico Superior en Gestión de Empresas y Servicios de Alojamiento, estudiantes de turismo, Licenciados en Turismo y Hotelería y empleados administrativos hoteleros. Al seleccionar la muestra, se buscó que dentro de las profesiones relacionadas con el sector turístico exista la mayor variedad posible.

Gráfico 23: ¿Cuándo visitó la Quebrada?



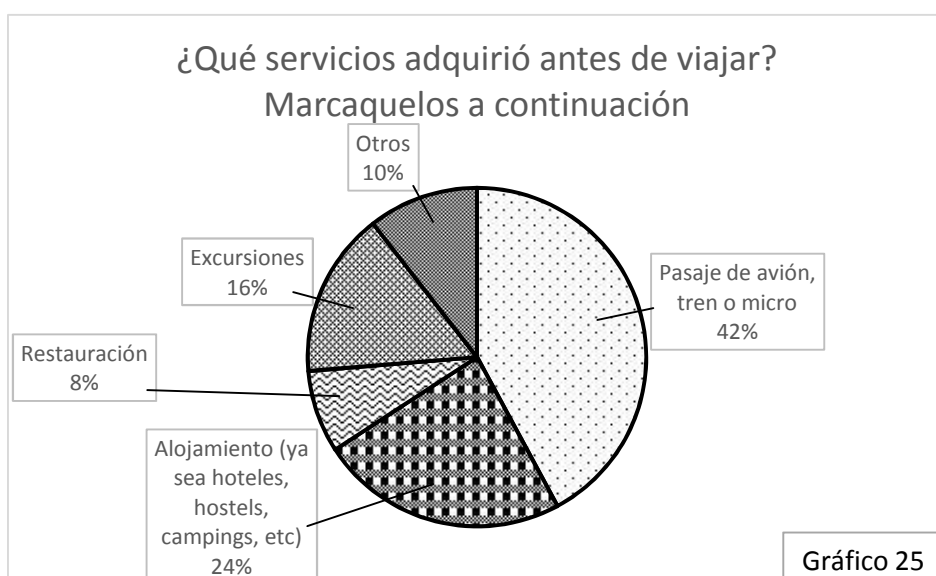
Aquí puede encontrarse de forma más distribuida la cantidad de turistas y/o visitantes que accedieron a la Quebrada. Igualmente, el máximo de turistas puede verse reflejado, al igual que en la primera muestra, a partir del año 2012. El hecho de que pueda verse más distribuida tiene que ver con que como esta muestra fue tomada (sobre profesionales relacionados con el sector turístico), seguramente los mismos tenían mayor conocimiento del destino antes del año 2012 con respecto al público en general.

Gráfico 24: ¿Cómo accedió a su viaje?



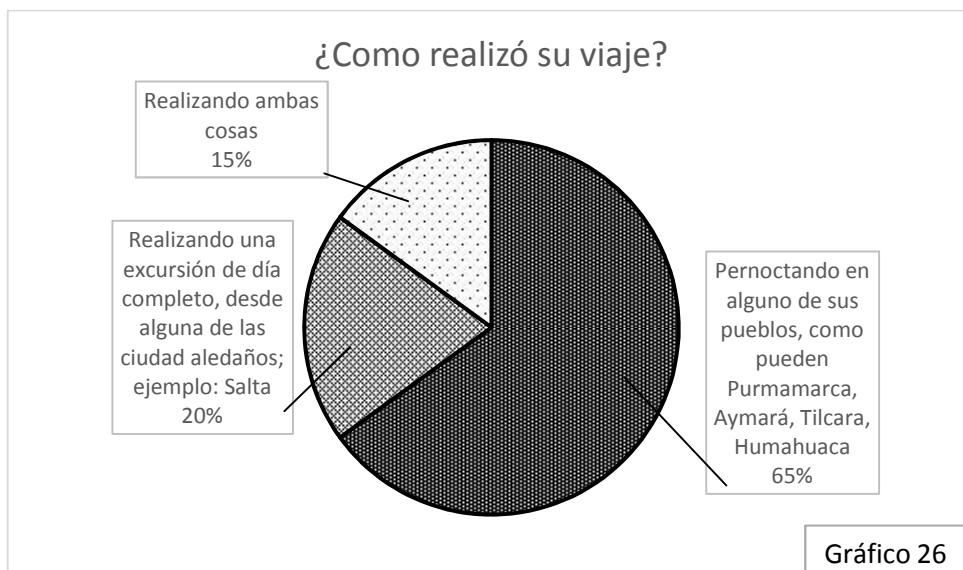
Al igual que como se ve reflejado en la muestra anterior, la mayor cantidad de encuestados, accedieron a la contratación de servicios de forma directa, siendo la tercera parte la que lo realizó a través de una agencia de viajes en forma presencial, y nulo el porcentaje de quienes compraron por una agencia virtual. Esto se puede dar a consecuencia de que quienes forman parte de la muestra son profesionales del sector turístico o relacionados a él, y al estar capacitados en el tema, realizan sus propios itinerarios y reservas.

Gráfico 25: ¿Qué servicios adquirió antes de viajar? Márquelos a continuación



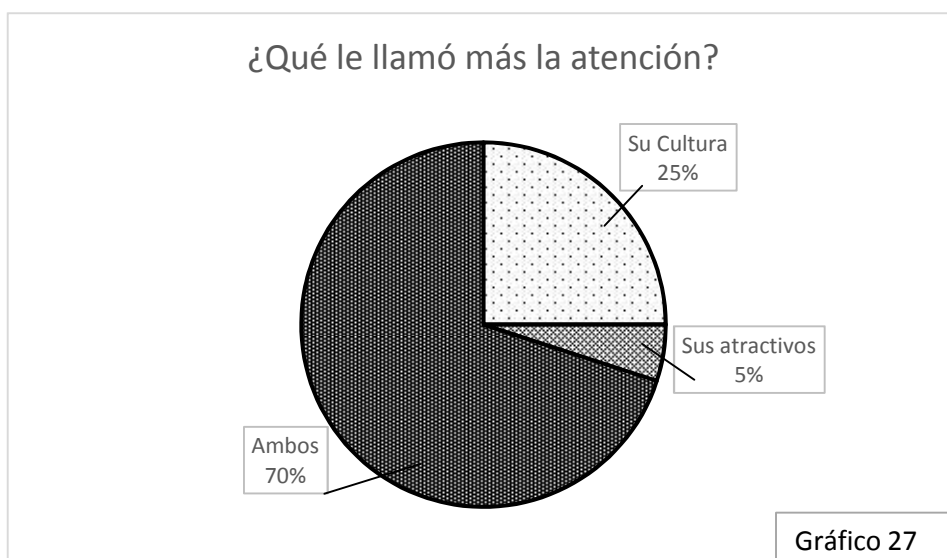
Cuando se les consultó por los servicios adquiridos, el mayor porcentaje coincidió con el pasaje. Siendo el alojamiento el segundo servicio, pero con casi la mitad de turistas y/o excursionistas. En tercer lugar, se puede visualizar las excursiones y seguido a este tema otros servicios, que pueden ser por ejemplo, alquiler de auto o asistencia al viajero, o aquellos que se pueda contratar con anterioridad.

Gráfico 26: ¿Como realizó su viaje?



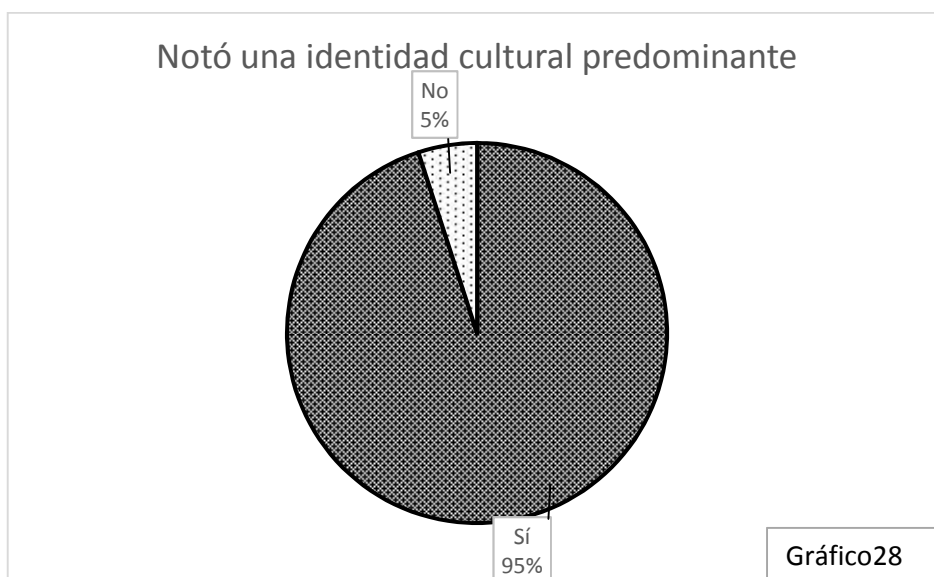
Al igual que en la primera muestra, los encuestados que pernoctaron en alguno de los pueblos superó en números al resto de las opciones; en este caso el porcentaje es mucho mayor, siguiendo en números por quienes realizaron una excursión de día completo, y finalizando con quienes realizaron ambos programas.

Gráfico 27: ¿Qué le llamó más la atención?



Como ya se ha mencionado en reiteradas ocasiones a lo largo de la investigación, la Quebrada de Humahuaca es Patrimonio Cultural y Paisajístico de la Humanidad (UNESCO). Más de la mitad de los encuestados contestaron que tanto sus atractivos turísticos como su cultura fueron lo que llamó su a la hora de visitar la Quebrada. Un 25% indicó que lo que más los atrajo fue su cultura, y un solo un 5 % mencionó a los atractivos como factor determinante en la elección del destino.

Gráfico 28: ¿Notó una identidad cultural predominante?



Un 5% de los encuestados contestó que no notó una identidad cultural predominante, lo cual preocupa ya que quienes forman parte de esta muestra son profesionales del sector, es decir, los mismos actores que tendrían un grado importante de responsabilidad con los destinos turísticos en cuanto a la protección del patrimonio material e inmaterial, siendo la identidad cultural parte del patrimonio inmaterial, el cual esta encuesta permitió inferir que suele ser un aspecto difícil de preservar.

Visitantes y anfitriones: ¿Vínculos de armonía o vínculos de conflicto?
La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el 'modus vivendi' de las comunidades locales.

Jezabel Espiño Ojeda

Gráfico 29: En caso de haber accedido, ¿Se le brindó información sobre cómo comportarte en destino, para no afectar la cultura local?

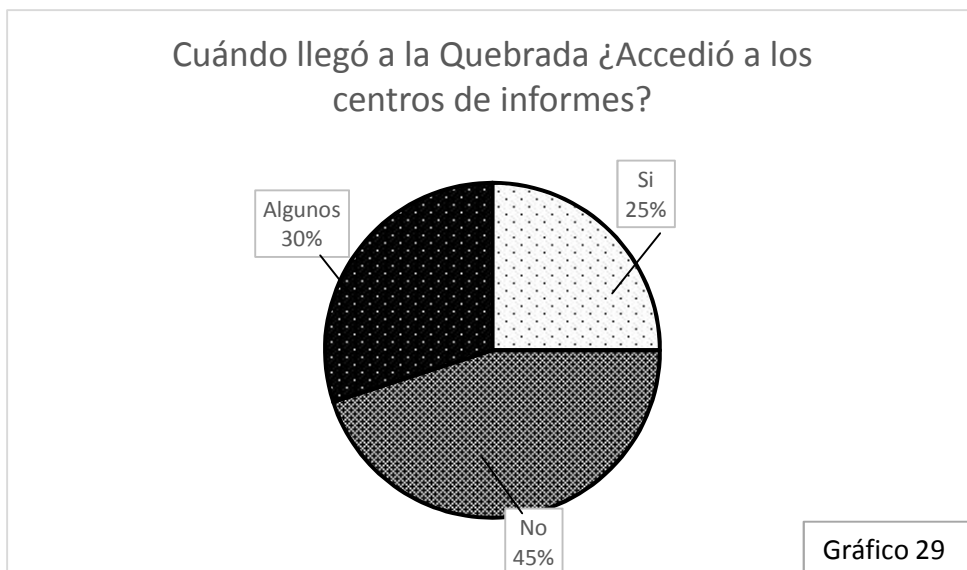
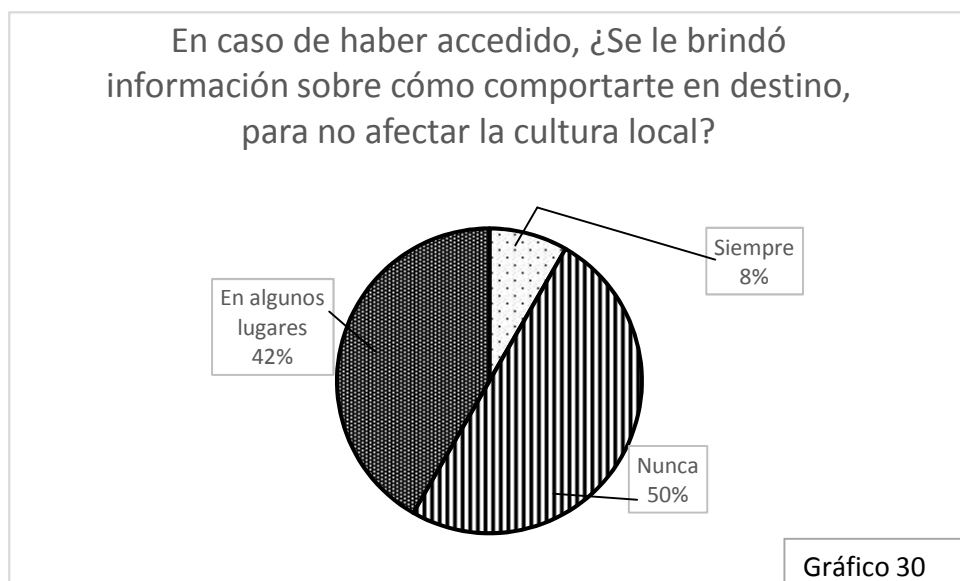


Gráfico 30: Cuándo llegó a la Quebrada ¿Accedió a los centros de informes?

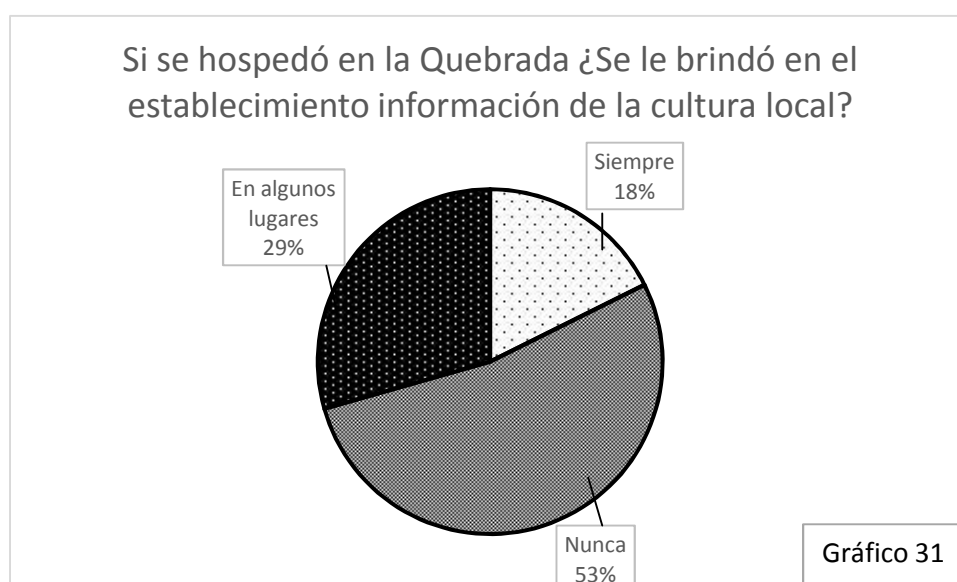


Si se analizan los últimos dos gráficos, se puede observar que sólo un 25% de los turistas acceden a todos los centros de informes, al igual que ocurría con la primera muestra, y un 30% accede sólo a algunos. A continuación, se les preguntó si se les había brindado información de cómo comportarse en el lugar, y sólo un 8% de los turistas recibió información en todos los centros, un 42% en algunos, y un 50% nunca. Si se toma en

cuenta que un 55% de los turistas acceden al menos a alguno de los centros de informes, de este 55%, sólo un 50% recibe aunque sea, en algunos de ellos, información de cómo comportarse. El resultado es que desde la visión de los profesionales relacionados con el sector turístico, apenas el 27,5% de los turistas que visitan la Quebrada reciben alguna información sobre las costumbres del lugar, mientras que el otro 72.5% se encuentran desinformados, al menos en lo que respecta a este prestador de servicios.

Sin embargo, si se analiza únicamente a los que siempre fueron informados, el resultado es inferior; se puede observar que exclusivamente un 25% de turistas accedió a los centros de informes, y un 8% de estos recibió siempre información de cómo comportarse, por lo cual, sólo el 2% de los turistas de esta muestra recibieron información de manera constante sobre cómo comportarse en este destino (tal fue mencionado con anterioridad, al menos por este prestador de servicio).

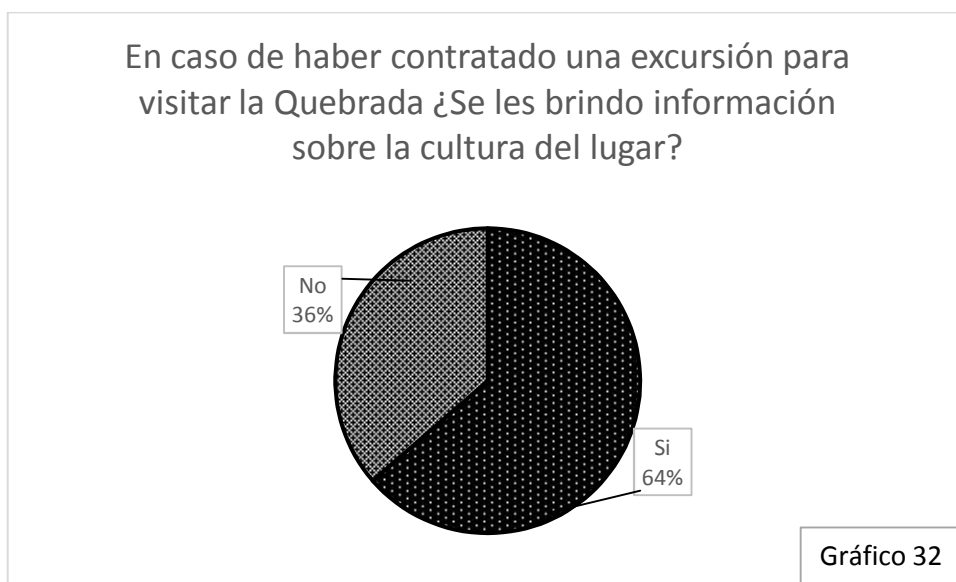
Gráfico 31: Si se hospedó en la Quebrada ¿Se le brindó en el establecimiento información de la cultura local?



Diferente a lo que se pudo observar en la primera muestra, en cuanto al alojamiento, son menos los prestadores de servicios que brindan información al turista. La mayoría (53%) menciona que nunca se les brindó información. Apenas a un 18% siempre se les habló sobre la cultura local, y

un 29%, aproximadamente el doble que la opción anterior, indicó que alguna vez se les brindó información.

Gráfico 32: En caso de haber contratado una excursión para visitar la Quebrada ¿Se les brinda información sobre la cultura del lugar?



Del 16% de las personas que contratan una excursión, ya sea para dirigirse o moverse dentro de la Quebrada, el 64% es informado sobre las características culturales del lugar. Por lo tanto, sólo el 10,24% de los turistas y/o excursionistas que visitan la Quebrada son informados por este prestador de servicios

Conclusiones generales de esta Muestra

Como ya se mencionó con anterioridad, la Quebrada de Humahuaca es un destino que no cuenta con una estacionalidad marcada. Además se encuentra impuesto como destino turístico tanto a nivel nacional como internacional.

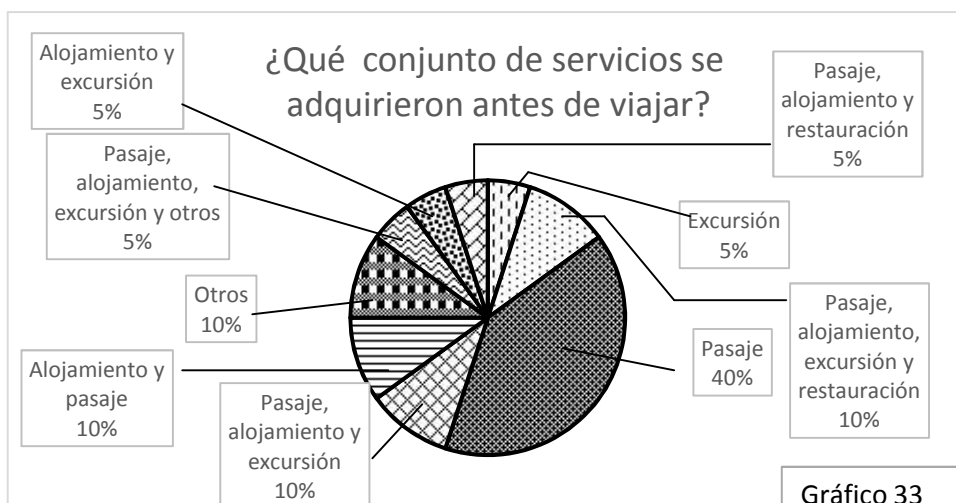
Para esta muestra, lo que se buscó fue determinar el punto de vista que los profesionales relacionados con el sector turístico tienen sobre el

lugar. A lo largo de este análisis, se observará que según los profesionales este tema está menos desarrollado que para el público en general.

Si se comienza observando la edad de los encuestados, se puede notar que a pesar de contar con una amplia variedad de grupos etarios, el mayor porcentaje lo determina la franja que abarca entre los 20 y 30 años (ver gráfico 18). En cuanto a las visitas, se puede observar que el mayor porcentaje se da a partir del año 2012 (ver gráfico 23); demostrando que el turismo sigue creciendo en el lugar de forma desmedida. Este hecho ya se mencionó en las conclusiones de la primera muestra y no deja de preocupar por las consecuencias negativas que puede traer aparejado.

Por otro lado se podrá ver un nuevo gráfico a continuación, en el que queda representado que la mayoría de los turistas y/o excursionistas encuestados adquirió el pasaje previamente a la realización del viaje. Siendo el servicio que se adquirió en menor medida con anticipación la restauración, algo lógico ya que se puede inferir del gráfico que la mayoría de los encuestados viajó sin un itinerario definido. Esto último se hace visible cuando se observa que más de la mitad compró solo el pasaje con anterioridad, resultando que un 24% adquirió el alojamiento, y un 16% las excursiones (ver gráfico 25).

Gráfico 33: ¿Qué conjunto de servicios se adquirieron antes de viajes?



El hecho de que los encuestados de esta muestra hayan improvisado más sobre el armado del viaje puede relacionarse con el perfil elegido. Igualmente, la falta de organización previa, puede llevar a resultados negativos, como la concentración de turistas y/o excursionistas en los pueblos más populares: Purmamarca, Tilcara y Humahuaca. Esto da como resultado algo que se planteó en las entrevistas acerca de la sobrepoblación de las mismas y la falta de desarrollo turístico en las demás localidades.

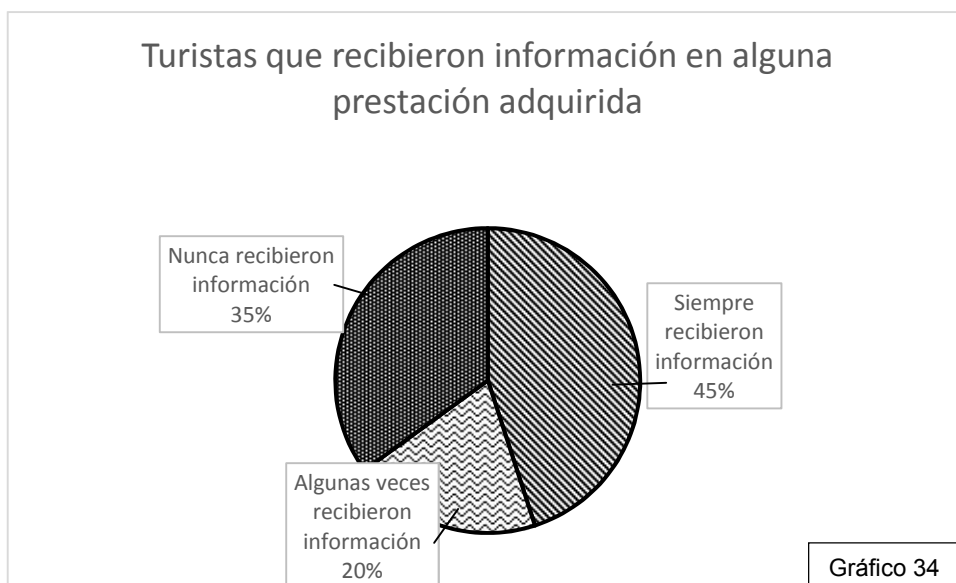
Otro hecho de relevancia que se puede relacionar con lo recién mencionado, es que más de la mitad de los turistas y/o excursionistas acceden a la compra de servicios de forma directa (ver gráfico 24). Esto se puede relacionar con el motivo de que son profesionales en el sector y cuentan con conocimientos sobre el destino y contactos, que les facilitan el acceso a los servicios. Además, aquellos que no cuentan con la facilidad de tener contactos, pueden averiguar por internet desde los celulares y las computadoras. Por lo tanto, la obtención de la información acerca del destino no representa una dificultad para esta muestra. Igualmente, no deja de ser un arma de doble filo, ya que al ser todos profesionales relacionados con el turismo, puede ser que parte de estos den por sentado cuestiones de ligadas a la cultura y de comportamiento en el lugar de forma errónea.

Por otro lado, aquellos que decidieron no armar sus propios itinerarios, accedieron a una agencia de viajes de forma presencial a contratar los servicios, siendo nulo el porcentaje de quienes lo realizaron a través de una agencia virtual. Una vez los turistas y/o excursionistas se encuentran en la Quebrada, solo el 25% accedió a los centros de informes del lugar, siendo un 30% el que fue a algunos y un 45% el que no accedió a ninguno (ver gráfico 29). Este es un dato relevante, ya que si se tiene en cuenta el perfil de la muestra, estos turistas y/o excursionistas se encuentran concientizados para el cuidado y preservación del patrimonio tangible e intangible. Sin embargo, casi la mitad de ellos no accedieron a los centros de informes, que como su nombre lo indica, tienen la función, entre otras cosas, de informar y concientizar sobre el cuidado del patrimonio.

En cuanto a la cultura del lugar, un 95% de los encuestados notó que había una cultura predominante y distinta a la propia. Pero sólo un 2% de los turistas y/o excursionistas recibieron información sobre la misma en centros de informes; un 18% recibió información en los alojamientos (ver gráfico 31) y un 64% en las excursiones (ver gráfico 32).

Como se podrá ver en el gráfico a continuación, **solo el 45% de los turistas y/o excursionistas de esta muestra recibieron durante todo su viaje información sobre la cultura del lugar.**

Gráfico 34: Turistas que recibieron información en alguna prestación adquirida



Otro dato relevante que se desprende de las encuestas, es que cuando se les preguntó a los encuestados que le llamó más la atención (si la cultura, sus atractivos, o ambos), solo el 70% indicó que ambos. Mientras que un 25% indicó que sólo su cultura, y un 5% sus atractivos. Si se tiene en cuenta, como se mencionó en la muestra anterior, que en este destino turístico, no se puede desligar la cultura de los atractivos, ya que una es consecuencia de la otra, que el 30% de los encuestados sólo resalte una de las dos es un hecho que llama la atención, sin dejar de lado que un 5% no notó que hubiese una cultura predominante.

Para finalizar este análisis se hará mención de los comentarios aportados en las encuestas. Una de las cuestiones que se puede resaltar, es que fueron varios de los encuestados quienes tuvieron contacto con los residentes; ellos mismos fueron quienes les relataron acerca de sus costumbres. Un ejemplo claro se puede ver en la encuesta 16 (ver Anexo), cuando se menciona que viajaron para la fiesta de la Pachamama, y fueron los propios residentes quienes les explicaron sobre el significado de esta festividad en su vida cotidiana.

Entre otros comentarios, se pueden encontrar dos experiencias distintas con resultados distintos también. En la encuesta 91 (ver Anexo), se comenta que accedieron a la Quebrada con un guía local, el cual les habló bastante de lugar, de su importancia y de cómo preservarlo. Por otro lado, en la encuesta 97 (ver Anexo) se mencionó que accedieron a la Quebrada con un guía desde su lugar de origen, y que la información que obtuvieron sobre la provincia de Jujuy fue muy pobre, aprovechando los momentos libres para recorrer lo que pudieron gracias a los comentarios de otros turistas. Como ya se mencionó, fueron dos experiencias distintas, en una el turista y/o excursionista recibió información sobre las características del destino y acerca del cuidado y preservación del lugar, mientras que en la otra fue el propio turista quien tuvo que salir a buscar información, la cual fue brindada por otras personas que también se encontraban de viaje, y no a través de los prestadores de servicios.

Visitantes y anfitriones: ¿Vínculos de armonía o vínculos de conflicto?
 La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el '*modus vivendi*' de las comunidades locales.

Jezabel Espiño Ojeda

□ Cuadro Comparativo 3: de la Muestra 1 "Turistas en general" y Muestra 2 "Profesionales relacionados con el sector turístico"

	Muestra 1 "Turistas en general"	Muestra 2 "Profesionales relacionados con el sector turístico"
Edad Promedio de los visitantes	En su mayoría entre 20 y 30 años	En su mayoría entre 20 y 30 años
Sexo	En su mayoría Femenino	En su mayoría Femenino
Lugar de residencia	La mayoría provenientes de CABA, Gran Buenos Aires y La Plata	La mayoría provenientes de CABA
Nivel de Educación	Secundario completo, Terciario y Universitario	Terciario, Universitario y Posgrado
Profesión	Variadas	Relacionadas exclusivamente con el sector turístico
Año en el que visitaron la Quebrada	En su mayoría a partir del 2012	En su mayoría a partir del 2012
Forma en la que accedieron al viaje	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 65% contactando de forma directa ✓ 30% en agencias de viajes de forma presencial ✓ 5% en agencias de viajes virtuales 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 75% contactando de forma directa ✓ 25% en agencias de viajes de forma presencial ✓ Nulo en agencias de viajes virtuales
Que grupos de servicios se adquirieron antes de viajar	La mayoría compraron el pasaje, el alojamiento y las excursiones con anterioridad (39%)	La mayoría solo compró el pasaje solamente (40%)
Como realizaron el viaje	En su mayoría pernoctando en el destino, seguido por quienes fueron en excursiones Full Day desde otros destinos y por último por quienes realizaron ambas cosas	En su mayoría pernoctando en el destino, seguido por quienes fueron en excursiones Full Day desde otros destinos y por último por quienes realizaron ambas cosas

Que les llamó más atención	En su mayoría indicaron que les llamó más la atención tanto la cultura como los atractivos, pero un porcentaje muy chico solo la cultura y otro los atractivos	En su mayoría indicaron que les llamó más la atención tanto la cultura como los atractivos, seguido en un porcentaje menor la cultura y otro más chico solo los atractivos.
Percibieron una identidad cultural predominantes	El 100% de los encuestados contestó que si	El 95% de los encuestados contestó que sí, siendo solo un 5% el que dijo que no
Accedieron a los centros de informes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 40 % nunca ✓ 35% algunas veces ✓ 25% siempre 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 45% nunca ✓ 30% algunas veces ✓ 25% siempre
Si accedieron, recibieron información de la cultura local	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 50% algunas veces ✓ 29% nunca ✓ 21% siempre 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 50% nunca ✓ 42% algunas veces ✓ 8% siempre
En caso de alojarse se brindó información de la cultura local	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 59% algunos lugares ✓ 29% nunca ✓ 12% siempre 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 53% nunca ✓ 29% algunas veces ✓ 18% siempre
Si contrató alguna excursión se brindó información de la cultura local	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 60% si ✓ 40% no 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 64% si ✓ 36% no
Recibieron información de la Cultura en alguna de las prestaciones adquiridas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 55% siempre ✓ 30% algunas veces ✓ 15% nunca 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 45% siempre ✓ 35% nunca ✓ 20% algunas veces

Conclusión del cuadro

Lo que se puede ver representado en el cuadro es que a pesar de que las muestras tienen un perfil distinto, ambas tienen muchos puntos en común. Entre los que se pueden encontrar:

- La misma edad promedio de turistas y/o excursionistas. Esto puede relacionarse con el hecho de que la Quebrada además de ser un destino de moda, también es un destino accesible económicamente. Por ejemplo una noche de alojamiento en habitación doble con baño compartido ARS 742.- por habitación y por persona a en habitación -compartida \$220.-³⁴ con desayuno incluido.
- Que ambas muestras tengan mayor cantidad de visitas a partir de año 2012. Consecuencia, que desde hace años el lugar está instaurado como un destino de moda y a consecuencia de la falta de planificación, no se realizan los estudios de capacidad de carga correspondientes.
- La mayor cantidad de gente contrató los servicios directamente. Hecho que ya se mencionó con anterioridad y puede estar relacionado, con el motivo de que esta es una "sociedad conectada", cuenta con servicio de internet de forma permanente en sus celulares y computadores. Allí obtienen

³⁴ Tilcara Hostel – Fuente: Booking: https://www.booking.com/hotel/ar/tilcara-hostel.es.html?aid=7344073;label=metatripad-link-dmetaar-hotel-1356376_xqdz-ad59d0c28d583bcf74b57f803a269680_los-01_bw-026_dom-comar_curr-ARS_gst-02_nrm-01_clkid-W1AAMgokHWMAAWJuLbQAAAAS_aud-13785_mbl-L_pd-B_sc-2_defdate-0;sid=c33c9450d7bc458416dca48f02773a27;all_sr_blocks=135637611_103203602_2_1_0;checkin=2018-08-14;checkout=2018-08-15;dest_id=-1016953;dest_type=city;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=1;highlighted_blocks=135637611_103203602_2_1_0;hpos=1;no_rooms=1;room1=A%2CA;sb_price_type=total;sreepoch=1531969593;srfid=5e881dd13a4f3dc2be621d7cbc73590c4a47669aX1;srpvid=cec815dc53b5012d;type=total;uufs=1&

Última actualización 19 de julio de 2018

información y contacto directo con los prestadores de servicio de forma rápida, cómoda y económica.

- La mayoría de los encuestados realizaron su viaje pernoctando en algunos de los pueblos. Esto debe ser consecuencia de querer experimentar la vida y asombrarse minuto a minuto, de los paisajes de esta cultura única y diferente. Pero esto, puede relacionarse también, con el concepto de puesta de escena y backstage de un destino turístico.

Porque hay dos formas bien delimitadas de realizar el viaje para conocer este lugar. El que es realizado por los turistas que pernoctan en el lugar y el de los excursionistas, que son aquellos que toman con base una ciudad cercana. En su mayoría Salta capital, y que visitan la Quebrada en una excursión de día completo.

Los que pernoctan en la Quebrada, tienen la creencia de que viven el backstage, la vida diaria del residente. Que realiza sus caminos y sus mismas actividades diarias. Está seguro que quien viaja a la Quebrada en una excursión de día completo solo ve la puesta en escena. Por ejemplo la feria de Purmamarca donde compra los productos regionales, visita el Pucará y almuerza en Humahuaca.

Ahora que pasa con quien por más que pernocte en las localidades no sale de los hoteles, hostels y peñas de Purmamarca, Tilcara y Humahuaca. Existe la gran posibilidad de que también vivan una puesta de escena, sobre todo cuando los residentes, por diferentes causas, son desplazados a localidades aledañas.

- Cuando se les preguntó a los encuestados que les llamo más la atención, si la cultura o el paisaje, en su mayoría indicaron que ambos. Esto también se encuentra relacionado al hecho de que la mayoría de los encuestados notó que en la Quebrada había una identidad cultural predominante.
- Casi la mitad de los encuestados de ambas muestras no accedieron a los centros de informes y los que accedieron no siempre recibieron información sobre comportamientos adecuados frente a esta cultura nueva

y diferente para los turistas y/o excursionistas. Además fueron muy pocos los alojamientos que siempre brindaron información sobre este tema. Siendo el servicio de excursiones el que más habló con los turistas y/o excursionistas sobre el cuidado y preservación de la cultura local.

Como se pudo ver en el desarrollo de este análisis, por más que se trabajaron diferentes muestras, son muchas las similitudes que se pueden encontrar.

La falta de planificación para el cuidado del patrimonio de la Quebrada, llevan a que la misma vaya perdiendo por un lado, parte de su paisaje urbanístico y por el otro su identidad cultural. Que si bien sigue siendo dominante, todo el tiempo choca con culturas diferentes que a mediano o largo plazo van produciendo cambios en el lugar.

Visitantes y anfitriones: ¿Vínculos de armonía o vínculos de conflicto?
La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el '*modus vivendi*' de las
comunidades locales.

Jezabel Espiño Ojeda

PARTE IV:

Propuestas para la conservación del '*modus vivendi*' local

PARTE IV: PROPUESTAS PARA LA CONSERVACIÓN DEL '*MODUS VIVENDI*' LOCAL

Para la realización de las propuestas, se investigó previamente las leyes, normas y decretos existentes en la provincia de Jujuy, además de los organismos públicos y privados de aplicación. Teniendo esto en cuenta, se desarrollaron una serie de propuestas, que están continuadas por un plan de acción, con el fin de regular las relaciones entre anfitriones e invitados a través de una visión sustentable.

A continuación se podrá leer un detalle de las mismas:

- Creación de un folleto con recomendaciones para enviar a los turistas y/o excursionistas que accedan a la compra de servicios turísticos en la Quebrada con anterioridad. En el mismo, se deberán indicar normas de comportamiento y un detalle de usos y costumbres del lugar, resaltando que el mismo es Patrimonio Cultural y Paisajístico de la UNESCO. El objetivo de este folleto es crear conciencia de lo éticamente aceptable frente a la ideología cultural de esta comunidad.
- A través del Consejo Provincial de Turismo, presentar un anteproyecto, que permita dictar una disposición legal que obligue a los diferentes prestadores de servicios (centros de informes, restaurantes, hoteles, entre otros), a proveer a los turistas y/o excursionistas folletería y charlas con recomendaciones de comportamiento y detalles de usos y costumbres del lugar. El objetivo de este punto es acaparar a aquellos visitantes que no contrataron los servicios con anterioridad y, de igual forma, crear conciencia de lo éticamente aceptable para esta cultura.
- Al igual que los prestadores de servicios del lugar, por disposición legal, los micros que accedan a la Quebrada deberán entregar folletería con recomendaciones de comportamiento y detalle de usos y costumbres del lugar. De esta manera continua vigente el objetivo de crear conciencia como se mencionó en las propuestas anteriores.

- A través del Consejo Provincial de Turismo, presentar un anteproyecto, que permita dictar una disposición legal para que los prestadores de servicios en excursiones que accedan a la Quebrada de Humahuaca (micros, coordinadores, guías, entre otros), deban contar con un permiso que les permita trabajar en el lugar. El mismo será conseguido luego de una capacitación brindada por el CAPTUR³⁵ sobre el cuidado paisajístico y cultural de la Quebrada. Este permiso deberá ser solicitado por cualquier autoridad competente una vez que se requiera cruzar la localidad de Volcán, puerta de entrada a la Quebrada. El permiso deberá ser renovado cada dos (2) años.

- A través del Consejo Provincial de Turismo, presentar un anteproyecto, que permita dictar una ordenanza municipal para que los excursionistas que llegan a la Quebrada deban abonar una tasa turística que servirá para invertir en el desarrollo turístico local. Sobre todo en capacitaciones e inversiones en el cuidado y preservación del patrimonio natural y cultural del destino (señalización, arreglo de los caminos, restauración del patrimonio, entre otros).

- A través del Consejo Provincial de Turismo, presentar un anteproyecto, que permita dictar una disposición legal, que obligue a contar con un mínimo de empleados que sean residentes locales dentro de los establecimientos que desarrollen actividades turísticas. Teniendo en cuenta que la provincia de Jujuy cuenta con 65% de pobreza, la generación de nuevas fuentes de trabajo hará que por más que las inversiones en el mercado inmobiliario seas realizadas por personas y/o empresas ajenas al lugar, los mismos se vean obligados a compartir los beneficios económicos obtenidos del desarrollo turístico con la comunidad local. La generación de empleos y la disminución de pobreza llevará aparejado el movimiento económico de la provincia.

³⁵ Programa Provincial de Capacitación en Turismo de Jujuy

- Realizar estudios de capacidad de carga anuales a través de la Secretaría de Turismo de Jujuy. Los mismos permitirán identificar cual es el máximo de turistas aceptables para el destino, sin crear una daño irreversible en el espacio físico y a la comunidad local. Con los resultados obtenidos, se creará un plan para limitar o aumentar el acceso de turistas en la Quebrada. Además se debe aprovechar este estudio de capacidad de carga para limitar el comercio inmobiliario.
- Crear talleres de capacitación para los residentes locales, los cuales deben ser realizados tanto por organismos públicos, como privados y mixtos. Los talleres serán brindados tanto de forma presencial como virtual, para brindarle a la comunidad local todas las facilidades posibles para su realización. Serán de carácter gratuitos y tendrán una duración de seis (6) meses, con dos (2) encuentros por mes. El objetivo es brindar mejores servicios a los turistas y/o excursionistas, manteniendo la visión de preservar estándares de calidad basados en la identidad cultural y protección del paisaje. Además, el residente que realice estos talleres, obtendrá conocimientos que le permitirá cubrir puestos de trabajo, que hasta el momento son ocupados en su mayoría por los turistas por amenidades.

Plan de acción

Tabla 2: Plan de acción

¿Qué hacer?	¿Por qué hacerlo?	¿Para qué hacerlo?	¿Quién debe hacerlo?	¿Cómo hacerlo?	¿Cuándo hacerlo?	¿Para Quién hacerlo?	¿Qué tiempo se estima para su realización?
Realización de estudios de capacidad de carga	Porque permite prevenir daños irreversibles en el en destino.	Para realizar políticas de estado sustentables, que permitan preservar el destino para comunidades futuras	La Secretaría de Turismo de Jujuy	La ley provincial de Jujuy: N°5198 “Marco para la actividad turística” en su artículo 6 menciona que el turismo debe desarrollarse en un marco de sustentabilidad. Tomando esto como referencia, la Secretaría puede desarrollar un	En temporada alta (noviembre a marzo) ya que es cuando se recibe el mayor porcentaje de turistas y/o excursionistas.	Para la propia Secretaría de Turismo, que es el ente que debe regular la actividad en un contexto de sustentabilidad	5 meses

				plan que le permita hacer estudios de capacidad de car anual.			
Crear talleres de capacitación para residentes locales	Porque se necesita preservar estándares de calidad basados en la identidad cultural y protección del paisaje	Para que los residentes puedan trabajar en las diferentes prestadores. Eliminando a través de la capacitación, la imposibilidad de acceder a algunos puestos de trabajos.	Organismos públicos, privados y mixtos	Se dictarán 2 veces al mes durante 6 meses talleres presenciales y online de carácter gratuito. Donde, además de brindarle a la comunidad local herramientas para el trato con los visitantes, se les otorgará un espacio de reflexión y encuentro con	Durante la temporada baja en las diferentes localidades de la Quebrada. Sobre todo, en aquellas no tan turísticas, que es donde se puede encontrar a la comunidad local. Además se realizará una plataforma virtual, para aquellos residentes que por diferentes	Para los residentes locales	6 meses entre abril y octubre

				su identidad.	motivos no puedan presenciar los talleres.		
Dictar una ordenanza municipal para que los excursionistas que llegan a la Quebrada, tengan que pagar una tasa turística	Porque permitirá fomentar la contratación de prestadores de servicios en la Quebrada	Para recaudar dinero que sea reinvertido en el cuidado del destino (señalización, restauración del patrimonio y de los caminos, entre otros) y capacitación permanente de sus anfitriones y visitantes.	Municipio de Humahuaca	A través del presupuesto anual	Se presentará en la reunión más próxima y se estudiará con especialistas pertinentes.	Para el beneficio de la actividad turística; ya que se reinvertirá en capacitaciones, cuidado y preservación del patrimonio natural y cultural	6 meses
Dictar una disposición legal que obligue a los establecimientos que realicen actividades	Porque permitirá incrementar la oferta laboral para el residente.	Para que los residentes puedan tener mayor beneficio de parte de la	Armada por El COPROTUR (Consejo Provincial de Turismo) y	A través de la presentación de un anteproyecto de ley.	Se presentará en la reunión más próxima y se estudiará con los especialistas	Para la comunidad local	6 meses

<p>turísticas a contar con un porcentaje mínimo de empleados que sean residentes locales</p>	<p>Aumentando los ingresos del mismo, dando como resultado la disminución de la pobreza</p>	<p>actividad turística. D Disminuyendo de esta forma, parte del impacto negativo que perciben</p>	<p>dictada por la Legislatura de Jujuy</p>		<p>pertinentes.</p>		
<p>Folletería con recomendaciones y detalles de usos y costumbres, para visitantes que compren servicios turísticos previos al viaje</p>	<p>Porque facilita un intercambio cultural favorable tanto para anfitriones, como para visitantes</p>	<p>Para que los visitantes, previo a su viaje, sepan sobre los usos y costumbres locales. Teniendo de esta forma conciencia de lo éticamente aceptable para esta cultura</p>	<p>La Secretaría de Turismo de Jujuy a través del CAPTUR (Capacitación Turismo Jujuy)</p>	<p>A través de la recaudación de información en las diferentes localidades de la Quebrada. Sobre todo, en aquellas no tan turísticas, que es donde se puede encontrar a la comunidad local.</p>	<p>En diferentes talleres de capacitación turística. Donde además de brindarle a la comunidad local herramientas para el trato con los visitantes, se les brindará un espacio de reflexión y encuentro con su identidad</p>	<p>Para los turistas que adquieran servicios con anterioridad al viaje.</p>	<p>Seis meses para la recolección de la información. Teniendo en cuenta que se realizarán 2 talleres por mes, de forma presenciales y online, con carácter gratuitos para capacitar y escuchar a la comunidad local</p> <p>3 meses más para la diagramación y distribución de la</p>

					cultural.		folletería
Folletería con recomendaciones y detalles de usos y costumbres, para visitantes que contraten sus servicios turísticos directamente en destino	Porque facilita un intercambio cultural favorable tanto para anfitriones, como para visitantes	Para que los visitantes se interioricen sobre los usos y costumbres locales. Teniendo de esta forma conciencia de lo éticamente aceptable para esta cultura	La Secretaría de Turismo de Jujuy a través del CAPTUR	A través de la recaudación de información en las diferentes localidades de la Quebrada. Sobre todo, en aquellas no tan turísticas, que es donde se puede encontrar a la comunidad local.	En diferentes talleres de capacitación turística. Donde además de brindarle a la comunidad local herramientas para el trato con los visitantes, se les brindará un espacio de reflexión y encuentro con su identidad.	Para los turistas que adquieren servicios turísticos durante el viaje.	Seis meses para la recolección de la información. Teniendo en cuenta que se realizarán 2 talleres por mes, de forma presenciales y online, con carácter gratuitos para capacitar y escuchar a la comunidad local 3 meses más para la diagramación y distribución de la folletería
Folletería con recomendaciones y detalles de usos y costumbres, para entregar en los	Porque facilita un intercambio cultural favorable tanto para	Para que los visitantes, antes de descender en destino, se interioricen	La Secretaría de Turismo de Jujuy a través del CAPTUR	A través de la recaudación de información en las diferentes localidades de la Quebrada.	En diferentes talleres de capacitación turística. Donde además de	Para los turistas que lleguen a la Quebrada en micro.	Seis meses para la recolección de la información. Teniendo en cuenta que se realizarán 2

<p>micros que accedan con visitantes a la Quebradas</p>	<p>anfitriones, como para visitantes</p>	<p>sobre los usos y costumbres locales. Teniendo de esta forma conciencia de lo éticamente aceptable para esta cultura</p>		<p>Sobre todo, en aquellas no tan turísticas, que es donde se puede encontrar a la comunidad local.</p>	<p>brindarle a la comunidad local herramientas para el trato con los visitantes, se les brindará un espacio de reflexión y encuentro con su identidad.</p>		<p>talleres por mes, de forma presenciales y online, con carácter gratuitos para capacitar y escuchar a la comunidad local</p> <p>3 meses más para la diagramación y distribución de la folletería</p>
<p>Crear y Dictar una disposición legal, que obligue a los prestadores de servicios en excursión a la Quebrada (guías, coordinadores, conductores, entre otros), a capacitarse sobre los usos y costumbres</p>	<p>Porque de esta forma se evitará el choque cultural, ya que capacitando y sensibilizando al prestador de servicios, este a su vez, retransmitirá</p>	<p>Para que sean los prestadores de servicios, los primeros en dar el ejemplo de cómo comportarse y de esta forma retransmitir la información a los visitantes; y de ser</p>	<p>Creada por la Secretaría de Turismo de Jujuy a través del CAPTUR Dictada por la Legislatura de Jujuy</p>	<p>Creación: La Secretaría de Turismo deberá en conjunto con abogados, antropólogos y estudiosos de la cultura, el turismo y las comunidades anfitrionas, recaudar</p>	<p>Durante el periodo de dictado de los taller de capacitación para los residentes (abril a octubre)</p>	<p>Para los prestadores de servicios que visitan la Quebrada en tours y/o excursiones</p>	<p>1 año</p> <p>Se tomará el período de abril a octubre, para que a la par de los talleres de capacitación se recaude la información pertinente y luego se formule un proyecto de ley. El mismo, será</p>

<p>locales</p>	<p>la información a los visitantes.</p>	<p>necesario llamarles la atención frente a un comportamiento indebido.</p>		<p>información que les permita redactar la disposición a crear. Dictado: La Legislatura de Jujuy será quien una vez que reciba la propuesta, deba estudiarla y dictarla</p>			<p>presentado como iniciativa popular en la Mesa de Entradas del Poder Legislativo de la Provincia de Jujuy; quien tendrá 48 hs para que la comisión de labor parlamentaria resuelva la admisión del proyecto. Una vez admitido, la presidencia de la Cámara de Diputados ordenará su inclusión en los Asuntos Entrados.³⁶ Una vez allí, los diputados cuenta</p>
-----------------------	---	---	--	---	--	--	--

³⁶ Ley Provincial N° 4926 "De Reglamentación de Iniciativa Popular" <http://boletinoficial.jujuy.gob.ar/?p=56585>

							con 72 hs. hábiles para formular observaciones, que serán enviadas al presidencia, quién cuenta con 3 días hábiles para resolverlos y que luego sea tratado en las sesiones correspondientes. ³⁷
--	--	--	--	--	--	--	---

³⁷ Reglamento de la Legislatura de Jujuy http://www.legislaturajujuy.gov.ar/docs/reglamento_de_la_legislatura_2016.pdf

Visitantes y anfitriones. *¿Vínculos de armonía o vínculos de conflicto?*. La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el '*modus vivendi*' de las comunidades locales.

Jezabel Espiño Ojeda

REFLEXIONES FINALES

REFLEXIONES FINALES

Antes de dar inicio a las reflexiones finales, es meritorio mencionar, que el presente trabajo de investigación abre las puertas para otras líneas de investigaciones futuras.

“La cultura es lo único que puede salvar un pueblo, lo único, porque la cultura permite ver la miseria y combatirla. La cultura permite distinguir lo que hay que cambiar y lo que se debe dejar, como la bondad de la gente, el compartir una empanada, un vino...”

Mercedes Sosa

Cantautora de música folclórica argentina

Esta reflexión lleva a pensar que estudiando a la comunidad anfitriona como una unidad dentro del sistema, permite evaluar sus beneficios y perjuicios frente al desarrollo turístico y como los mismos afectan al desarrollo cultural. También se retoma la mención de que *“la cultura permite distinguir lo que hay que cambiar y lo que se debe dejar”*, ya que cuidar y preservar la cultura local, no es sinónimo de que la misma va a quedar eternamente anclada en el tiempo, sino que serán los propios habitantes del lugar quienes decidan cuando, en qué y por qué desean incorporar nuevos elementos que consideren beneficiosos, a su identidad cultural.

Para continuar con el desarrollo de las conclusiones, se retomarán las preguntas de investigación que se plantearon al comienzo de este trabajo: ¿Los visitantes tienen conciencia turística de los efectos que producen en la Quebrada? ¿Al visitante le interesa la autenticidad cultural o sólo es un deseo? ¿Los anfitriones cuentan con las herramientas necesarias para anteponer sus costumbres a las de los visitantes? ¿La Secretaría de Turismo de Jujuy desarrolla programas de sustentabilidad que permitan salvaguardar la cultura local? ¿Las ganancias obtenidas por

el turismo desde la declaración de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad, permitieron reducir la pobreza de la provincia? De aquí en adelante, se podrá leer una serie de reflexiones que buscarán dar respuesta a estas preguntas a través de la investigación realizada.

La primera de ellas fue si los visitantes son conscientes de los efectos que producen en la Quebrada. Para responder a esta pregunta, es importante preguntarse primero, si son conscientes de la fragilidad del lugar visitado; y cuando se habla de fragilidad, es porque los destinos turísticos, al menos en la práctica, tienen libre acceso y no cuentan con un control correspondiente para salvaguardarlos. Por ejemplo, se podría preguntar si los visitantes son conscientes de la erosión producida por la libre circulación en atractivos como el cerro de los siete colores. Si bien no puede responderse esto a ciencia cierta, si se puede decir que a través de la realización de las encuestas se infirió que aproximadamente la mitad de las personas que visitan la Quebrada de Humahuaca, acceden a alguno de los centros de informes y a su vez la mitad de los mismos aproximadamente recibió información.

Por lo cual, la mitad de los turistas y/o excursionistas que llegan a este destino, no son conscientes de los efectos que pueden producir tanto en el patrimonio material, como en el inmaterial. Esto, sumado a la falta de capacitación del residente (lo que se desarrollará un poco más adelante), no aportan al desarrollo de un turismo sustentable para la Quebrada. Sin dejar de mencionar, que a un porcentaje de los encuestados no les llamó la atención la identidad cultural del lugar, dado por sentado que no se le otorgó la debida atención para amortiguar el choque cultural.

El choque cultural es el impacto que se genera sobre la cultura y esto lleva aparejado beneficios y perjuicios en las comunidades receptora. Por un lado, los residentes mantienen sus rasgos culturales como elementos identitarios, de valor histórico, siendo esto reconocido por el interés que los

visitantes de todas partes del mundo tienen para conocerlos convirtiéndolo en su atractivo principal.

Por otro lado, muchos de los visitantes que llegan al lugar, a consecuencia del desconocimiento sobre esta cultura, no cuentan con las herramientas necesarias para limitarse a los usos y costumbres locales, e implementan los propios. Esto genera una intervención, sin ser conscientes de que la comunidad local choca de forma constante con culturas diferentes. Dijo Humberto Eco "*cada cultura absorbe elementos de las culturas cercanas y lejanas, pero luego se caracteriza por la forma en que incorpora esos elementos*". El choque cultural constante que reciben los residentes de la Quebrada lleva a que absorber e incorporar elementos de estas culturas sea algo muy lejano por el momento. La consecuencia es que los residentes pierden la oportunidad de elegir que absorber de estas culturas diferentes para enriquecerse, agravando este hecho con el desplazamiento de los anfitriones a pueblos aledaños. El objetivo de este fenómeno, por un lado es desarrollar sus usos y costumbres en tranquilidad, y por otro, apalea el incremento del costo de vida y el crecimiento desmedido del precio de las tierras.

Por lo tanto, retomando el paradigma de los anfitriones e invitados, se puede concluir que la comunidad local es quien sufre el ajuste económico, social y cultural. Los estereotipos del turismo son transmitidos a la comunidad anfitriona a través de lo que se denomina "la mirada del turista", pero los invitados no reciben siempre información de los usos y costumbres del lugar, lo que produce que no sean conscientes de los efectos, tanto positivos como negativos que generan. Si bien en este paradigma se caracteriza negativamente al visitante por los impactos que produce sobre la cultura, con una correcta campaña de concientización hacia el turista y/o excursionista, estos impactos negativos se pueden reducir.

Todo esto da como resultado final que los visitantes sean atendidos por los llamados *turistas por amenidades*, teniendo contacto con los residentes por lapsos muy cortos, y generalmente cuando quieren adquirir algún producto de las ferias o mercados donde los mismos trabajan. Considerando que la Quebrada fue declarada paisaje cultural por la UNESCO, se puede llegar a la reflexión de que la mayoría de los invitados luego de su estadía en el lugar, se retiran con los recuerdos repletos de paisajes. Pero serán muy pocos los que se lleven la verdadera esencia cultural del destino.

A través de esto, se puede ingresar en la segunda pregunta sobre si realmente le interesa al visitante conocer la autenticidad cultural, o es sólo un deseo. Para este fin se comenzará discutiendo sobre los roles de la *ética* y la *estética*.

La *ética* es expresada por diversas teorías que buscan como finalidad la felicidad, en algunas ocasiones, en otras la justicia, o incluso ambas a la vez. En turismo, como ya se mencionó, se puede contar con el Código Ético Mundial para el Turismo, que tiene como objetivo el desarrollo de un turismo responsable y sostenible. La *ética* nos indica lo que es moralmente aceptado para cada comunidad en base a sus usos y costumbres. Sin embargo, para alcanzar el equilibrio en cuanto al respeto entre residentes y visitantes, es menester recibir una capacitación acorde. Resulta imposible respetar y proteger lo que no se conoce; como se mencionó anteriormente, es un porcentaje importante la cantidad de turistas y/o excursionistas que visitan la Quebrada y no buscan interiorizarse en la cultura; entonces se reformula la pregunta y se cuestiona ¿se puede estar interesado en conocer la autenticidad cultural si no se sabe cuál es?

Por otro lado, no se puede dejar de mencionar el tema de la *estética* de la Quebrada, que es parte de su identidad. El tipo de construcciones bajas y de adobe, remontan a la época precolombina, es decir, a los orígenes de esta cultura tan particular. Con el correr del tiempo y el

incremento del turismo en este lugar, hoy Patrimonio de la Humanidad, creció el mercado inmobiliario como consecuencia de la realización de hoteles para acaparar la oferta turística que crece desmedidamente. Este mercado hotelero, se enorgullece de “readaptar” el estilo quebradeño; de esta manera, se pueden encontrar lugares como, por ejemplo, el Hotel La Comarca (Purmamarca) o el Hotel Vientonorte (Tilcara), donde es posible acceder a construcciones repletas de amenities y servicios que poco se relacionan con el *modus vivendi* quebradeño. Esto lleva a perder la idea de autenticidad, que es un elemento esencial a la hora de valorar la cultura local.

Con ello se retoma el concepto de backstage y autenticidad, y la gran pregunta es: ¿El visitante es capaz de observar el límite entre la puesta en escena que realizan las comunidades y la vida cotidiana de las mismas, para saber si se está viviendo el backstage o la puesta en escena?

“La confusión de la cultura y otros productos como los parques temáticos, por ejemplo, han hecho proliferar en los últimos tiempos las escenificaciones (...) actos que parecen querer convertir el patrimonio cultural en una especie de espectáculos, con decorados y escenarios reales”³⁸

La cita arriba mencionada remonta a lo planteado por Sergio Molina (1991), cuando se refiere a que en la última fase de la evolución histórica del turismo se nombra a los parques temáticos como uno de los productos típicos. ¿Y si el turista y/excursionista, consciente o inconscientemente, buscando lo autóctono, se encuentra frente a escenificaciones que al igual que un parque temático, lo hace sentir que esta por un tiempo viviendo en otro espacio?

³⁸ Ruiz Baudrihayé, J. (1997) El turismo cultural: luces y sombras. *Estudios Turísticos*. 134.

Cuando se realizaron las encuestas, la mayoría de los visitantes indicó que en su viaje pernoctaron en algunos de los pueblos. Esto podría ser consecuencia de una necesidad del visitante por querer experimentar la vida y asombrarse minuto a minuto de los paisajes de esta cultura única y diferente. Sin embargo, esto puede relacionarse también con el concepto de puesta de escena y backstage de un destino turístico.

De quienes se alojaron directamente en la Quebrada, se escucha que generalmente lo realizan con el fin de estar en contacto y aprender de la cultura local. Los pueblos elegidos, en su mayoría, no dejan de ser Purmamarca, Tilcara y Humahuaca: ¿escenario real o puesta en escena?. Los alojamientos no dejan de ser hoteles con una estética similar a la original u hosterías y hostels ubicados en la zona céntrica, atendidos por turistas por amenidades. A través de las observaciones realizadas en destino, se puede comentar que en los hostels visitados, nunca se trató con un residente; siempre fueron turistas por amenidades.

Los que pernoctan, en su mayoría, tienen la creencia de que viven el backstage, la vida diaria del residente. Pero como se mencionó en las observaciones no estructuradas, con sólo tratar mínimamente con los residentes en las ferias o mercados, comentan lo complicado que es vivir en un entorno en donde constantemente se produce un choque cultural.

Quienes visitan estas localidades, por lo general no salen de las ferias, hoteles, hostels y peñas de Purmamarca, Tilcara y Humahuaca. Por lo cual, existe la gran posibilidad de que vivan una puesta de escena, sin ser conscientes de ello, justificándose en que comieron platos típicos porque contenían carne de llama, o empanadas, y/o tamales, escuchando música folclórica, que parece ser ejecutada por grupos locales y luego resulta que son grupos instaurados en toda la región Norte del país, siendo que los mismos pueden ser jujeños, salteños, tucumanos o santiagueños.

Dando respuesta a la pregunta sobre si a los turistas y/o excursionistas les interesa realmente la autenticidad cultural o sólo es un deseo, se puede llegar a la reflexión de que es más un deseo que un interés por conocer lo autóctono. Un deseo de lo diferente a lo propio, y al ser esta una cultura tan rica y distinta, los visitantes vuelven a su lugar de origen con la percepción de haber vivido lo auténtico.

Otra gran pregunta que surge es si los anfitriones cuentan con las herramientas necesarias para anteponer sus costumbres a la de los visitantes. Para ello se va a citar a uno de los entrevistados, Carlos Fernández de Balboa, quien menciona que *“se hicieron una serie de talleres, yo creo que hubo muy buena voluntad, pero no alcanzó, no alcanzó a cubrir las necesidades de lo que la gente identificara como una situación de lo que les iba a pasar cuando eso se declarara como Patrimonio de la Humanidad y bueno efectivamente pasaron unos años y hubo varias situaciones que hacen que se desdibuje de alguna manera la asignación de paisaje de la humanidad, de paisaje cultural de la humanidad.”* Si bien se realizó esta cita en el análisis de las entrevistas, se retoma en este apartado, ya que permite entrever que, a pesar de que se realizaron capacitaciones, las mismas no fueron suficientes.

Actualmente los turistas llegan al destino y muchos de ellos, como ya se mencionó con anterioridad, se desplazan aplicando los usos y costumbres que traen aparejados de su lugar de origen, sin buscar, y en caso de que lo hagan, muchas veces sin recibir, información sobre los usos y costumbres locales. A consecuencia de esto, se pueden encontrar residentes, que a pesar de sufrir el choque que trae aparejado el cruce de dos culturas distintas, imponen la suya sobre la del turista. Un ejemplo de esto se puede ver en las observaciones no estructuradas, donde un turista que traía sus usos y costumbres propios de las grandes ciudades, ingresó a una despensa a comprar, queriendo imponer sus tiempos y fue el propio residente, quien de forma respetuosa le indicó que los tiempos en ese lugar

se manejan diferentes. Existe la posibilidad de que este turista haya adoptado como hábito o no, durante el resto de su viaje, lo que el residente le sugirió. Pero seguramente, este residente debe enfrentar este tipo de situaciones de forma constante.

Por otro lado, a veces el choque produce que el residente responda a lo que el turista y/o excursionista solicita, aun cuando el mismo no es respetuoso. Esto puede verse ejemplificado en la tercera observación, en el transcurso de una excursión de circuito cerrado, compuesto por turistas de múltiples nacionalidades. En una de las paradas, se encontraba un nativo vendiendo artesanías e interpretando un instrumento autóctono (quena). El guía se detuvo junto al grupo para disfrutar las melodías autóctonas, y una vez que concluyó la ejecución, él ofreció sus productos. Una turista a través de señas le indicó que nuevamente ejecutara el instrumento. Cuando comenzó la interpretación, la turista le sacó una foto, y luego se retiró a tomar fotografías del paisaje sin terminar de escuchar la melodía que se había iniciado a su pedido. Siendo alarmante, que se encontraba presente en el hecho, el guía local que acompañaba el grupo y no realizó ninguna observación sobre lo sucedido.

Como reflexión, se puede mencionar que todavía falta brindarle herramientas a los residentes para imponerse de forma respetuosa a los usos y costumbres importados, haciendo entender a los turistas que ellos respetaran los usos y costumbres que traen de su lugar de origen, siempre y cuando se respeten los locales.

La pregunta siguiente corresponde a indagar sobre los programas de sustentabilidad que permitan salvaguardar la cultura local, y que aplica la Secretaría de Turismo de Jujuy.

Un tema que sin duda preocupa es este destino es el crecimiento desmedido de turismo. Como se puede ver en el apartado histórico que se realizó en el marco teórico, luego de su declaratoria como Patrimonio

Natural y Cultural de la Humanidad por la UNESCO, el turismo que recibió el lugar creció quince (15) veces. En el año 2008, la Auditoría General de la Nación, en su informe dirigido al entonces Secretario de Turismo. Lic. Enrique Meyer, informó: *“en la Quebrada de Humahuaca, no se estimó la capacidad de carga turística y no se accedió a ningún plan de gestión ambiental”*.³⁹ Por lo cual el tema no es nuevo, ya en el 2008 se pudo prever el crecimiento desmedido del turismo, y aún no se ha obtenido un plan eficiente para su contención.

Si bien la Secretaria de Turismo de Jujuy, cuenta con el programa CAPTUR (Capacitación Turismo Jujuy), si se ingresa en la página oficial de la misma, en el sector correspondiente de este programa, no figura ninguna capacitación⁴⁰. Por otro lado, si se ingresa al apartado “Quebrada de Humahuaca”, dentro de esta misma página, la información del lugar es muy escasa, apenas nombrando que el lugar fue declarado por la UNESCO, Patrimonio de la Humanidad, en la categoría Paisaje Cultural.⁴¹

Una experiencia propia que es posible relatar, es que el día lunes 23 de julio del año 2018, luego de que se realizara una llamada telefónica la semana anterior a la casa de la provincia de Jujuy, surgió la oportunidad de visitar el lugar para obtener información del destino. Esta información, había sido prometida por el personal del lugar en la conversación telefónica. Se coordinó día y horario en el cual se pasaría a buscar, pero una vez se llegó al lugar, la información no se encontraba disponible. La persona encargada del sector de turismo no contaba siquiera con folletería de la Quebrada. Sólo ofreció un folleto de Jujuy en general y la posibilidad de realizar una nueva comunicación telefónica, para poder hablar con el sector de cultura

³⁹ https://www.agn.gov.ar/files/informes/2008_200info.pdf

⁴⁰ Página visitada el 26 de julio de 2018: <http://www.turismo.jujuy.gov.ar/captur>

⁴¹ Página visitada el 26 de julio de 2018: <http://www.turismo.jujuy.gov.ar/region/quebrada/>

de la provincia con el objetivo de obtener más información, ya que quien se encargaba de atender ese sector, no se encontraba en ese momento en la oficina y no sabrían porque se ausentó, ni cuando regresaría.

Como reflexión, se puede decir que el gran actor ausente en desarrollar programas de sustentabilidad turístico-cultural es la Secretaría de Turismo de Jujuy, que además de no capacitar a los residentes, no brinda el material necesario, ni de forma presencial, ni virtual a aquellos visitantes que deseen acceder al lugar.

Por otro lado, no se puede dejar de preguntar si las ganancias obtenidas por el turismo desde la declaración de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad permitieron reducir la pobreza del sitio, ya que es parte de los impactos que se producen en la relación residentes y anfitriones.

Como bien se sabe, esta actividad genera demanda de bienes y servicios, los cuales deben ser producidos y prestados; el resultado debería ser una amplia fuente de trabajo para los residentes. Sin embargo, según estudios de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy (UNju), se indicó que el 65% de los residentes de la provincia son pobres siendo un 15% de los mismos indigentes. La gran pregunta aquí es: ¿cuáles son los beneficios que entonces obtienen las comunidades locales en relación al turismo?

Entre 1960 y 1970 se habló del turismo como fuente del desarrollo económico local de la provincia. Con el tiempo se empezó a hablar de la preservación de Quebrada y finalmente en el año 2003, fue elegida por la UNESCO para su protección. Esto trajo aparejado una serie de capacitaciones y de inversiones económicas para que este destino fuera fuente de trabajo y de desarrollo económico para su comunidad; además de que permitiera preservar su inigualable cultura, que precede a la llegada de los españoles a América. Como resultado, se pudo observar que se produjo

el desplazamiento de las comunidades a pueblos aledaños, con el fin de alejarse del turismo. Las casas de los residentes se fueron convirtiendo en alojamientos hoteleros y extrahoteleros para la recepción del turista, o mismo en ferias de artesanías, que en muchas ocasiones son traídas desde Bolivia, sin dejar de resaltar que Bolivia y el norte argentino tienen una cultura muy similar, por haber pertenecido ambos lugares al camino del Inca. Pero esto económicamente deja entrever un problema, ya que los productos al no ser realizados en Argentina, debilitan el desarrollo de la producción local.

Para sumar a la falta de ingresos económicos de la provincia, no se puede dejar de nombrar, que casi la totalidad de los excursionistas que visitan el lugar toman como base de alojamiento la ciudad de Salta capital, dejando los ingresos económicos relacionados con el alojamiento, excursiones y gran parte de la gastronomía en este lugar, mientras que en la provincia de Jujuy se limitan a consumir un almuerzo y la compra de artesanías regionales en alguna de las ferias, ya que la visita a la Quebrada se realiza en una excursión de día completo.

Con el objetivo de cerrar las reflexiones, se puede decir que si bien la provincia de Jujuy buscó el nombramiento de la Quebrada como Patrimonio Paisajístico y Cultural con el fin de obtener un mecanismo de protección, esto sólo no alcanza. Con este nombramiento solamente se le ganó tiempo al deterioro al que se está dirigiendo el lugar. El bajo porcentaje de empleo local, la falta de capacitación del residente y de sensibilización de los turistas y/o excursionistas, sumado a la suba de los precios en el mercado inmobiliario, son apenas una parte de los problemas a resolver.

Por otro lado, como ya se mencionó, la declaratoria de patrimonio, intentó o supuso ganarle tiempo al deterioro. Ahora es necesario, por una parte, legislar; por otra parte, desarrollar una correcta planificación, que lleve a una visión sustentable tanto para el patrimonio tangible como

Visitantes y anfitriones. *¿Vínculos de armonía o vínculos de conflicto?*. La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el '*modus vivendi*' de las comunidades locales.

Jezabel Espiño Ojeda

intangibles. Y especialmente controlar, lo que permitirá disminuir los efectos negativos y resguardar aquellos valores "excepcionales", razón de declaración de la UNESCO de reafirmar los verdaderos motivos por los cuales la Quebrada fue declarada Patrimonio.

Visitantes y anfitriones. *¿Vínculos de armonía o vínculos de conflicto?*. La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el '*modus vivendi*' de las comunidades locales.

Jezabel Espiño Ojeda

BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES

CITADAS Y CONSULTADAS

BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES CITADAS Y CONSULTADAS

Libros, artículos y publicaciones

- Ander – Egg, E. (1982). *Técnicas de Investigación Social*. Buenos Aires, Argetina: Magisterio del Rio de la Plata
- Babbie, E. (1996) *Manual para la práctica de la investigación social*, Bilbao: Desclée De Brouwer
- Borsotti, C. (2009). *Temas de metodología de la Investigación*. Madrid, España: Miño y Dávila Editores.
- Bourdieu, P., Chamboredon, C. & Passeron, J. C. (1987). *El oficio del Sociólogo. Presupuestos epistemológicos*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores.
- Código Ético Mundial del Turismo* (1999). Santiago de Chile, Chile: Décimo tercera Asamblea General de la OMT
- Cuenca, M. (2000). *Ocio Humanista: Decisiones y manifestaciones del ocio*. Bilbao, España: Universidad de Deusto.
- Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid, España: Morata.
- Flick, U. (2007): *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid, España: Morata.
- Fortunato N. *Elogio de la diversidad. El turismo y su potencialidad para el descubrimiento y la divulgación de otras 'versiones' de identidad nacional* (inédito).
- Gran Enciclopedia Universal*. 16 (2005). Buenos Aires, Argentina: Grupo editorial Planeta S.A.I.C/ Espasa Calpe S.A.
- Gutiérrez Brito, J. (2007). *La investigación social del turismo. Perspectivas y aplicaciones*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo.
- Hanson, N. R. (1985). *Patrones de descubrimiento. Observación y Explicación*. Madrid, España: Alianza.

Hernández Ramírez, M. (2008). *Entre la Teoría y la Práctica: Antropología del Turismo en una Comunidad Andina*. Sevilla, España: Universidad Pablo de Olavide.

Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C. & Baptista Lucio, P. (2006) *Metodología de la investigación*. México D. F., México: McGraw-Hill.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P.(2006). *Metodología de la investigación*. México D.F., México: McGraw-Hill.

King G., R. Keohane y Verba, S. (2000). *El diseño de la investigación social: la inferencia científica en los estudios cualitativos*. Madrid, España: Alianza.

LacARRIERU, M., Soto Labbé, P., Azeredo Grünewald, R., Moya, M., Gorisito Kramer, A., Recanatesi, V., ...Ramos, A. (2011). *Cultura y Turismo: Factores del desarrollo Económico y Social*. Buenos Aires, Argentina: Secretaria de Cultura de la Nación.

Molina S. (2000). *El Posturismo: De los Centros Turísticos Industriales a las Ludópolis*. México D.F., México: Tesis económicas profesionales.

Molina, S. (1992) *Conceptualización del Turismo*. México D.F., México: Limusa.

Namakforoosh, M. (1999). *Metodología de la investigación*. México D.F, México: Limusa.

Rodríguez Becerra, S. (1982). *Guía de fiestas populares de Andalucía*. Sevilla, España: Junta de Andalucía - Consejería de Cultura.

Sancho Pérez, A. (2001). *Apuntes de metodología de la investigación en Turismo*. Madrid, España: WTO.

Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid, España: OMT.

Sautu, R. (2005) *Todo es teoría: objetivos y métodos de investigación*. Buenos Aires, Argentina: Lumiere.

Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P. & Elbert, R. (2005) *Manual de metodología*. Buenos Aires, Argentina: CLACSO.

Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P., Elbert, R. (2005). *Manual de metodología: Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires, Argentina: CLACSO.

Schlüter, R. (2000). *Investigación en Turismo y Hotelería*. Buenos Aires, Argentina: CIET .

Taylor, S. & Bogdan, R. (1987). *La introducción de los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona, España: Paidós.

Turner, L. y Ash, J. (1991). *La Horda Dorada*. Madrid: Endymion.

Wainerman, C. y Sautu, R. (1997). *La trastienda de la investigación*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Belgrano.

Revistas

Bergesio, L., Montial J. & Scalone, L. (diciembre, 2012). Territorio imaginado. El caso de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina). *Revista Interuniversitaria de Estudios territoriales Pampa*. 8.

Bourdieu, P. (2005). La objetivación participante. *Apuntes de Investigación del CECYP*, (10).

Catalano, B. (2013). Sostenibilidad sociocultural del turismo en el Noroeste Argentino. Estudio de casos: Purmamarca y Tilcara. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*. 9 (2).

De La Paloma Escalante Gonzalb,o M. (enero/abril 2013): Antropología y Turismo. *Cuiculco, Escuela Nacional de Antropología e Historia* (56).

García Moritán, M. y Cruz M. (julio/diciembre, 2012). Comunidades originarias y grupos étnicos de la provincia de Jujuy. *Población y Sociedad*. 19(2).

González, R., Otero, A., Nakayama, L. & Marioni, S. (diciembre, 2009). Las movi­lidades del turismo y las migraciones de amenidad: problemáticas y

contradicciones en el desarrollo de centros turísticos de montaña. *Revista de Geografía Norte Grande*. 44.

Pérez, B. (diciembre, 2006). Turismo y representación de la cultura: identidad cultural y resistencia en comunidades andinas del Cusco. *Anthropologica - Universidad de Granada*. 24 (24).

Reboratti, C., Arzeno, M. & Castro, H. (2004). Desarrollo sostenible y estructura agraria en la Quebrada de Humahuaca, en Población y Sociedad. *Revista Regional de Estudios Sociales, Fundación Yocavil, Universidad Nacional de Tucumán*. (10/11).

Rossano Calvo, C. (2001). Antropología del Turismo. *III Congreso Nacional de Investigación en Antropología del Perú*.

Ruiz Baudrihaye, J. (1997) El turismo cultural: luces y sombras. *Estudios Turísticos*. 134

Salalles, L. (octubre, 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).

Salazar, N. (julio/diciembre 2006): Antropología del Turismo en Países en Desarrollo: Análisis Crítico de las Culturas, Poderes e Identidades Generados por el Turismo. *Tabula Rasa*, 5.

Troncoso, C. (2008). Valoración Turística de la Quebrada de Humahuaca (Prov. de Jujuy) La conformación de una nueva oferta turística y los cambios en la oferta turística y los cambios en la forma de visitar el destino. *Párrafos Geográficos*. 7 (2).

Curso Digital

The Online Multicultural & International Xperience (OMIX) – Programas Internacionales en Línea del Tecnológico de Monterrey.

Materias del Posgrado con material relacionado con la Tesis

Materia: Ordenamiento Territorial para el desarrollo Turístico:

Boisier, S. (2003). *El desarrollo en su lugar: El territorio en la sociedad del conocimiento*. Santiago de Chile, Chile: Geolibros.

Otero, A. (2014). *La cultura y la creatividad: Eje de la transformación social de los destinos turísticos*. Buenos Aires, Argentina: Ceplades Turismo.

Otero, A., Lonac A, Marion, i S. & González, R. (2007). *Manual de buenas prácticas para destinos turísticos de montaña*. Neuquén, Argentina: Ceplades Turismo

Wallingre, N. & Villar, A. (2009) *Desarrollo y gestión de destinos turísticos. Políticas y estrategias*. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes Editorial.

Materia: Teoría del Desarrollo

Boisier, S. (2002). Globalización, Políticas Turísticas y Fronteras. *Revistas Científicas Complutenses*, 23.

Madoery, O. (2003) *¿Cómo aproximarnos al Desarrollo Local desde una perspectiva política?* *Anuario Desarrollo y Región II, Instituto de Desarrollo Regional*.

Materia: Economía del desarrollo y el Turismo

Walingre, N. & Villar, A. (2009). *Desarrollo y Gestión de Destinos Políticos. Políticas y Estrategias*. Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes Editorial.

Materia: Metodología de la Investigación

Borsotti, C. (2007). *Temas de metodología de la Investigación en ciencias sociales empíricas*. Buenos Aires, Argentina: Miño y Dávila S.R.L.

Schlüter, R. (2000). *Investigación en Turismo y Hotelería*. Buenos Aires, Argentina: Centros de Investigaciones y Estudios Turísticos

Materia: Planificación y Gestión Estratégica de Destinos y Empresas Turísticas

Bolonini, L. & Capace, G. (2002). *Federación Misión Imposible. Del turismo espontáneo al planeamiento estratégico*. Buenos Aires, Argentina: LADEVI.

Bustos Cara, R. (2001). Tiempo Libre, Turismo y Recreación: Identidad, Turismo y Territorios Locales. La permanente construcción de Valores Territoriales. *Centro de Investigaciones Turísticas -Facultad de Ciencias Económicas y Sociales - Universidad Nacional de Mar del Plata (1) 5*.

Materia: Procesos Históricos y Política Ambiental del Turismo

Carta del Turismo Sostenible (1995). Islas Canareas, España: Conferencia Mundial de Turismo Sostenible.

Código Ético Mundial del Turismo (1999). Santiago de Chile, Chile: Décimo tercera Asamblea General de la OMT

Marchena Gómez, M., Vera Rebollo, F., Fernández Tabales, A., Santos Pavón, E., Yunis, E. Brew, C. & Ortiz de Zárate, M. (1999). *Agenda para Planificadores Locales: TURISMO SOSTENIBLE Y GESTION MUNICIPAL. Edición para América Latina y El Caribe*. Madrid: OMT.

Materia: Desarrollo y Gestión Local del Turismo

Cebrián, Abellán A. (2001). *Turismo cultural y desarrollo sostenible. Análisis de áreas patrimoniales*. Murcia: España: Universidad de Murcia, Servicios Patrimoniales.

Sitios Web

Ameca Carreón José Alberto. (2014, octubre 7). *Visión sistémica según Peter Senge*. Recuperado de:

<https://www.gestiopolis.com/vision-sistemica-segun-peter-senge/>

Anuario Estadístico Provincia de Jujuy: Dirección Provincial de Estadísticas y Censos Gobierno de la Provincia de Jujuy (2012). DIPEC. Recuperado de: www.dipec.jujuy.gov.ar/idx_anuario/.pdf

Arquitectura típica de la Quebrada de Humahuaca (s.f.). Recuperado de:

<http://www.oni.escuelas.edu.ar/olimpi99/interolimpicos/arquitectura/pqueb.html>

Brenes, C. (2007) *Economía indígena y mercado*. San José, Costa Rica: Instituto Interamericano de Derechos Humanos. Recuperado de:

<http://www.corteidh.or.cr/tablas/25144.pdf>

Avalos P. (2017) La turistificación y transformaciones urbanas habitacionales en Purmamarca – Jujuy – Argentina. *Revista Vivienda y Ciudad*. 4 (119-132) Recuperado de: <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/ReViyCi/article/view/19001>

Carta ICOMOS para Interpretación y Presentación de Sitios de Patrimonio Cultural. (4 de octubre,2008).. Quebec, Canadá. 16ª Asamblea General del ICOMOS. Recuperado

de:

https://www.icomos.org/images/DOCUMENTS/Charters/interpretation_sp.pdf

Cerca de 50000 personas visitaron Jujuy en la primera mitad de enero (20 de enero, 2015). *Diario la Gaceta*. Recuperado de:

<http://www.lagaceta.com.ar/nota/624170/sociedad/cerca-50000-personas-visitaron-jujuy-primera-mitad-enero.html>

Clasificación de los Valores (s.f). Recuperado de: 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). Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000500009

Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural (1972) 17a, reunión, de La Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Recuperado de: <https://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>

Declaratoria de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad (s.f.). Recuperado de: <http://whc.unesco.org/es/list/1116>

Definición de estética (s.f). Recuperado de: <https://dle.rae.es/?id=GrPCrf2>

Definición de Utilitarismo (s.f.). Recuperado de: <http://definicion.de/utilitarismo/>

Descripción de la Comida Típica de la Quebrada de Humahuaca (s.f.). Recuperado de: <http://www.argentina.travel/es/xp/sabores-ancestrales-en-la-quebrada-de-humahuaca/4425>

Descripción de la Comida Típica de la Quebrada de Humahuaca (s.f.). Recuperado de: <http://www.eltribuno.info/salta/nota/2016-7-15-1-30-0-los-ricos-sabores-de-la-quebrada>

Descripción de la Geografía y Geología de la Quebrada (s.f.). Recuperado de: <http://www.jujuyenlinea.com/engine/0/46/0/Aimara/false/es/>

DIPEC: Dirección Provincial de Estadística y censos (s.f.). Recuperado de: http://www.dipec.jujuy.gov.ar/ie_turismo.html

El Documento de Nara en Autenticidad (1994). Nara, Japón: Conferencia de Nara
Recuperado de:

<http://www.icomoscr.org/doc/teoria/DOC.1994.nara.documento.sobre.autenticidad.pdf>

El Perfil del Turismo (2011). Recuperado de:

<http://lasdoscarasdel turismo.blogspot.com.ar/2011/12/segun-lateoria-de-plog-en-toda-sociedad.html>

El turista y las teorías (s.f)

<http://psicosocialyturismomc.blogspot.com.ar/p/el-turista-y-las-teorias.html>

Estadísticas de pobreza según la INDEC. *Jujuy al Día*. (10 de abril de 2017).

<http://www.jujuyaldia.com.ar/2017/04/10/segun-el-indec-la-pobreza-e-indigencia-de-jujuy-esta-por-debajo-de-la-media-nacional/>

Estadísticas de pobreza. (2016) INDEC. Recuperado de:

http://www.dipec.jujuy.gov.ar/is_condicionesdevida.html

Estadísticas de pobreza, según la UNJu. *Resumen latinoamericano* (17 de marzo de 2017). Recuperado de:

<http://www.resumenlatinoamericano.org/2017/03/17/argentina-jujuy-la-pobreza-de-la-periferia/>

Ética Aristocrática (s.f.). Recuperado de:

<http://filosofia.idoneos.com/328313/>

Éticas del deber (2012). Recuperado de:

http://bloc.mabosch.info/wp-content/uploads/2012/10/4.2.1.3_ETICAS_DEL_DEBER_KANT_ACTUALIDAD_RELATIVISMO_PAPAL.pdf

Ética de Sócrates (s.f.). Recuperado de:

<http://filosofiadelderecho-ugma.over-blog.es/article-etica-de-socrates-101022086.h>

Ética Epicureísta: Es bueno todo lo que produce placer (2010). Recuperados de:

<http://medicablogs.diariomedico.com/normapernet/?p=1124>

Ético (s.f.) RAE. Recuperado de:

<http://dle.rae.es/?id=H3y8IjjIH3yay0R>

Espinosa C. (2016) *La percepción fenomenológica*. Recuperado de:

<http://www.internationalcoachingsociety.com/percepcion-fenomenologica/>

Fiestas y Celebraciones de la Quebrada de Humahuaca (s.f.). Recuperado de:

<http://www.argentina.travel/es/xp/fiestas-y-celebraciones-en-la-quebrada-de-humahuaca/4422#.V6GZ1LjhDIU>

Gallardo J. (2014). *Clasificaciones Éticas*. Recuperado de:

https://es.slideshare.net/julio_gallardo2/clasificaciones-eticas

García, Moritán M. & Cruz M. (julio/diciembre, 2012). Comunidades originarias y grupos étnicos de la provincia de Jujuy. *Población y Sociedad*. 19(2). Recuperado de:

http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-85622012000200002

Guía Turística de la Quebrada de Humahuaca (s.f.). Recuperado de:

<http://www.quebradadehumahuaca.com/>

Gutiérrez Taño, D(2009) Las actitudes de los residentes ante el turismo. *Servicio de publicaciones Universidad de la Laguna*. Recuperado de:

<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/9781/cs256.pdf?sequence=1>

Impacto de los visitantes. (s.f) National Marine Sanctuaries. Recuperado de:

http://sanctuaries.noaa.gov/management/pdfs/Day6_IMPACTS_MANUAL_esp.pdf

Información General de la provincia de Jujuy (s.f.). Recuperado de:

<http://www.todo-argentina.net/geografia/provincias/jujuy/relieve.html>

Información General de la Quebrada de Humahuaca (s.f.). Recuperado de:

<http://www.condesan.org/jujuy/anatural2.htm>

Información General de la Quebrada de Humahuaca (s.f.). Recuperado de:

<http://www.viajoasalta.com/salta/geografia-y-geologia-de-salta/la-quebrada-de-humahuaca>

Informe Nacional de la Argentina: Marco Institucional del Estado para El Tratamiento de los Asuntos Indígenas (2008). Argentina: INAI. Recuperado de:

http://www.fondoindigena.org/apc-aa-files/documentos/items/Informe_argentina.pdf

José N. & Pasin S. (2009) *La Quebrada de Humahuaca: Un paisaje cultural*. Argentina. ICOMOS. Recuperado de:

http://www.icomos.org.ar/wp-content/uploads/2009/08/05_jose_pasin.pdf

La Ética de Kant (s.f.). Recuperado de:

<https://www.acfilosofia.org/materialesmn/filosofia-y-ciudadania/filosofia-moral-y-politica-democracia-ciudadania/384-la-etica-kantiana>

La ética de Sócrates (s.f.). Recuperado de:

<https://www.acfilosofia.org/materialesmn/filosofia-y-ciudadania/filosofia-moral-y-politica-democracia-ciudadania/424-la-etica-socratica>

Las Principales Teorías éticas (s.f.). Recuperado de:

http://www.filosofia.net/materiales/sofiafilia/eec/eec_26.html

Los Estoicos (s.f.). Recuperado de:

<https://pensarelpensamiento.es/t/10-.-LOS-ESTOICOS.htm>

Los Estoicos (s.f.). Recuperado

http://www.pensamientos.com.mx/clasificacion_de_los_valores.htm

Magnet Colomer. J. (2014) Los fundamentos de la ética discursiva en Habermas y Apel. *Eukasia Revista Filosofía*. Recuperado de:

<http://www.revistadefilosofia.org/56-05.pdf>

Patrimonio Cultural Inmaterial y Turismo: Salvaguardia y oportunidades. *Consejo Nacional para la Cultura y las Artes* (s.f.). Recuperado de:

<http://www.conaculta.gob.mx/patrimoniocultural/> Turismo Cultural. *Temas de Patrimonio cultural*. 12 (2005). Comisión para la

Principales Teorías Éticas (s.f.). Recuperado de:

http://www.filosofia.net/materiales/sofiafilia/eec/eec_26.html

Qué significa ser patrimonio de la Humanidad (s.f.). Recuperado de:

<http://www.24-horas.mx/que-significa-ser-patrimonio-unesco/>

Salalles, L. (octubre, 2011). de:

<http://www.mentefilosofica.com/2009/09/los-estoicos.html>

Salleras, L. (2013). *Patrimonio cultural, territorio y turismo en la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina): discusiones en torno al desarrollo*. Santiago De Chile, Chile: XXIX Congreso a las crisis y Emergencias Sociales en América

Latina. Recuperado de:

http://actacientifica.servicioit.cl/biblioteca/gt/GT7/GT7_SallerasL.pdf

Soruco, A. (2010). *La Argentina Excepcional: comunidades indígenas del Norte Argentino. Una caracterización socio-sanitaria y aproximación al Desarrollo Humano en Comunidades Kolla, Wichí y Guaraní del Noroeste Argentino.*

Recuperado de: <http://nutricionoriginarios.blogspot.com.ar/2010/07/la-argentina-excepcional.html>

Sottosuolo, P. (2013) *Ética de los valores de Scheler.* Recuperado de:

<https://compartiendo filosofia.org/2013/01/31/etica-de-los-valores-de-scheler/>

Teorías Éticas, el Utilitarismo (28 de abril 2014). Recuperado de:

<https://francisco martintorres.wordpress.com/2014/04/28/teorias-eticas-el-utilitarismo-2/>

Troncoso, C. (2008): Valoración Turística de la Quebrada de Humahuaca (Prov. de Jujuy) La conformación de una nueva oferta turística y los cambios en la oferta turística y los cambios en la forma de visitar el destino. *Párrafos Geográficos*. 7(2)

Recuperado de:

http://igeopat.org/parrafosgeograficos/images/RevistasPG/2008_V7_2/10-6.pdf

Turismo Cultural. *Temas de Patrimonio cultural*. 12 (2005). Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires.

Recuperado de: http://www.folkloretradiciones.com.ar/literatura/temas_12.pdf

Visitantes y anfitriones. *¿Vínculos de armonía o vínculos de conflicto?*. La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el '*modus vivendi*' de las comunidades locales.

Jezabel Espiño Ojeda

ANEXOS

ANEXOS

Aquí se explica que encuentra uno en los anexos

- Anexo normativo (soporte digital)
- Anexo metodológico (soportes físico y digital)
- Anexo documento documental

Anexo normativo (soporte digital)

- Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural (1972)
- El Documento de Nara en Autenticidad (1994)
- Código Ético Mundial del Turismo (1999)
- Carta ICOMOS para Interpretación y Presentación de Sitios de Patrimonio Cultural (2008)
- Reglamento de la Legislatura de Jujuy (1987)
- LEY N° 4926 *“De reglamentación de la iniciativa popular”* – Poder Legislativo de Jujuy (1996)
- LEY N° 5198 *“Marco para la actividad turística”* – Poder Legislativo de Jujuy (2000)

Anexo metodológico (soportes físico y digital)

En el siguiente apartado, se podrá encontrar, leyes, artículos periodísticos, encuestas, entrevistas y demás elementos que sustenten la teoría del presente trabajo de investigación.

A consecuencia su extensión, el anexo se dividirá en dos partes:

- Un anexo con soporte digital, donde se podrá encontrar:
 - o Los Audios originales de la entrevistas
 - o Las encuestas realizadas

- Un anexo impreso donde se encontrarán:
 - o Modelo de encuestas, Cuadro de resumen
 - o Curriculum del personal calificado
 - o La transcripción textual de las entrevistas
 - o Artículos periodísticos

Modelo de Encuesta

25/11/2018

Viajando por la Quebrada de Humahuaca

Viajando por la Quebrada de Humahuaca

La Quebrada de Humahuaca fue declarada Patrimonio Cultural y Natural de la Humanidad por la UNESCO en el año 2003. ¿Pero qué información real tuvimos sobre la cultura del lugar antes de viajar?

*Obligatorio

1. **Edad ***

2. **Sexo ***

Marca solo un óvalo.

Femenino

Masculino

3. **Lugar de Residencia ***

4. **Nivel de Educación ***

Marca solo un óvalo.

Primario

Secundario incompleto

Secundario completo

Terciario

Universitario

Posgrado

5. **Profesión**

6. **¿Cuándo Visitaste la Quebrada? ***

7. **¿Cómo accediste a tu viaje? ***

Marca solo un óvalo.

En una agencia de viaje y de forma presencial

A través de una agencia de viajes online, por ejemplo: [despegar.com](https://www.despegar.com)

Contactando directamente a los prestadores de servicios, ejemplo, la aerolínea, el hotel, etc

25/11/2018

Viajando por la Quebrada de Humahuaca

8. ¿Qué servicios adquiriste antes de viajar? marcalos a continuación *

Selecciona todos los que correspondan.

- Pasaje de avión, tren o micro
- Alojamiento (ya sea hoteles, hostels, campings, etc)
- Restauración
- Excursiones
- otros

9. ¿Como realizaste tu viaje? *

Marca solo un óvalo.

- Pernoctando en alguno de sus pueblos, como pueden Purmamarca, Aymará, Tilcara, Humahuaca
- Realizando una excursión de día completo, desde alguna de las ciudad aledañas; ejemplo: Salta
- Realizando ambas cosas

10. ¿Qué te llamó más la atención? *

Marca solo un óvalo.

- Su Cultura
- Sus atractivos
- Ambos

11. Notaste una identidad cultural predominante *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

12. Cuando llegaste a la Quebrada ¿Accediste a los centros de informes? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Algunos

13. En caso de haber accedido, ¿Se te brindó información sobre cómo comportarte en destino, para no afectar la cultura local?

Marca solo un óvalo.

- Siempre
- Nunca
- En algunos lugares

14. Si te hospedaste en la Quebrada ¿Se te brindó en el establecimiento información de la cultura local?

Marca solo un óvalo.

- Siempre
- Nunca
- En algunos lugares

25/11/2018

Viajando por la Quebrada de Humahuaca

15. En caso de haber contratado una excursión para visitar la Quebrada ¿Se les brindo información sobre la cultura del lugar?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

16. En caso de parecerle oportuno, cuéntanos alguna de tus experiencias culturales entre turistas y residentes en la Quebrada

Con la tecnología de
 Google Forms

Cuadro resumen de las encuestas:

A continuación se presenta un cuadro que se realizó a modo de resumen con todas las encuestas que fueron contestadas. Para su confección, se tuvieron en cuenta las variables edad, sexo, lugar de residencia, nivel educativo, profesión y año que se visitó la Quebrada. La elección de estas variables permitió tomar las muestras a analizar en el trabajo.

Nº DE ENCUESTA	EDAD	SEXO	LUGAR DE RESIDENCIA	NIVEL EDUCATIVO	PROFESIÓN	AÑO QUE VISITÓ LA QUEBRADA
1de100	30	Femenino	CABA	Universitario	Lic. en Turismo	2015
2de100	27	Femenino	CABA	Universitario	Contadora	2015
3de100	27	Femenino	CABA	Terciario	Psicopedagoga	2016
4de100	35	Femenino	Mercedes	Terciario	Coordinador de viajes	Hace 7 años ⁴²
5de100	38	Femenino	Tigre, Buenos Aires	Terciario	Docente	2003
6de100	69	Femenino	Baradero, Buenos Aires	Secundario completo	Docente	2005. 2012. 2013. 2014
7de100	27	Femenino	Buenos Aires ⁴³	Universitario	Diseñadora	2016
8de100	64	Femenino	CABA	Posgrado	Guía y Lic. en Turismo	Hace 4 años ⁴⁴
9de100	36	Femenino	Argentina	Secundario completo	Administrativa	2014
10de100	38	Femenino	CABA	Terciario	Docente	2006
11de100	34	Masculino	Capital Federal ⁴⁵	Universitario	Lic. en Turismo	Invierno 2004 - verano 2005
12de100	52	Femenino	Buenos	Universitario	Guía de	El mes

⁴² Realizando la cuenta regresiva coincidiría con el año 2011. Se tomará de este modo para realizar el análisis a ahora en adelante.

⁴³ Al no haberse expresado de que parte de Buenos Aires es y si siendo un modismo muy utilizado por los residentes de CABA decir "soy de Buenos Aires" se tomará como CABA para el análisis a partir de ahora.

⁴⁴ Realizando la cuenta regresiva coincidiría con el año 2014. Se tomará de este modo para realizar el análisis a ahora en adelante.

⁴⁵ Capital Federal es otro término para definir a CABA (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Se tomará como CABA para el análisis a partir de ahora

			Aires ⁴⁶		Turismo	pasado ⁴⁷
13de100	21	Femenino	CABA	Universitario	--	2017
14de100	36	Femenino	San Miguel, Buenos Aires	Universitario	Trabajadora Social	2015
15de100	27	Femenino	Buenos Aires ⁴⁸	Terciario	Docente	2013
16de100	56	Femenino	CABA	Posgrado	Lic. en Turismo	2016
17de100	67	Masculino	CABA	Universitario	Asesor Empresario y Docente	35 años ⁴⁹
18de100	35	Masculino	CABA	Terciario	Docente	2016
19de100	32	Femenino	CABA	Universitario	Lic. en Turismo	2012
20de100	60	Masculino	Recoleta, CABA	Universitario	Encargado	2015
21de100	30	Femenino	Capital Federal ⁵⁰	Universitario	Docente	2012
22de100	27	Femenino	Buenos Aires ⁵¹	Terciario	Empleada en Agencia de Viajes	El año pasado ⁵²
23de100	24	Masculino	CABA	Terciario	Guía de Turismo	2017
24de100	25	Femenino	CABA	Universitario	Lic. en Turismo	Abril
25de100	23	Femenino	Bahía Blanca	Universitario	Estudiante	2016
26de100	34	Femenino	Buenos Aires ⁵³	Terciario	Guía de Turismo	Febrero 2014 y Carnaval 2017
27de100	33	Femenino	Ushuaia	Universitario	Agente de Viajes	2017
28de100	27	Femenino	Ensenada	Terciario	Tec. en Turismo	2015 y 2016
29de100	25	Femenino	Córdoba	Terciario	Tec. en Turismo	Febrero 2018
30de100	30	Femenino	Buenos Aires ⁵⁴	Terciario	Agente de viajes	2014

⁴⁶ Ídem nota 43

⁴⁷ Encuesta realizada en junio de 2018, se tomará este año para el análisis a partir de ahora

⁴⁸ Ídem nota 43

⁴⁹ Sería hace 35 años, por lo cual se tomará para el análisis como año 1983

⁵⁰ Ídem nota 45

⁵¹ Ídem nota 43

⁵² Realizando la cuenta regresiva coincidiría con el año 2017. Se tomará de este modo para realizar el análisis a ahora en adelante.

⁵³ Ídem nota 43

31de100	24	Masculino	Buenos Aires ⁵⁵	Universitario	Estudiante	2017
32de100	43	Femenino	Lomas de Zamora	Terciario	Guía de Turismo	2009
33de100	42	Femenino	Miramar	Terciario	Agente de Viajes	Hace dos años ⁵⁶
34de100	25	Masculino	Bahía Blanca	Universitario	--	Julio 2017
35de100	38	Femenino	Paso de los Libres	Universitario	Lic. En Turismo	2012
36de100	23	Femenino	Buenos Aires ⁵⁷	Terciario	Vendedora	2017
37de100	50	Femenino	Buenos Aires ⁵⁸	Terciario	Instrumentadora Quirúrgica	Si
38de100	23	Femenino	Posadas Misiones	Secundario Completo	Estudiante Universitario	2014
39de100	24	Femenino	Buenos Aires ⁵⁹	Universitario	Lic. en Turismo	Febrero 2018
40de100	34	Femenino	Salta Capital	Terciario	Empleada privada	Hace dos años ⁶⁰
41de100	23	Femenino	La Plata	Universitario	Estudiante	2016
42de100	47	Femenino	CABA	Terciario	Guía de Turismo	2013
43de100	35	Femenino	Buenos Aires ⁶¹	Universitario	Lic. en Hotelería	2009
44de100	32	Femenino	Misiones	Posgrado	Lic. en Turismo	2017
45de100	20	Masculino	Buenos Aires ⁶²	Secundario Completo	Estudiante	Junio 2018
46de100	28	Femenino	Ushuaia	Universitario	Tec. en Turismo	2014
47de100	43	Femenino	CABA	Universitario	Docente y Psicopedagoga	2015

⁵⁴ Ídem nota 43

⁵⁵ Ídem nota 43

⁵⁶ Realizando la cuenta regresiva coincidiría con el año 2016. Se tomará de este modo para realizar el análisis a ahora en adelante.

⁵⁷ Ídem nota 43

⁵⁸ Ídem nota 43

⁵⁹ Ídem nota 43

⁶⁰ Realizando la cuenta regresiva coincidiría con el año 2016. Se tomará de este modo para realizar el análisis a ahora en adelante.

⁶¹ Ídem nota 43

⁶² Ídem nota 43

48de100	62	Femenino	CABA	Universitario	Jubilada	Hace 10 años ⁶³
49de100	67	Femenino	La Plata	Secundario Completo	Jubilada Bancaria	En 2 oportunidades hace unos 4 años ⁶⁴
50de100	27	Masculino	Ushuaia	Universitario	Dirección empresarial	2014
51de100	24	Femenino	Buenos Aires ⁶⁵	Universitario	Estudiante	2014
52de100	26	Femenino	Buenos Aires ⁶⁶	Universitario	Programadora	2012
53de100	29	Masculino	CABA	Terciario	Analista de Producto	2015
54de100	44	Femenino	Córdoba	Universitario	Lic., Tec. y Guía Nacional en Turismo	2005
55de100	55	Femenino	CABA	Terciario	Psicóloga Social	2016
56de100	25	Masculino	Entre Ríos	Universitario	Tec. en Turismo	Noviembre 2017
57de100	41	Femenino	Lanús	Terciario	Estudiante	Varias veces
58de100	61	Femenino	Bahía Blanca	Secundario completo	Jubilada	Septiembre 2017
59de100	43	Femenino	Martínez	Terciario	Agentes de viajes	Hace dos años ⁶⁷
60de100	23	Femenino	Córdoba	Universitario	Mecánico de avión	Marzo 2018
61de100	33	Femenino	La Plata	Universitario	Estudiante	2016 /2018
62de100	28	Masculino	CABA	Terciario	Empleado	3 ⁶⁸
63de100	22	Femenino	General Acha La Pampa	Universitario	Estudiante de Lic. en Turismo	2009 y 2019 ⁶⁹
64de100	27	Femenino	Buenos	Universitario	Tec. en Turismo	En

⁶³ Realizando la cuenta regresiva coincidiría con el año 2008. Se tomará de este modo para realizar el análisis a ahora en adelante

⁶⁴ Realizando la cuenta regresiva coincidiría con el año 2014. Se tomará de este modo para realizar el análisis a ahora en adelante.

⁶⁵ Ídem nota 43

⁶⁶ Ídem nota 43

⁶⁷ Realizando la cuenta regresiva coincidiría con el año 2016. Se tomará de este modo para realizar el análisis a ahora en adelante.

⁶⁸ Dato mal completado. Por lo no será elegida esta encuesta en la muestra para seguir analizando

⁶⁹ Se tomará solo la fecha de 2009 para el análisis, ya que no llegamos al año 2019 todavía

			Aires ⁷⁰			vacaciones 2 o 3 veces hace unos dos años atrás ⁷¹
65de100	31	Femenino	CABA	Terciario	Agente de Viajes	2013, 2014 y 2015
66de100	47	Femenino	Capital Federal ⁷²	Terciario	--	2000
67de100	30	Femenino	CABA	Terciario	Agente de Viajes	2012 - 2013
68de100	48	Femenino	Buenos Aires ⁷³	Universitario	Turismo	2017
69de100	27	Masculino	Luján, Buenos Aires	Secundario completo	Empleado	2012, 2013, 2016 y 2018
70de100	29	Femenino	CABA	Posgrado	Chef	03/2018
71de100	27	Femenino	Buenos Aires ⁷⁴	Universitario	Agente de Viajes	Agosto 2017
72de100	41	Masculino	CABA	Terciario	Técnico en Turismo	2011
73de100	26	Femenino	La Plata	Universitario	Lic. en Turismo	Mayo 2017
74de100	24	Femenino	CABA	Posgrado	Lic. en Turismo	2014
75de100	25	Femenino	Córdoba	Universitario	Lic. en Turismo	Abril 2017
76de100	25	Femenino	Capital Federal ⁷⁵	Universitario	Lic. en Turismo	2017
77de100	33	Femenino	Capital Federal ⁷⁶	Universitario	Lic. en Turismo	2009
78de100	34	Femenino	Olivos, Buenos Aires	Universitario	RRHH	Hace 3 años ⁷⁷
79de100	25	Femenino	Posadas, Misiones	Universitario	Estudiante	Octubre 2013
80de100	28	Femenino	Buenos	Universitario	Lic. en Turismo	Todos los

⁷⁰ Ídem nota 43

⁷¹ Realizando la cuenta regresiva coincidiría con el año 2016. Se tomará de este modo para realizar el análisis a ahora en adelante.

⁷² Ídem nota 45

⁷³ Ídem nota 43

⁷⁴ Ídem nota 43

⁷⁵ Ídem nota 45

⁷⁶ Ídem nota 45

⁷⁷ Realizando la cuenta regresiva coincidiría con el año 2015. Se tomará de este modo para realizar el análisis a ahora en adelante.

			Aires ⁷⁸			años
81de100	25	Femenino	Neuquén	Universitario	Lic. en Turismo	Octubre 2017
82de100	73	Femenino	Santa Fe	Secundario incompleto	--	2013
83de100	28	Femenino	Córdoba	Terciario	Técnico Superior en Gestión de Empresas y Servicios de Alojamiento	Octubre 2016
84de100	31	Femenino	Buenos Aires ⁷⁹	Universitario	Lic. en Turismo	16/01/2014
85de100	30	Femenino	El Calafate	Terciario	Guía de Turismo	2009, 2012
86de100	32	Masculino	Olivos	Universitario	Agente de viajes	Enero 2005
87de100	34	Femenino	CABA	Terciario	--	2017
88de100	32	Femenino	Salta	Universitario	Lic. en Turismo	2017
89de100	21	Femenino	CABA	Terciario	--	Febrero de 2018
90de100	24	Femenino	Banfield	Universitario	Agente de viajes	Abril 2018
91de100	26	Femenino	CABA	Universitario	Empleada Administrativa Hotelera	Mayo 2017
92de100	31	Masculino	Grand Bourg	Universitario	Carpintero	2011
93de100	63	Femenino	CABA	Terciario	Guía de Turismo	2006
94de100	22	Femenino	Buenos Aires ⁸⁰	Terciario	--	Enero 2018
95de100	24	Femenino	Buenos Aires ⁸¹	Universitario	Lic. en Turismo y Hotelería	2014
96de100	23	Femenino	La Plata, Buenos Aires	Universitario	Estudiante avanzada en Lic. en Turismo	Enero del 2016

⁷⁸ Al no haberse expresado de que parte de Buenos Aires es y si siendo un modismo muy utilizado por los residentes de CABA decir "soy de Buenos Aires" se tomará como CABA para el análisis a partir de ahora

⁷⁹ Ídem nota 43

⁸⁰ Ídem nota 43

⁸¹ Ídem nota 43

Visitantes y anfitriones. ¿Vínculos de armonía o vínculos de conflicto?. La ética y la estética del turismo contemporáneo y su influencia sobre el 'modus vivendi' de las comunidades locales.

Jezabel Espiño Ojeda

97de100	30	Femenino	Córdoba	Universitario	Hotelera	2015
98de100	24	Femenino	CABA	Universitario	Lic. en Turismo y Hotelería	2015
99de100	27	Masculino	Buenos Aires ⁸²	Universitario	Lic. en Turismo y Hotelería	2014
100de100	21	Femenino	Merlo, Buenos Aires	Universitario	Lic. en Turismo	2012

⁸² Ídem nota 43

Curriculums del Personal Calificado

APELLIDO Y NOMBRE: VILLA MARÍA DE LAS VICTORIAS

FORMACIÓN ACADÉMICA:

- ESTUDIOS SECUNDARIOS
ESTABLECIMIENTO: INSTITUTO SAN CAYETANO
TÍTULO: BACHILLER CON ORIENTACIÓN DOCENTE

ESTUDIOS UNIVERSITARIOS

- CARRERA: LICENCIATURA EN CIENCIAS ANTROPOLÓGICAS CON ORIENTACION EN ARQUEOLOGÍA
ESTABLECIMIENTO: FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS,
UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

CURSOS Y SEMINARIOS

- TALLER DE CERÁMICA: ARTE, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Organizado por la cátedra Ergología y Tecnología, FFyL, UBA. Instituto Superior de Formación Artística: Escuela de cerámica de Chascomús. Chascomús, prov. de Buenos Aires, Argentina. Septiembre de 2004. Cantidad de horas: 8 (ocho).
- ESCUELA DE CAMPO. Seminario de grado organizado por la FFyL, UBA (dictado por el Dr. Jorge Palma). Tilcara, prov. de Jujuy, Argentina. Agosto de 2005. Cantidad de horas: 85 (ochenta y cinco).
- ARQUEOLOGÍA DE LA ARQUITECTURA. NOCIONES TEÓRICO METODOLÓGICAS PARA EL ESTUDIO DE LA ARQUITECTURA ARQUEOLÓGICA. Organizado por La Zaranda de Ideas, Revista de Jóvenes Investigadores en Arqueología (dictado por la Lic. Gisela Spengler y el Arq. Guillermo Rolón). Museo Etnográfico "J. B. Ambrosetti", FFyL, UBA. Buenos Aires, Argentina. Septiembre/Octubre de 2008. Cantidad de horas: 12 (doce).

- **INTRODUCCIÓN A LA MICROARQUEOLOGÍA: DEFINICIONES, APLICACIONES Y TÉCNICAS DE RECUPERACION Y ANÁLISIS.** Organizado por La Zaranda de Ideas, Revista de Jóvenes Investigadores en Arqueología (dictado por la Dra. Débora M. Kligmann). Instituto Multidisciplinario de Historia y Ciencias Humanas (IMHICIHU), CONICET. Buenos Aires, Argentina. Agosto de 2011. Cantidad de horas: 12 (doce).
- **CAPACITACIÓN REPOTUR** (Repositorio digital del Ministerio de Turismo de la Nación). Organizado por el Ministerio de Turismo, Presidencia de la Nación (dictado por el Lic. Carlos Biscay). Hotel Dazzler. Buenos Aires, Argentina. Diciembre de 2012. Cantidad de horas: 4 (cuatro).

CONOCIMIENTO DE IDIOMAS

- **INGLÉS.** Academia de Inglés "Instituto San Cayetano", Division Senior, dependiente de Lenguas Vivas.
- **INGLÉS.** PRELIMINARY ENGLISH TEST (PET). Cambridge University.
- **ITALIANO.** Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

ANTECEDENTES ACADÉMICOS:

- **TALLER INTERNACIONAL DE ARQUEOLOGÍA DEL NOA Y ANDES CENTRO-SUR.** Instituto de Ciencias Antropológicas, Sección Arqueología. FFyL, UBA. Buenos Aires, Argentina. Agosto de 2004. Asistente.
- **V JORNADAS DE ARQUEOLOGÍA E HISTORIA DE LAS REGIONES PAMPEANA Y PATAGÓNICA.** Departamento de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Luján. Luján, Argentina. Octubre de 2005. Asistente.
- **VII JORNADAS DE JÓVENES INVESTIGADORES EN CIENCIAS ANTROPOLÓGICAS.** Primeras aproximaciones morfológico-funcionales de la cerámica de un recinto del sitio La Huerta. Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano (INAPL). Buenos Aires,

Argentina. Noviembre de 2006.

Expositor.

- XVI CONGRESO NACIONAL DE ARQUEOLOGÍA ARGENTINA. Transformaciones y persistencias en un poblado prehispánico del Noroeste Argentino. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, CREA – UNJu. San Salvador de Jujuy, prov. de Jujuy, Argentina. Octubre de 2007.
Expositor.
- XVI CONGRESO NACIONAL DE ARQUEOLOGÍA ARGENTINA. Estudios comparativos acerca de la cerámica y la fauna en dos recintos del sitio La Huerta, Quebrada de Humahuaca. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, CREA – UNJu. San Salvador de Jujuy, prov. de Jujuy, Argentina. Octubre de 2007.
Expositor.
- VI CONGRESO ARGENTINO DE AMERICANISTAS. La producción agrícola en la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina) durante los períodos Tardío e Inka (900 DC–1536 DC). Un caso de estudio. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad del Salvador. Buenos Aires, Argentina. Mayo de 2008.
Expositor.
- II JORNADA DE INVESTIGACIÓN Y EXTENSIÓN DE EQUIPOS DEL PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO INSTITUCIONAL DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS. La Arqueología como discurso sobre el pasado y como práctica en el presente. Facultad de Filosofía y Letras, UBA. Buenos Aires, Argentina. Noviembre de 2008.
Expositor.
- XVII CONGRESO NACIONAL DE ARQUEOLOGÍA ARGENTINA. Procesos de construcción de identidad y memoria colectiva. Biografía de Campo Morado, Quebrada de Humahuaca. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo. Mendoza, Argentina. Octubre de 2010.
Expositor.
- CONFERENCIA: EL INCA EN LOS ANDES MERIDIONALES. RED VIAL Y ORGANIZACIÓN SOCIOECONÓMICA. Museo Etnográfico Juan B.

Ambrosetti, FFyL, UBA. Buenos Aires, Argentina. Noviembre de 2010.
Asistente.

- IV CONGRESO ARGENTINO DE ARQUEOMETRÍA. Primeros resultados de los análisis geoarqueológicos del sitio El Churcal (Quebrada de Humahuaca, Jujuy). Departamento de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Luján. Luján, Argentina. Noviembre de 2011.
Expositor.
- IX JORNADAS DE JÓVENES INVESTIGADORES EN CIENCIAS ANTROPOLÓGICAS. Estudio actualístico de sedimentos en el sector medio de la Quebrada de Humahuaca. Instituto Latinoamericano de Antropología y Pensamiento Latinoamericano (INAPL). Buenos Aires, Argentina. Noviembre de 2012.
Expositor.

EXPERIENCIA PROFESIONAL:

DOCENCIA

- UNIVERSIDAD DE LA MARINA MERCANTE. FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN.
CARRERA: LICENCIATURA EN TURISMO
- UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES. FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS.
CARRERA: LICENCIATURA EN CIENCIAS ANTROPOLÓGICAS CON ORIENTACION EN ARQUEOLOGÍA.
SEMINARIO DE GRADO “TRABAJO DE CAMPO EN ARQUEOLOGÍA”
CATEGORÍA: AUXILIAR DOCENTE
PERÍODO: SEGUNDO CUATRIMESTRE DE 2008.
- UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES. FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS.
CARRERA: LICENCIATURA EN CIENCIAS ANTROPOLÓGICAS CON ORIENTACION EN ARQUEOLOGÍA.
CÁTEDRA “PREHISTORIA AMERICANA Y ARGENTINA II”
CATEGORÍA: ADSCRIPTO

PERÍODO: 2009-2010 / 2011-2012 / 2013-2014

PARTICIPACION EN PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

- INTEGRANTE EN CALIDAD DE ESTUDIANTE UBACYT F125 “PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO E IDENTIDAD: LA MICRORREGIÓN DE HUACALERA, QUEBRADA DE HUMAHUACA, PCIA. DE JUJUY”, SECRETARÍA DE CIENCIA Y TÉCNICA DE LA UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES, PROGRAMACIÓN CIENTÍFICA 2004-2007. DIRIGIDO POR EL DR. JORGE PALMA.
- INTEGRANTE EN CALIDAD DE ESTUDIANTE UBACYT F010 “VIDA COTIDIANA DE LAS SOCIEDADES NATIVAS DE LA QUEBRADA DE HUMAHUACA DURANTE LOS PERIODOS TARDÍO E INKA”. SECRETARÍA DE CIENCIA Y TÉCNICA DE LA UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES, PROGRAMACIÓN CIENTÍFICA 2008-2010. DIRIGIDO POR EL DR. JORGE PALMA.
- INTEGRANTE EN CALIDAD DE ESTUDIANTE UBACYT 20020100100649, RESOLUCIÓN C.S. 2657/11 “HACIENDO VISIBLE LO INVISIBLE: GEOARQUEOLOGÍA DEL FUEGO”. SECRETARÍA DE CIENCIA Y TÉCNICA DE LA UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES, PROGRAMACIÓN CIENTÍFICA 2011-2014. DIRIGIDO POR LA DRA. DÉBORA KLIGMANN.

PARTICIPACION EN PROYECTOS DE EXTENSIÓN

- INTEGRANTE EN CALIDAD DE ESTUDIANTE PROYECTO E840177 - FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS, UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES: “LA ARQUEOLOGÍA COMO DISCURSO SOBRE EL PASADO Y COMO PRÁCTICA EN EL PRESENTE”, DIRIGIDO POR LA DRA. SOLANGE FERNÁNDEZ DO RIO, UBA (PROGRAMACIÓN 2008-2010).
- INTEGRANTE EN CALIDAD DE ESTUDIANTE PROYECTO 3223/08 - FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS, UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES: “RECONSTRUYENDO MEMORIAS Y CONSTRUYENDO HISTORIAS EN UN LUGAR SAGRADO DE LA QUEBRADA DE HUMAHUACA”, DIRIGIDO POR LA DRA. SOLANGE FERNÁNDEZ DO RIO, UBA (PROGRAMACIÓN 2010-2012).

PASANTIAS DE TRABAJO EN GABINETE

- TRABAJO DE LABORATORIO EN CONVENIO DE COLABORACIÓN PARA ENTRENAMIENTO TÉCNICO-CIENTÍFICO EN EL INSTITUTO NACIONAL DE PENSAMIENTO LATINOAMERICANO (INAPL) “PROYECTO CERRO CASA DE PIEDRA 7 (CCP 7), SANTACRUZ, ARGENTINA”, DIRIGIDO POR LA DRA. MARÍA TERESA CIVALERO (MARZO – AGOSTO DE 2004).
- PASANTÍA EN TAREAS DE PRE-INVENTARIO DE MATERIAL LÍTICO Y CERÁMICA DE LAS COLECCIONES DE PAMPA Y PATAGONIA. MUSEO ETNOGRÁFICO, DIRIGIDO POR LA DRA. ANA MARGARITA AGUERRE (SEPTIEMBRE DE 2004 – JULIO DE 2005).
- CLASIFICACIÓN DE MATERIAL ARQUEOLÓGICO (CERÁMICA, ÓSEO, LÍTICO, TEXTIL) PROVENIENTE DE LOS TRABAJOS DE CAMPO REALIZADOS EN LOS SITIOS LA HUERTA Y CAMPO MORADO. INSTITUTO DE ARQUEOLOGÍA, UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES, BAJO LA DIRECCIÓN DEL DR. JORGE R. PALMA (FEBRERO DE 2006 – DICIEMBRE DE 2010).
- ANÁLISIS FÍSICO-QUÍMICO DE SEDIMENTOS ARQUEOLÓGICOS Y ACTUALES EN LABORATORIO. INSTITUTO DE ARQUEOLOGÍA, UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES, BAJO LA DIRECCIÓN DE LA DRA. DÉBORA KLIGMANN (MARZO DE 2011 A LA ACTUALIDAD).

TRABAJOS DE CAMPO

- ESCUELA DE CAMPO LA HUERTA/CAMPO MORADO, LOCALIDAD DE HUACALERA, QUEBRADA DE HUMAHUACA, JUJUY. AGOSTO DE 2005. DICTADA POR EL DR. JORGE PALMA.
- CAMPAÑA ARQUEOLÓGICA EN LOS SITIOS LA HUERTA Y CAMPO MORADO, QUEBRADA DE HUMAHUACA, JUJUY. DIRIGIDA POR EL DR. JORGE PALMA EN EL MARCO DEL UBACYT F125: “PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO E IDENTIDAD: LA MICRORREGIÓN DE HUACALERA, QUEBRADA DE HUMAHUACA, PCIA. DE JUJUY”. AGOSTO DE 2006.

- CAMPAÑA ARQUEOLÓGICA EN LOS SITIOS LA HUERTA, CAMPO MORADO Y PUERTA DE LA HUERTA, QUEBRADA DE HUMAHUACA, JUJUY. DIRIGIDA POR EL DR. JORGE PALMA EN EL MARCO DEL UBACYT F125: "PATRIMONIO ARQUEOLOGICO E IDENTIDAD: LA MICRORREGION DE HUACALERA, QUEBRADA DE HUMAHUACA, PCIA. DE JUJUY". AGOSTO DE 2007.
- CAMPAÑA ARQUEOLÓGICA Y ESCUELA DE CAMPO EN LOS SITIOS LA HUERTA Y CAMPO MORADO, QUEBRADA DE HUMAHUACA, JUJUY. DIRIGIDA POR LA DRA. SOLANGE FERNÁNDEZ DO RIO Y MARÍA DE LAS VICTORIAS VILLA EN EL MARCO DEL UBACYT F010: "VIDA COTIDIANA DE LAS SOCIEDADES NATIVAS DE LA QUEBRADA DE HUMAHUACA DURANTE LOS PERÍODOS TARDÍO E INKA". SEPTIEMBRE DE 2008.
- RESCATE ARQUEOLÓGICO DE UN SITIO FORMATIVO EN EL BARRIO DE MALKA, TILCARA. DIRIGIDO POR LA DRA. SOLANGE FERNÁNDEZ DO RIO EN COLABORACIÓN CON EL INSTITUTO INTERDISPLINARIO DE TILCARA (IIT), FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS, UBA. AGOSTO DE 2010.
- CAMPAÑA ARQUEOLÓGICA EN LOS SITIOS CAMPO MORADO, LA HUERTA Y EL CHURCAL, QUEBRADA DE HUMAHUACA, JUJUY. DIRIGIDA POR LA DRA. SOLANGE FERNÁNDEZ DO RIO EN EL MARCO DEL PROYECTO "LA ARQUEOLOGÍA COMO DISCURSO SOBRE EL PASADO Y COMO PRÁCTICA EN EL PRESENTE". AGOSTO/SEPTIEMBRE DE 2010.
- CAMPAÑA ARQUEOLÓGICA EN LOS SITIOS CAMPO MORADO Y EL CHURCAL, QUEBRADA DE HUMAHUACA, JUJUY. DIRIGIDA POR LA DRA. SOLANGE FERNÁNDEZ DO RIO EN EL MARCO DEL PROYECTO "LA ARQUEOLOGÍA COMO DISCURSO SOBRE EL PASADO Y COMO PRÁCTICA EN EL PRESENTE". AGOSTO/SEPTIEMBRE DE 2011.

TRABAJOS PUBLICADOS

- Solange Fernández Do Rio y María de las Victorias Villa (2009). La producción agrícola en la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina) durante los períodos Tardío e Inka (900 d.C. - 1536 d.C.): Estudio de un caso. VI Congreso Argentino de Americanistas, pp. 165-180, Año 2008,

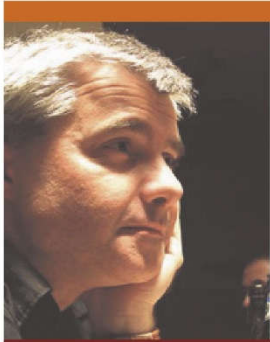
Tomo II. Sociedad Argentina de Americanistas. Buenos Aires.

- Carreras Jesica, M. Décima, S. Fernández Do Rio, M. A. Llago, J. Ohanian, M. Rúa, M. de las V. Villa (2009). La arqueología como discurso sobre el pasado y como práctica en el presente. Revista Espacios, pp. 19-25, N° 40, Buenos Aires, Argentina.
- Artículo periodístico de difusión sobre el rescate arqueológico realizado en la localidad de Malka, Tilcara (27 de Agosto de 2010). Periódico "Lea", pp. 16-17. San Salvador de Jujuy, Jujuy, Argentina.
- Villa, María de las Victorias y D. M. Kligmann (2013). Primeros resultados de los análisis geoarqueológicos del sitio El Churcal (Quebrada de Humahuaca, Jujuy). Arqueometría argentina. Estudios pluridisciplinarios, pp. 137-157. Ed. Aspha, Buenos Aires.

RESÚMENES PUBLICADOS

- Palma, Jorge, I. Leibowicz, S. Fernández Do Rio, M. A. Runcio, M. de las V. Villa, J. De Stéfano y M. A. Llago (2007). Transformaciones y persistencias en un poblado prehispánico del Noroeste Argentino. Actas del XVI Congreso Nacional de Arqueología Argentina, Tomo I, pp. 485-491. San Salvador de Jujuy, prov. de Jujuy, Argentina.
- De Stéfano, Julia, M. A. Llago y M. de las V. Villa (2007). Estudios comparativos acerca de la cerámica y la fauna en dos recintos del sitio La Huerta, Quebrada de Humahuaca. Actas del XVI Congreso Nacional de Arqueología Argentina, Tomo II, pp. 637-641. San Salvador de Jujuy, prov. de Jujuy, Argentina.
- Fernández Do Rio, Solange y M. de las V. Villa (2008). La producción agrícola en la Quebrada de Humahuaca durante los períodos Tardío e Inka (900 DC–1536 DC). Un caso de estudio. Libro de resúmenes del VI Congreso Argentino de Americanistas, pp. 72. Buenos Aires, Argentina.
- Fernández Do Rio, Solange, M. de las V. Villa, M. A. Llago, M. Décima y J. Ohanian (2010). Procesos de construcción de identidad y memoria colectiva. Biografía de Campo Morado, Quebrada de Humahuaca. Actas del XVII Congreso Nacional de Arqueología Argentina, Tomo IV, Cap. 31, pp. 1611-1614. Mendoza, prov. de Mendoza, Argentina.

- IV CONGRESO ARGENTINO DE ARQUEOMETRÍA: Villa, María de las Victorias, D. M. Kligmann y S. Fernández Do Rio (2011). Primeros resultados de los análisis geoarqueológicos del sitio El Churcal (Quebrada de Humahuaca, Jujuy). Libro de resúmenes del IV Congreso Argentino de Arqueometría, pp. 33. Luján, prov. de Buenos Aires, Argentina.
- IX JORNADAS DE JÓVENES INVESTIGADORES EN CIENCIAS ANTROPOLÓGICAS: Estudio actualístico de sedimentos en el sector medio de la Quebrada de Humahuaca. María de las Victorias Villa. Instituto Latinoamericano de Antropología y Pensamiento Latinoamericano (INAPL), pp. 58. Buenos Aires, Noviembre de 2012.



CV CARLOS FERNANDEZ BALBOA

EXPERIENCIA LABORAL

Me especialicé en la comunicación e interpretación del patrimonio natural y cultural. Tanto como docente, escritor y en el desarrollo de exposiciones de carácter didáctico.

DATOS PERSONALES

Nombre:

Carlos Guillermo Fernández Balboa

Nacionalidad

Argentina
Española

Lugar y fecha de nacimiento

Buenos Aires, Argentina
3 de Abril de 1965

Estado Civil

Divorciado

Dirección

Triunvirato 3942 Piso 6° Dpto
"C", Ciudad autónoma de
Buenos Aires

Teléfono

+54-11-15-3611-3578

Correo Electrónico

cfbalboa@hotmail.com

Algunos trabajos

comunicaciónypatrimonio.blogspot.com

Mi empresa

www.exhibirweb.com.ar

Asesor de Turismo Cultural.
MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACION

Desde Abril de 2011 soy Responsable de Turismo Cultural del MINTUR. En el Departamento de desarrollo de la oferta. Promuevo los itinerarios turísticos-culturales y los Sitios de Patrimonio Mundial bajo la premisa del Turismo Sustentable.

Coordinador de educación ambiental
FUNDACION VIDA SILVESTRE

En este cargo he producido materiales educativos dirigidos a todos los niveles de enseñanza. Manuales, afiches, videos, y cajas educativas. He brindado cursos, talleres y conferencias en todo el país, en temas vinculados con la Interpretación del Patrimonio natural y cultural y la relación de las ciencias naturales con el currículo de enseñanza.

Director de EXHIBIR

Participé como diseñador museógrafo en más de 30 exposiciones entre las que se destacan el Parque Temático Temaikén (Escobar) y Bahía Aventura (S. Clemente del Tuyú).
Participé del montaje del Museo regional Santos Vega de Gral. Lavalle, del diseño y montaje de los Centros de Interpretación de los Esteros del Iberá en Corrientes, de la Casa Museo de Luis Piedrabuena en Santa Cruz, y de las exposiciones de la Feria del Libro Antiguo en el Palacio de Glace de Bs. As.
Realicé la planificación museográfica de las Fortalezas del siglo XVII Santa Teresa y San Miguel del partido de Rocha Uruguay.
Llevé adelante la Renovación del Museo del Petróleo y la creación del Museo de Intendencia del Ejército.

EXPERIENCIA DOCENTE

Profesor titular ESCUELA NACIONAL DE MUSEOLOGIA HISTORICA.
Materias: Didáctica de Museos y Museología III

DOCENTE REGULAR DE CURSOS Y TALLERES DICTADOS EN:

CENCAP,
INSTITUTO PERITO MORENO, CICOP, UNIVERSIDAD DE NEBRIJA (España), CEIDA (España), ILAM (Instituto Latinoamericano de Museos de Costa Rica.)

Docente regular de la cátedra de turismo Rural de la Universidad de Buenos Aires, Facultad de Agronomía y Veterinaria.

Docente regular de la cátedra de Turismo Cultural de la UNESCO, dictada en el Museo Nacional de Bellas Artes.

Docente regular del CICOP (Centro internacional para la conservación del patrimonio) en las temáticas de "Patrimonio Integral", "Museos y monumentos".



CV CARLOS FERNANDEZ BALBOA

Producción bibliográfica

Soy autor o coautor de 22 libros, entre los que se cuentan:

-Patrimonio Intangible - Aunque no lo veamos, la cultura siempre está. Secretaria de Cultura de la Nación- Fundación Félix de Azara. 120 pp. 2009 en coautoría con Patricia Ceci.

-Monumentos, museos y otros sitios históricos. Secretaria de Cultura de la Nación. Fundación Félix de Azara. 120 pp. 2009. en coautoría con Patricia Ceci.

-La Selva en la Escuela -Manual de Educación Ambiental-en el contexto de la Caja Educativa, la Selva en la Escuela. Fundación Vida Silvestre Argentina. 250 pp. 2008.

-La interpretación del Patrimonio en la Argentina. (Autor y compilador) Editorial de la Administración de Parques Nacionales. 350 pp. 2007.

- La Naturaleza en la ciudad. Cuadernos de Educación ambiental. Fundación Vida Silvestre Argentina. 1995

-Anfibios. Guía para conocer y defender a los anfibios de Argentina. Editorial Albatros 1996.

-Yaguar. Guía para conocer y defender al yaguar americano Editorial Albatros. 1996

-Segismundo descubre el pastizal pampeano. Fundación Vida Silvestre 1997. Ganadora del premio Fantasía Infantil 1997 Albatros 2005.

- En coautoría con Roberto Crowder: **Relevamiento de bienes culturales y reservas naturales, algunas ideas para participar en la conservación del patrimonio natural y cultural.** Editorial de la Universidad de la Plata. 300 pp. 1997-

-En coautoría con Claudio Bertonatti. **Especies Amenazadas de Extinción.** Cuadernos de Educación Ambiental. Fundación Vida Silvestre Argentina. 1996.

-En coautoría con Marcelo Canevari. **100 Mamíferos argentinos** Editorial Albatros, 1998.

Publicaciones

He publicado más de 350 artículos técnicos y de divulgación sobre cultura, museología, y temas ambientales en medios gráficos como: Revista La Nación, Viva de Clarín, First, Descubrir, Vida Silvestre, Mainumbí, Caras y Caretas, Biológica, Gerencia Ambiental, Museología (España), Todo es Historia. Diario El territorio de Posadas, Tiempo Argentino, y en innumerables páginas electrónicas como la de la Asociación para la Interpretación del Patrimonio y Naya (www.naya.org.ar)

He brindado entrevistas radiales y televisivas para medios como:

Radio del Plata, Continental, Rock & Pop. Programa de TV TN Ecología, Canal Encuentro. Y numerosos medios periodísticos del interior del país.

FORMACIÓN ACADÉMICA

Título de Grado (Graduado)
Licenciado en Museología

Título Terciario (Graduado)
Museólogo
Instituto de formación docente N° 8 de La Plata-Bs.As.

Idioma
Inglés

Herramientas digitales.
Suite Office de Windows.
Sketch Up
Illustrator.

Miembro de:
Fundación Félix de Azara- Universidad Maimónides (**Miembro fundador**)
CICOP (Centro internacional para la conservación del patrimonio)
ICOM (International council of Museums)
MINOM (Movimiento internacional por la Nueva Museología)
AIP (Asociación para la Interpretación del patrimonio-España) **Representante en Argentina**

Distinciones
Premio "Conservar el futuro" año 2003 otorgado por la Administración de Parques Nacionales por el accionar educativo a favor del patrimonio natural y cultural

Algo sobre mi
Me gusta compartir el tiempo con mis amigos y viajar. Me interesa la música, el arte, visitar museos y áreas protegidas. Leer, escribir y tratar de vincular el mundo cultural con el natural, siempre entendiendo que la vida es corta y que hay que aprovechar cada minuto como un tesoro.



Transcripción de entrevistas

Entrevistada: María de las Victoria Villa

Profesión: Profesora de Antropología

Fecha: 12/04/2018

“Por un lado es importante destacar que y en función de cómo mencionábamos de la experiencia, yo comencé a trabajar particularmente en la Quebrada de Humahuaca justamente en el año 2005 y hasta el 2012 y en un período muy corto de tiempo, noté un cambio abismal en lo que era la relación por un lado, de las comunidades con los turistas y por otro lado, lo que era el crecimiento urbano también de esas localidades. Hubo un abismo en cuestión mucho menos de 10 años. Hubo una diferencia muy grande entre lo que percibí en mi experiencia al principio y lo que percibí al correr del tiempo. Particularmente como te decía, me parece que todo lo ligado al turismo varía muchísimo en función de la localidad. No es lo mismo, experimentar el turismo en una localidad como Purmamarca donde hay una conciencia, si bien no está estructurada la actividad, hay una conciencia en cuanto a lo que representa el turismo como actividad y como recurso. Comparando por ahí con otras localidades, como pueden ser un caso como Maimará, que no está alejado, sino a pocos kilómetros pero sin embargo, no hay un desarrollo turístico propiamente dicho y de hecho, no se aprovecha la actividad de la misma manera como se puede observar en Purmamarca, en Tilcara o en Humahuaca. Todas las localidades intermedias a lo largo de la Quebrada aprovechan el turismo, pero de manera muy desmenuzada por decirlo de alguna manera. Hay localidades que cuentan con recursos y se aprovecha exclusivamente ese recurso. Tenés el caso de Huacalera, una localidad que está a 17 km de Tilcara donde está el monumento al Trópico de Capricornio y no hay mucho más que eso. O sea, que el turista para, se saca la foto con el monumento al trópico, pero no se entera que por ejemplo, entrando a esa pequeña

localidad que son 10 cuadras, 10 manzanas a la redonda hay un museo arqueológico, un pequeño museo arqueológico, hay sitios arqueológicos por la zona. Entonces, bueno ahí, particularmente desde mi experiencia me parece como que varía en función, por decirlo de alguna manera del volumen, la dimensión que pueda tener no solamente la localidad, sino también la comunidad. Hay comunidades también incluso, que dentro de la Quebrada están mucho más organizadas que otras.

No es lo mismo, encontrarnos con una comunidad en Tilcara que otra en Huacalera, incluso muchas veces las comunidades de los pueblos más pequeños, son más resistentes incluso también, a todo esto de lo que es la actividad turística. Si bien, terminan adaptándose, porque ven muchas veces, en la experiencia personal que tengo yo me transmitían, que por ejemplo, el caso de Huacalera, ellos no querían transformarse en Tilcara. No querían ese crecimiento masivo, preferían preservarlo, entonces veían al turismo como un factor de impacto negativo, pero con el correr del tiempo y explicándoles y comentando que puede transformarse en algo positivo, lo fueron aceptando y por eso en su momento, aceptaron, tomaron en cuenta la creación de un pequeño museo arqueológico, donde se podía poner las colecciones y podían ellos manejarlo a su manera. Y obtener el rendimiento que mejor les pareciera. Pero yo creo que particularmente, toda esta cuestión de lo que es el *modus vivendi* pasa más que nada por una cuestión muy particular y depende muchísimo de la localidad. Es muy variante, fluctúa muchísimo de una localidad a la otra. No se puede ver de la misma manera, si uno hace este tipo de análisis en Tilcara, seguramente se le va a presentar una situación completamente diferente en Maimará o en Volcán incluso, donde empieza la Quebrada de Humahuaca. Son experiencias muy distintas, creo que el turismo es un factor positivo, pero no todas las comunidades a lo largo de la quebrada, lo ven de la misma manera. Así que me parece que pasa más por una cuestión que otra cosa. La armonía y el conflicto es la contracara de la misma moneda y en algún punto se puede

alcanzar el equilibrio, yo creo que la resistencia más que nada viene por una cuestión de memoria y de preservar también lo cultural, pasa más que nada por eso. Cuando se trata de hacer comprender que se puede preservar y al mismo tiempo se puede, a través del turismo, difundir por ahí una cultura, es cuando empieza la aceptación; pero es un proceso largo. Proceso largo que lleva su tiempo y es muy interesante particularmente el caso que se da a lo largo de toda la quebrada de Humahuaca y como fue variando a través del tiempo eso es muy interesante también de observar. No es lo mismo, lo que ocurría por ahí en un 2003, a lo que pudo ocurrir en un 2016. Tomando todos los casos y todas las localidades involucradas. Porque como mencionábamos anteriormente hay una cuestión importante a tener en cuenta que es la moda y la tendencia, que no se escapa de una actividad turística y lo que ocurre particularmente, es que convengamos que la Quebrada de Humahuaca es un destino bastante de moda en este último tiempo y la afluencia turística creció desmedidamente en los últimos 10 años. Creo que pasa más que nada, por una cuestión de tendencia, por decirlo de alguna manera, que otra cosa. Me parece que desde mi punto de vista, este título de visitantes y anfitriones y vínculos de armonía o de conflicto pueden verse en paralelo como las dos caras de la misma moneda como dije anteriormente y que varía y fluctúa enormemente de una localidad a otra dentro de la Quebrada de Humahuaca, lo mismo con las comunidades que residen en esas localidades.

Entrevistado: Carlos Fernández de Balboa

Profesión: Museólogo

Fecha: 08/05/2018

Bueno voy a empezar con una posición un poco crítica, con respecto a la categoría de Patrimonio de la Humanidad y como fue de alguna manera generada. Hace algunos años atrás, un presidente de una comisión, en ese momento el presidente de la Comisión de Monumentos y Sitios Históricos, en una charla más bien privada digamos, que tenemos una serie de técnicos, nos dijo que las generaciones futuras nos iban a criticar a nosotros por haber declarado a la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad; y el tiempo en algunos aspectos le fue dando la razón. La declaratoria, hay varias teorías de porque fue la declaratoria. Una de las teorías es que había un mal mayor que era un nivel de explotación que tenía que ver con una ruta y una serie de planificaciones donde iba a hacer bolsa la Quebrada. Entonces en esa coyuntura, un grupo de gente de la comisión de monumentos y otras gentes también de Jujuy apoyados por Liliana Fellner, que era la hermana del gobernador en ese momento, o la prima del gobernador, no lo tengo muy claro, pero de alguna manera fue la ideóloga de la declaración de Patrimonio de la Humanidad, decidieron presentar eso ante la UNESCO; y bueno de los dos males resurgió, se hicieron una serie de talleres, de trabajos de campo, que evidentemente ante la inexperiencia de la Argentina en materia de lo que tenía que ver con la declaratoria de un paisaje cultura, que es una cosa bastante diferente, a todo lo que se venía declarando; siempre se declaraba natural por un lado y cultural por el otro y en realidad había un informe técnico y solamente se abalaba ese informe técnico y no había en este caso la condición de paisaje que involucraba también a que las poblaciones estuvieran admitidas adentro de la categoría. Entonces se hicieron una serie de talleres, yo creo que hubo muy buena voluntad, pero no alcanzó, no alcanzo a cubrir las necesidades de lo que la gente

identificara como una situación de lo que les iba a pasar cuando eso se declarara como Patrimonio de la Humanidad y bueno efectivamente pasaron unos años y hubo varias situaciones que hacen que se desdibuje de alguna manera la asignación de paisaje de la humanidad, de paisaje cultural de la humanidad. Algunas de esas situaciones son la avaricia del tema turístico reflejada en el mercado inmobiliario; hay un libro que no se si lo leíste, que te lo recomiendo de cualquier manera que te va a servir mucho para eso que es la sombra del turismo (*Jezabel: no lo leí*) después te lo puedo alcanzar, o podés leerlo, que la sombra del turismo es el mercado inmobiliario que viene detrás de una propuesta turística y que modifica por lo menos en lo paisajístico, en lo estilístico, en un montón de formas lo que hace al tema del paisaje cultural. Con lo cual, a medida que va pasando el tiempo se va desdibujando los motivos por los cuales, ese sitio fue declarado patrimonio. La gente va emigrando, se pierde la idea de paisaje, se pierde la identidad, una serie de problemas, que en muchos lugares, no en todo, pero en muchos lugares de la Quebrada, de alguna manera se va viendo ahora. Bueno, lo que también podríamos resumir es que la declaratoria no alcanza, digamos, que con declarar un sitio patrimonio de la humanidad no garantiza su preservación sino lo que se puede prever es que hace falta gestión, hace falta un a trabajo de gestión permanente, un trabajo de capacitación permanente y sobre todo el involucramiento de las comunidades en lo que significa estar en un sitio Patrimonio de la Humanidad. Porque, ahora se da la triste paradoja, de que los motivos por los cuales fueron declarados patrimonio de la humanidad están un poco desdibujados a medida que pasa el tiempo. Muchas poblaciones, han emigrado, muchos paisajes, de distintos lugares de la Quebrada, incluso el mismo Purmamarca se han visto modificados y eso no parece tener una detención en el tiempo. Digo, no parece que haya medidas, que aminoren, la situación en el corto o mediano plazo no, nada eso es el concepto general de la crítica a la declaratoria y el avance del

turismo por sobre otros intereses que tienen que ver con preservación del patrimonio. Hay mucha información dando vueltas también con respecto a esto, con un poquito de tiempo, yo te puedo mandar, algún dato más que tenga que ver con información más puntuales de este tipo de cosas no, y la pérdida de patrimonio se da en distintas dimensiones, en la dimensión del paisaje pero la por pérdida de patrimonio me parece se da a mí en el caso de patrimonio intangible. O sea, en la pérdida de lo que es las culturas, las formas de vida, los motivos por los cuales en definitiva, se declaró.

Qué se yo, Yupanqui dice por ahí que el hombre es tierra que anda y entonces, si el hombre es tierra que anda y hay una declaratoria que tiene que ver con paisaje, el paisaje involucra claramente al hombre dentro de ese contexto y bueno hay que preocuparse mucho más por preservar las costumbres y las formas de vida del hombre, que por preservar determinado tipo de escenario o escenificación que puede llegar a perderse a lo largo del tiempo.

Que no se, dentro de esto que otra cosa estuviste viendo

Yo: Estuve viendo eso exactamente. La idea del proyecto de tesis es plantear que siempre se está capacitando al residente pero el turista no recibe información para no hacer impacto en el residente, eso es lo que falta del otro lado. Uno viaja a la Quebrada entra a un centro de informes y le dice bueno tenés estos hostels y este hotel nada más; no te dicen nada sobre formas de vida, ni cómo comportarte, ni cómo tratar con el que está del otro lado. Entonces uno a veces, también va chocando, vas encontrando y también vas afectando a quien está del otro lado.

Carlos Fernández de Balboa: Claro es el efecto del turismo que siempre decimos, que hay un choque de culturas que generalmente sale perjudicada la más débil de las dos culturas. Haber, y después hay una serie de artículos, esos te los puedo llegar a alcanzar. Hay artículo muy

interesante en patrimonio, hay un libro de patrimonio de Buenos Aires y hay un artículo muy interesante que es la pérdida de los rasgos folclóricos de la Quebrada que eso después con un poco de tiempo te lo puedo llegar a alcanzar también y bueno en la enseñanza del turismo lo que a mí me interesa mucho es el tema de la interpretación del patrimonio que no se si vos viste algo de eso.

Yo: Si yo soy docente a nivel universitario, hace tres años, uno poco más como cinco, hubo en la universidad un cambio; y dentro del cambio se puso patrimonio como materia. Ahora, le decís al alumno que tiene que visitar un museo y te mira con cara de, un ¿¿n museo?! Y le decimos que sí, que recorran patrimonio que es lo que ustedes van a tener que cuidar para las generaciones que vienen después. La idea es que se le empiece a dar importancia al patrimonio, que no se le da, si bien los museos no son el único patrimonio, que a través de ellos entiendan que tiene que cuidarlo. Yo doy la materia de los viajes y hace cinco años a esta parte nos dimos cuenta que la gente va al lugar y lo único que quiere es ir a ver el paisaje. No les importa la historia ni cómo surgió. Una cosa es el turista y otra cosa es el profesional que tiene que desarrollarlo. Ese profesional es el que me preocupa, el que no ve como importante que se tenga que recorrer y conocer la historia del espacio.

Carlos Fernández de Balboa: En relación a la educación del turista es importante poder enseñarle al turista, eso tiene que tener un desarrollo posterior, el concepto de itinerario. O sea, el concepto de que el turista pueda desarrollar un itinerario que lo lleve a recorrer distintos lugares y de esa manera se combate de alguna forma el foco central que en este caso son Tilcara, Purmamarca, los sitios viste, la misma Quebrada, la misma Humahuaca, que son los sitios más sobresalientes. Si el turista tiene una idea de poder realizar un itinerario, de poder recorrer distintos lugares, claro que eso también tiene que ver con el tema de oferta, tiene que ver con el tema de las posibilidades que tiene el turista, en fin una serie de cosas que

hacen a las dificultades de poder hacer un itinerario. Pero el desarrollo de itinerarios me parece una alternativa muy interesante para descomprimir lugares que de otra manera, se pierden desde el punto de vista identitarios y después también para poder manejar un flujo de turistas que sea razonable en un circuito que te lleve de un sitio a otro y que te permita tener una visión más integral del lugar que vas a visitar. No todos apelotonados en Purmamarca, no todos apelotonados en Tilcara, me parece que eso también es importante.

Yo: Si es como que están todos en un lugar o todos en el otro. A mí me dio la idea cuando fui, en Purmamarca no tanto, porque fui en temporada baja. Pero Tilcara me dio la idea de la Villa Gesell de Norte Argentina, ese idea. Vas caminando por Villa Gesell. Estoy en el norte y la cultura es otra y uno que la estudia a veces tanto, pensás, ¿por qué la casita de madera? Donde están las cosas que son típicas de allá.

Si descomprimir, son los puntos neurálgicos. Uno va a Purmamarca, Tilcara o Humahuaca y de ahí no se mueve. Son tres lugares, Maimará lo haces de pasada, viste la Paleta del Pintor y seguiste.

Carlos Fernández de Balboa: Bueno entonces yo lo que te podría decir como resumen, el sistema de protección no se termina cuando tenés la máxima protección que es en este caso Patrimonio de la Humanidad, es la máxima protección de categoría mundial de un paisaje, de un sitio. Ahí no se termina, ahí empieza. Porque otra de las cosas que sucede, es cuando ingresas como Patrimonio de la Humanidad es que inmediatamente entras en la Line Travel, línea de promoción turística de todas partes del mundo y seguramente ese sitio, se quintuplica en visitación a los dos años. Hay que ver si está preparado este sitio para eso, es el grave problema, en este caso no estaba preparado, entonces tenés mayor presión por el mercado inmobiliario, tenés mayor presión de turistas. Hay una idea fantasiosa de que eso genera mucho empleo, pero en realidad, lo que

sucede generalmente, es que la gente es desplazada porque, no está capacitada para inmediatamente, o con la necesidad que el turismo requiere para, desde atender al público a tender una cama o hacer un montón de tareas. Entonces la gente local antes de capacitarla es remplazada por otra gente que viene de afuera y eso genera también, desempleo genera una especie de resentimiento, falta de sentido de pertenencia, un montón de problemas, que trae aparejado, el tema de hacer las cosas rápidamente sin pensar también a largo plazo, sin pensar en una cuestión más de una mirada un poco más larga y bueno esas necesidades.

De hecho, mira cómo evolucionó la cosa que la Quebrada fue declarada en el 2003, el Qhapaq Ñan, en el Camino del Inca, fue declarado en el 2014 y hubo un proceso mucho más inteligente, mucho más largo de trabajo con las comunidades en el Qhapaq Ñan. De hecho, muchas comunidades en Qhapaq Ñan no querían ser Patrimonio de la Humanidad, desistieron de ser Patrimonio de la Humanidad y bueno, entonces en la trazabilidad los que hicieron el proyecto para Argentina, lo sacaron del sitio patrimonio porque a ellos no les interesaba formar parte de esa categorización, consideraban que podía ser perjudicial para ellos mismos y bueno se escuchó. En ese caso, en Qhapaq Ñan se escuchó la idea de las comunidades y se las sacó de la categoría, se las saco del sitio, cosa que es interesante también, tener una mirada fresca y una mirada de escucha a las necesidades de las comunidades y del peligro que pueden sentir las comunidades de no estar preparadas para pertenecer a esos sitios, un poco eso.

Yo: Me pasó estar hablando con gente de allá y se comparan entre ellos, yo no quiero ser como Purmamarca, vas a Purmamarca y yo no quiero ser como Tilcara. La gente que vende en las plazas te dice que de noche se van a un pueblo a 200km o a 50km donde están tranquilos y no hay turistas y donde ellos viven realmente. Se tuvieron que desplazar para estar tranquilos.

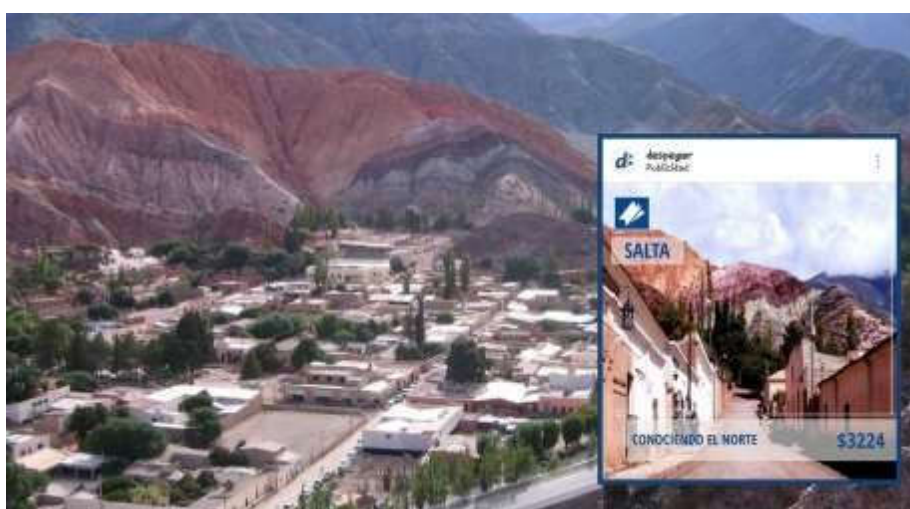
Artículos periodísticos

Jujuy intimó a Despegar.com por publicitar la Quebrada de Humahuaca como destino de Salta

24 DE NOVIEMBRE 2018 - 12:52 El Gobierno jujeño intimó a la reconocida empresa y pidió que se retracte. Si hace caso omiso “se iniciarán acciones legales”.



Una vez más, la empresa de turismo Despegar.com promocionó vuelos a la provincia de Salta con imágenes de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy). Por ello, el gobierno jujeño intimó a la empresa por reincidencia en el uso de imágenes engañosas para promocionar otro destino.



Diego Valdecantos, secretario de Turismo jujeño, afirmó que este tipo de publicidad engañosa que promociona como destino turístico a Salta “solo perjudica a todos los operadores turísticos de Jujuy”, por lo que se

determinó, en el marco de las acciones legales correspondientes “intimar a la empresa a que cese con tal actividad”, destacando que en el caso de hacer caso omiso a tal medida “se iniciarán las acciones legales correspondientes contra la empresa”.

Por su parte, desde la Fiscalía de Estado, en el marco de las leyes vigentes que defienden el patrimonio jujeño, se intimó a la mencionada empresa para que termine con la publicidad engañosa y realice un comunicado explicando que el destino promocionado corresponde a la Quebrada de Humahuaca y que pertenece a la provincia de Jujuy. **“Esta medida solo busca defender la cultura, imagen y el rico patrimonio turístico que tiene la provincia de Jujuy”, señaló el funcionario, y explicó que por tal motivo se trabaja, en esta oportunidad junto a la Fiscalía de Estado, para que las empresas que cometen este tipo de error en sus promociones sobre un destino turístico dejen de hacerlo, “ya que perjudican la fuente de trabajo de los operadores locales”, dijo Valdecantos.**

Indicó que la carta documento promueve una acción inhibitoria y ordena a la empresa Despegar.com a remover, rectificar y aclarar la publicidad engañosa efectuada en sus portales web, absteniéndose la misma de continuar ocasionando daños a la economía local.

Fuente: El Tribuno de Jujuy

Web: <https://www.eltribuno.com/salta/nota/2018-11-24-12-40-0-jujuy-intimo-a-la-empresa-despegar-com-por-publicitar-la-quebrada-de-humahuaca-como-destino-de-salta>

Argentina: Jujuy, la pobreza de la periferia

Resumen Latinoamericano/ 17 de Marzo 2017 .-



En Enero, la Junta Interna de ATE Indec informaba que la canasta básica ascendía a\$ 21.208.

Recientemente el Observatorio de la Deuda Social Argentina de la Universidad Católica difundía que la pobreza en nuestro país asciende a un 32%, un tercio de la población. Para saber cuál es la situación en Jujuy, en el *Enredando las Mañanas* de este miércoles entrevistamos a **Benito Carlos Aramayo**, de la **Cátedra de Economía de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy (UNJu)**, que desde hace 10 años viene elaborando indicadores rigurosos. Pero ni aun sabiendo eso, estábamos preparados para los números que arrojó el último trabajo de la cátedra: En Jujuy hay un 65% de pobreza y un 15% de indigencia.

ELM- Queremos preguntarle, en primer lugar su opinión, respecto de estos números nacionales, que se vienen dando tanto desde ATE Indec como del Observatorio de la Universidad Católica

BCA- Primero quisiera decir, que el hecho de que ahora se hable de que estamos con un 32,3 % de pobreza, es un avance en relación a lo que había sido la negación del gobierno anterior; de reconocer los verdaderos porcentajes de pobreza, de indigencia, de la medición de canasta alimentaria y canasta total, que prácticamente se había dejado de hacer.

Que se difunda ahora es un paso, pero no es la exacta realidad o una aproximación a la realidad que nosotros observamos en la mayor parte de la Argentina. Porque provincias que tienen porcentajes de pobres e indigentes duplican prácticamente lo que dice inclusive el Observatorio Social de la Universidad Católica. El Indec nuevo, el de (Jorge)

Todesca (su director) ahora dice que reconoce los 32,3 % de pobres y, al mismo tiempo, señala que aproximadamente, para hablar en números redondos, se necesitan \$13.500, en un hogar de cuatros miembros para superar la línea de pobreza. Esto es muy focalizado, se puede decir, en la medición que pueden estar haciendo en Capital o en Gran Buenos Aires, pero nosotros tenemos la propia medición aquí en la provincia de Jujuy, que la venimos haciendo ya prácticamente desde hace 10 años, en un seminario que se llama Indicadores Económicos y Sociales de la Argentina y de Jujuy, que es una tarea que hacemos con los alumnos que cursan este seminario en el 2° cuatrimestre.

La última medición la realizamos haciendo tarea con 140 alumnos, recorriendo supermercados, almacenes de barrio, ferias barriales, mercados centrales, etc. Hemos relevado 59 artículos que componen la canasta básica alimentaria en Jujuy, que son agrupados por rubro, por ejemplo, todo lo harináceo (pan, fideos, harinas), la carne, con sus distintas calidades, la verdura, las frutas, las leches, los quesos, es decir todo eso compone la canasta básica alimentaria. Eso es medido mes a mes. Nosotros hicimos el trabajo de campo en el mes de octubre, terminamos de procesar la información en noviembre y después aplicamos al resultado de eso que es medir el costo de la Canasta Básica Alimentaria para una persona, que en estadística se llama "Adulto Equivalente", que es el jefe de familia o jefa de familia. Esto es lo que indica cuánto necesita una persona que tiene que reponer fuerza de trabajo a diario, porque el desgaste del trabajo implica la necesidad de comer. Y nosotros llegamos a hacer el ajuste por la inflación que habíamos hecho en octubre con tarea de relevamiento, en todos los lugares que pudimos hacerlo, fuimos ajustando con la inflación que a partir del mes de diciembre tuvo una tendencia a la baja, es decir que no estábamos en el 4, 5% que se vio hasta el mes de noviembre y una parte de diciembre, si no que empezó a ver una tendencia al 1,5/ 1,7 %. Ahora hubo un pico, un rebote con 2,5 %, pero tomando objetivamente los ajustes por inflación, nosotros hemos medido que en la provincia de Jujuy, una persona adulta, para reponer su fuerza de trabajo que le significa consumir 3.700 calorías por día, necesitaba \$ 2.453. Con esta cifra, que es lo que cuesta a un adulto comer, para decirlo en términos mundanos, como Dios manda, hay que

hacer el cálculo de cuánto necesita la familia, porque está el hombre, la mujer y, en el caso de Jujuy, nosotros hacemos la medición sobre un tipo de hogar con 5 miembros, con hijos que están por debajo de los 12 años, 10 años y 7 años.

ELM – Que es lo que corresponde un poco a la realidad demográfica de Jujuy, muy distinta a la de Buenos Aires...

BCA- Exactamente, responde a la realidad demográfica, que sale del censo del 2010 donde de la cantidad de población se divide por la cantidad de viviendas habitadas y eso da el promedio de composición de personas en el hogar, que serían 5 miembros.

Entonces ¿Cómo se llega a definir, lo que necesita esta familia para superar esta línea de indigencia? Porque si no se come bien todos los meses, se es indigente. Entonces nosotros tenemos unas necesidades calóricas para el grupo familiar de 5 miembros de 4,02. Esto es lo que se necesita en el grupo familiar.

¿Esto cómo es? Sumar lo que es uno, el equivalente de 1, que es de padre o madre y después lo que necesita, el esposo o la esposa, el hijo varón de 12 años, otro hijo varón de 10 años o una hija de 7 años, la suma de las necesidades calóricas da 4,02 esto se multiplica por lo que necesita el adulto, \$2.453 y nos da, que para superar la línea de indigencia en Jujuy se necesitan \$9.861 en el grupo familiar.

Después viene cómo se calcula la pobreza, es decir cómo se calcula la canasta total

¿Cómo se calcula? Es muy simple, además de comer; las familias ¿Qué necesitan? Ropa, calzado, energía electricidad, gas, agua, transporte, hoy en día comunicación, porque

¿Hoy quién no tiene un celular?, los gastos de educación, de salud, de esparcimiento y de vivienda., en una población que la mitad no tiene vivienda propia y tiene que alquilar.

Bueno esto es lo que se cuenta y se aplica un coeficiente, se multiplica lo que es la canasta alimentaria por ese coeficiente y a nosotros nos da que para poder cubrir las necesidades de toda la familia durante todo el

mes cuando se tiene que alquilar se necesitan \$ 28.652, ahora si la familia tiene casa propia se necesita \$4.000 pesos menos, es decir \$ 24.652.

Sobre esta base de cálculos, nosotros tenemos que cruzar la información con el nivel de ingreso de la familia, en Jujuy; esto está hecho tanto por el INDEC Nacional, con la Encuesta Permanente de Hogares y está hecho también por la Junta Interna de ATE-Indec, que tiene la medición de todo el país.

Y resulta que en Jujuy, con datos oficiales del Ministerio de Hacienda de la Nación, tenemos que el sueldo neto promedio de un empleado público, promedio -estamos hablando del promedio sobre 85.000 empleados públicos- es de \$ 11.975 y en la actividad privada según datos oficiales del Ministerio de Trabajo en Jujuy el ingreso promedio de un asalariado de la actividad privada es de \$ 13.635.

¿Qué conclusión sacamos? De que, por más que en una familia hayan dos miembros empleados del sector público y en la actividad privada, dos miembros trabajando en relación de dependencia en la actividad pública, al multiplicar \$11.975 por 2 no llegan a cubrir la canasta total y multiplicando por 2 el ingreso en la actividad privada se estaría bordeando el límite de la pobreza.

Conclusión, para nosotros, hecho el trabajo desde la Cátedra, concluimos que si solamente tenemos en cuenta los asalariados, los que hay en la provincia de Jujuy, que tienen familia en este núcleo familiar de 5 miembros, hay 411.000 personas en hogares donde hay sueldos, donde hay ingresos de dos sueldos; o sea tenemos 411.000 personas en condición de pobreza, porque no superan la línea de los \$ 28.652, es decir el 53% de la población de Jujuy.

Es mucho más de lo que está en el Observatorio Social, es mucho más de lo que da el INDEC, estas son las cifras nuestras. Y si a esto le sumamos la cantidad de desocupados que hay en la provincia de Jujuy, que tienen algún tipo de subsidio por desocupación, que son aproximadamente 100.000 personas más -no son asalariados, viven de

subsidios- estamos hablando de que el 65% de la población de Jujuy no supera la línea de pobreza.

Y de ese 65% hay que desagregar los que son indigentes; ¿Cuántos son los Indigentes? Los Indigentes son el 15% del total.

Con estos números tenemos que decir que **en Jujuy hay más de 500.000 personas que están bajo línea de pobreza y hay aproximadamente 75.000, 76.000 personas que son indigentes.** Esta es la realidad, esto es lo que explica la verdadera situación social que hay en la provincia de Jujuy, esto es lo que explica el drama de los niños, de la juventud. En una juventud que si en el promedio nacional dice que el 50% no termina la secundaria, en Jujuy tenemos el 60%, 65% que no termina la secundaria, no estudia, no trabaja, por lo tanto las condiciones son realmente calamitosas.

Esto es lo que hemos hecho nosotros, en mediciones desde la Cátedra. Ponernos a disposición de la sociedad ese es el rol de la universidad, nosotros nos debemos a la comunidad, nos debemos a la población que es la que con sus aportes, con sus impuestos, financia la educación pública y lo mejor que puede hacer una cátedra que tiene que ver con esta cuestión de medir la economía, medir la pobreza, medir la indigencia en la provincia de Jujuy, ver la realidad de los sueldos etc. es ponernos a disposición de todos aquellos que quieran venir a nuestra facultad. Lo hacemos también a través de los medios como ustedes, porque ese es el rol que entendemos nosotros tiene que ser la devolución de los profesores y de todo lo que es la autoridad en la universidad al servicio de la población para que se conozca la realidad tal como es, no como la presentan en los medios oficiales y también para comparar con mediciones que, con buena intención, tratan de aproximarse a la realidad, como en el caso de la Universidad Católica.

ELM – Le agradecemos toda la información. La verdad es que mientras escuchábamos los números nos mirábamos aquí con mi compañero, que estamos conduciendo nuestro programa, porque son números que te dejan en silencio. Y que marcan una realidad. Nosotros, somos docentes, y como docentes iniciando

recién, no llegamos a \$ 7.000 y esta es una realidad bastante extendida

BCA- Y supongamos que ustedes tengan dos en la casa que tengan \$ 7.000 u \$ 8.000, están por debajo la línea de la pobreza, están superando la indigencia, pero no salen de la situación de pobreza. Está medido técnicamente, como tiene que ser, con rigor, porque esto es lo que nosotros hemos puesto a disposición del Frente Amplio Gremial, que ha movilizó el martes pasado y estas son las cifras que ellos manejaron para difundir entre sus bases, la verdadera situación de los trabajadores estatales desde el punto de vista asalariado.

ELM – Para lo cual el aumento del 10% ofrecido por el gobierno provincial es...

BCA- Una burla, una verdadera burla.

ELM – Aparte la inflación del año pasado ya se comió el sueldo de la mayoría de los trabajadores...

BCA- Así es y ahora pretenden, en un absurdo, lo quiero decir como docente universitario, de que no quieren hablar de porcentajes, dicen de que van aumentarle a los docentes universitarios, según cómo evolucione la inflación, cuando se ha perdido el año pasado por lo menos un 10% de la capacidad adquisitiva y tendríamos que arrancar el mes de Abril con un aumento que recupere eso. Pero no lo quieren hacer, estamos de vuelta de paro, de vuelta la Conaduh Histórica ha decidido que esto no arranca y bueno esa es la situación en la docencia primaria, secundaria... es decir, siempre la educación pública por detrás de sus necesidades y los que atentan contra la permanencia de la escuela pública es el gobierno o los sucesivos gobiernos que no destinan los recursos para las necesidades de fortalecer la educación pública y no debilitarla o llevarla a una situación límite cómo lo que estamos viviendo.

Fuente: Resumen Latinoamericano

Web: <http://www.resumenlatinoamericano.org/2017/03/17/argentina-jujuy-la-pobreza-de-la-periferia/>

23/7/2018

La tierra en la Quebrada aumentó 7 veces | Jujuy Al

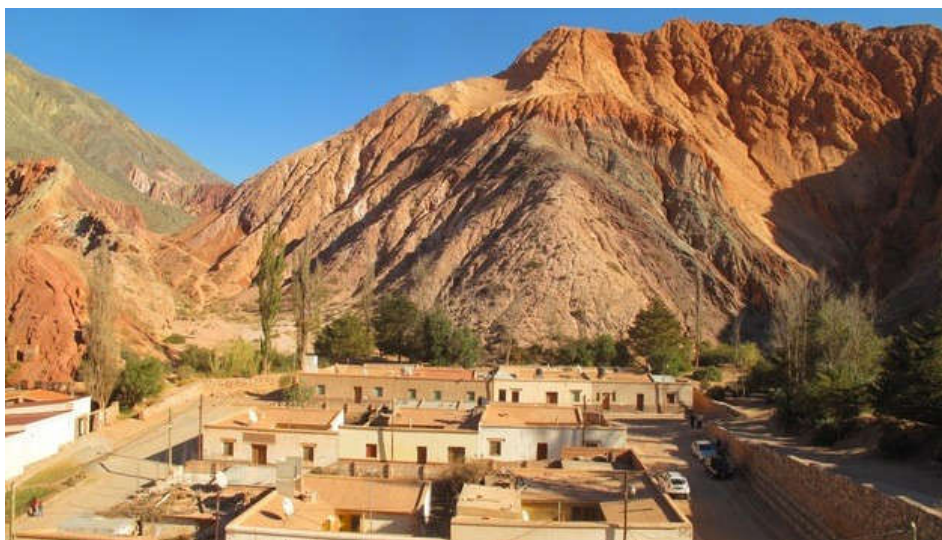
Momento



La tierra en la Quebrada aumentó 7 veces

Un trabajo realizado por el CONICET calcula el metro cuadrado en un promedio de 1.000 dólares en la actualidad, costo que no paró de crecer desde la declaración de la región como patrimonio de la Humanidad. Zonas de riesgo y falta de información, volcados en un minucioso estudio.

Viernes, 27 de octubre de 2017 22:11



La declaración de la Quebrada de Humahuaca como patrimonio de la humanidad fue una bisagra para la provincia y la región, que imaginó como nunca antes desde ese momento el despegue de la industria turística, algo que aún no termina de ocurrir pese a que pasaron 14 años desde aquel histórico sello entregado por la UNESCO.

Sin embargo, la especulación con el precio de la tierra era previsible y de hecho sucedió.

Como nunca antes, un estudio del Instituto de Tilcara, perteneciente al Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICET) midió la evolución del fenómeno en varias zonas de la quebrada, particularmente en la localidad que dio nombre al organismo.

De acuerdo al trabajo que llevó adelante el geógrafo Sergio Braticovic, investigador del CONICET, en la ciudad, durante el periodo que va desde el año 2004 hasta 20016, el precio se multiplicó por siete.

Así, mientras el precio de un metro cuadrado en un lote ascendía a 12 dólares en el primer momento, en la actualidad el promedio es de 84 dólares, en terrenos cuya extensión abarca 300 a 900 metros cuadrados.

El valor de la tierra se multiplica notablemente cuando se trata de viviendas construidas. En el centro de Tilcara, la zona más demandada, el precio se equipara con lo que ocurre en las ciudades más costosas del país como Mendoza, y llega a superar los 1.000 dólares el metro cuadrado.

La cifra fue constantemente en ascenso hasta alcanzar una meseta en el último año, en el que según el profesional se pudo ver algunas propiedades a la venta.

El costo se mantiene inalterable, pese a que la región se encuentra rodeada de factores de riesgo. El aluvión del 10 de enero en Volcán, y uno de menor magnitud el 7 de marzo en la propia Tilcara son una prueba de ello.

La prestación de servicios por parte del estado también es deficiente. El trabajo estima que sólo el 40% de las calles tiene asfalto, y la red cloacal se extiende sólo por el centro y los barrios aledaños. La red de gas, en tanto, está disponible para que los vecinos se conecten por su cuenta.

Sin embargo, el precio de la tierra se mantiene.

Fuente: Jujuy al Momento

Web: <http://www.jujuyalmomento.com/post/76571/la-tierra-en-la-quebrada-aumento-7-veces.html>