



## **EL LUGAR Y LAS REDES**

### **Turismo en Quebrada de Humahuaca (Argentina)**

Mag. Rodolfo BERTONCELLO<sup>1</sup> - Prof. Claudia TRONCOSO<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Profesor regular de la UBA, investigador del CONICET. Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

<sup>2</sup> Becaria del CONICET. Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

(11 - 38) Rodolfo BERTONCELLO - Claudia TRONCOSO

## Abstract

### PLACE AND NETWORKS Tourism at the Quebrada<sup>3</sup> de Humahuaca (Argentina)

This work analyzes the characteristics of the Quebrada de Humahuaca, in northwestern Argentina, as a tourist destination. This is a place acquiring increasing importance as a national and international tourist destination, based on a set of tourist attractions of renowned prestige. Its recent declaration as World Patrimony by UNESCO reinforces this condition. On the other hand, from different perspectives and by diverse agents, tourist activity is being promoted as a strategy not only to overcome the economic stagnation and high levels of poverty of the place, but also to guarantee the appraisal and preservation of its patrimony.

The question is approached from a description of the place and of tourist practices. From such a start, a group of significant questions is presented, to understand the situation and to advance a little beyond the description and wishful-thinking proposals regarding tourist potentialities for development, and the 'natural' endowment of certain places for tourist development.

Two nuclear concepts of Geography, that of place and of networks, allow articulating treatment of the case into a wider discussion, referring to forms of territorial organization related to tourist practices and their implications for local development. In this sense, the work analyzes the qualities regarded as the place's 'tourist attractions' considered not as its immanent attributes, but as the result of a social process in which the concrete and symbolic practices that construct such conditions are articulated. What is expected is to contribute to the understanding of the specificities of a tourist place within a broader framework articulating diverse social and territorial networks.

**Key Words:** Geography - tourism - organization - territory - culture

<sup>3</sup> Quebrada: gully or ravine; (US) gulch

(11 - 38) Rodolfo BERTONCELLO - Claudia TRONCOSO

## Resumen

Este trabajo analiza las características de la Quebrada de Humahuaca, en el Noroeste argentino, como destino turístico. Se trata de un lugar que viene adquiriendo una importancia creciente como tal, nacional e internacionalmente, basado en un conjunto de atractivos de reconocido prestigio; su reciente declaración como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO refuerza esta condición. Por otra parte, y desde distintas perspectivas y por diversos agentes, la actividad turística viene siendo incentivada como estrategia para superar el estancamiento económico y los altos niveles de pobreza del lugar, como así también para garantizar la valorización y preservación de su patrimonio.

Para abordar esta cuestión se parte de una descripción del lugar y de la práctica turística, y, a partir de esto, se presenta un conjunto de cuestiones significativas para comprender la situación y avanzar un poco más allá de la descripción y las propuestas voluntaristas respecto a las potencialidades del turismo para el desarrollo, y de las virtudes “naturales” de ciertos lugares para el desarrollo turístico.

Dos conceptos nucleares de la Geografía, el de lugar y el de redes, permiten articular el tratamiento del caso a una discusión más amplia, referida a las formas de organización territorial vinculadas a la práctica turística y a sus alcances para el desarrollo local. En este sentido, el trabajo analiza las cualidades consideradas “atractivos turísticos” del lugar, no como atributos inmanentes del mismo, sino como resultado de un proceso social en el que se articulan prácticas concretas y simbólicas que construyen dicha condición. Se espera con esto aportar a la comprensión de las especificidades de un lugar turístico en el marco más amplio de articulación de diversas redes sociales y territoriales.

**Palabras Clave:** Geografía - turismo – organización – territorio – cultura

(11 - 38) Rodolfo BERTONCELLO - Claudia TRONCOSO

## **1. Presentación: la Quebrada de Humahuaca**

La Quebrada de Humahuaca se localiza en la provincia de Jujuy; representa un lugar paradigmático del Noroeste de la Argentina, donde más de diez mil años de historia y heterogéneas condiciones naturales han dado lugar a una gran diversidad de formas de asentamiento, ocupación y valorización del territorio; esta diversidad se expresa fuertemente en los paisajes de la región.

### **1.1. Los rasgos naturales**

La Quebrada de Humahuaca es una profunda depresión rectilínea de marcada orientación norte-sur, en la cordillera Oriental, en una estructura geológica dominada por mantos sedimentarios que, como producto de una dinámica tectónica que empuja los materiales rocosos hacia el este, terminan fracturándose y generando el deslizamiento de los bloques sobre los preexistentes. Esta depresión queda delimitada al oeste por las sierras de Aguilar y de Chañi que constituyen el borde oriental de la Puna; las sierras de Zenta y Tilcara la flanquean por el este.

El río Grande recorre la Quebrada en un valle angosto, cuya amplitud varía entre los 3 km y menos de 100 metros, y junto con sus afluentes, es responsable en gran medida de la morfología de la misma. Este río nace en las cercanías de la localidad de Tres Cruces y recorre la Quebrada de Humahuaca hasta el valle de Jujuy, donde se localiza la ciudad capital de la provincia, San Salvador de Jujuy.

La delimitación longitudinal de la Quebrada es más imprecisa, aunque en general se acepta que entre las localidades de León en el sur y Humahuaca en el norte se presentan sus rasgos más característicos. Y entre estos rasgos se destaca su fuerte pendiente: en aproximadamente 120 km se pasa de los 3.400msnm en la localidad de Hipólito Irigoyen (Estac. Iturbe) en el norte, a los 1.600msnm en la desembocadura del río León, en el sur (Reboratti y otros, 2003: 18-19).

La orientación norte-sur, unida a la altura y continuidad de los cordones que la flanquean, dificultan la llegada de masas de aire húmedo, dando lugar a un clima

en general árido, aunque con variaciones: más húmedo al sur, más árido en el centro y un poco menos en el norte. Si bien el área se encuentra en latitudes tropicales, las condiciones topográficas determinan valores bajos de temperatura y grandes amplitudes térmicas diarias. Estas condiciones influyen en las características hidrográficas de la zona; tanto el río Grande como sus afluentes sufren variaciones de caudal durante el año, con crecidas durante el verano. También se reflejan en la vegetación natural, escasa y compuesta por especies xerófilas.

## **1.2. El poblamiento y la ocupación**

Existen evidencias de que la Quebrada de Humahuaca ha sido poblada desde tiempos remotos. Los vestigios humanos más antiguos tienen en torno a los 11.000 años de antigüedad. A partir de 2.500aC comienza una nueva etapa de poblamiento, que mostrará transformaciones graduales y muy lentas hacia el sedentarismo y la vida aldeana. Hacia el 700 dC existían aldeas instaladas en muchos sectores de la cuenca del río Grande, y a partir del año 1.000 dC se inicia una nueva etapa de desarrollo caracterizada por la instalación en sitios elevados y de difícil acceso, en poblados conocidos como pucará. Ya en el siglo XV se produjo la invasión incaica del área. (Reboratti y otros, 2003).

La invasión europea trastornó profundamente esta organización. En un proceso prolongado y complejo, las comunidades aborígenes fueron vencidas y reducidas: disminuyó su número, se las concentró y se las incorporó al régimen de encomiendas. Al mismo tiempo, se fue estructurando el territorio colonial, a través de la fundación de ciudades y la puesta en producción de la minería altoperuana. La Quebrada de Humahuaca se convirtió en un área privilegiada de tránsito, por la que pasaban los arreos de mulas y los productos destinados a abastecer las demandas del centro minero.

El proceso independentista primero, y la consolidación de la república después, traerán nuevas transformaciones a la Quebrada. Como lugar de paso de



las tropas, ésta adquiere una gran importancia, aunque la inseguridad y las luchas desestructuran su economía y población.

Recién en la segunda mitad del Siglo XIX se van recomponiendo los lazos comerciales, al tiempo que se consolida la agricultura de subsistencia y se expanden nuevas actividades mineras que requieren productos del área y se reestablecen los flujos. Pero a fines del siglo, la decadencia de la minería, junto a la delimitación del territorio nacional y la expansión azucarera, alterarán nuevamente esta situación. La llegada del ferrocarril en las primeras décadas del siglo XX termina de desestructurar esta economía mercantil.

### **1.3. La Quebrada, hoy**

Desde el punto de vista político-administrativo, la Quebrada de Humahuaca queda comprendida en los departamentos de Humahuaca, Tilcara y Tumbaya, provincia de Jujuy. Si bien el área departamental, en los tres casos, es mucho más amplia que la correspondiente al valle del río Grande, en él se localizan tanto los principales núcleos urbanos como las actividades económicas.

Según los resultados provisorios del censo 2001, en este año vivían en los departamentos precitados 31.749 habitantes. Se estima que en el área de la Quebrada residían 28.598 de ellos, repartiéndose casi por mitades entre urbanos y rurales (Reboratti y otros, 2003). Las principales localidades son Humahuaca, Tilcara y Maimará (8.010, 4.364 y 2.299 habitantes, respectivamente) ubicadas en el fondo del valle. Otras localidades menores como Uquía, Huacalera o Purmamarca se encuentran localizadas en el valle o en valles transversales.

En el área de la Quebrada de Humahuaca se desarrollan, especialmente en el fondo del valle, actividades agropecuarias orientadas a la producción de cultivos tradicionales de la zona para consumo familiar (papa y maíz) y cultivos comerciales (hortalizas, frutales y flores) que en los últimos años se han beneficiado con la incorporación de mejoras tecnológicas. Estas actividades son llevadas adelante por

productores que cuentan con parcelas de cultivo reducidas (inferiores a las 5 has.) con utilización de mano de obra familiar y sólo son posibles a partir de los canales de riego construidos para el aprovechamiento de las aguas del río Grande (Arzeno, 2003).

La condición de vía de comunicación, que tanta relevancia ha tenido en la historia de la Quebrada de Humahuaca, sigue siendo importante en la actualidad. Desde principios del Siglo XX y hasta principios de la década de 1990 circuló por la Quebrada un ramal de ferrocarril General Belgrano que conectaba la ciudad de San Salvador de Jujuy con La Quiaca, sobre el límite internacional con Bolivia. Actualmente por el fondo del valle circula la ruta nacional Nro.9 que llega hasta el límite con Bolivia y conforma la principal vía de comunicación. Entre los caminos que se apartan del fondo del valle se destaca la ruta nacional 62 que conecta este valle con el paso de Jama hacia Chile y otros caminos que llegan hasta localidades más pequeñas en la Puna y el este de las provincias de Salta y Jujuy. En relación a estas funciones, son importantes las actividades vinculadas a los servicios.

La población mantiene pautas tradicionales de vida, y presenta altos niveles de pobreza, muy próximos al promedio provincial, los que prácticamente duplican la media nacional (medidos en porcentaje de población con necesidades básicas insatisfechas).

## **2. El turismo en la Quebrada de Humahuaca**

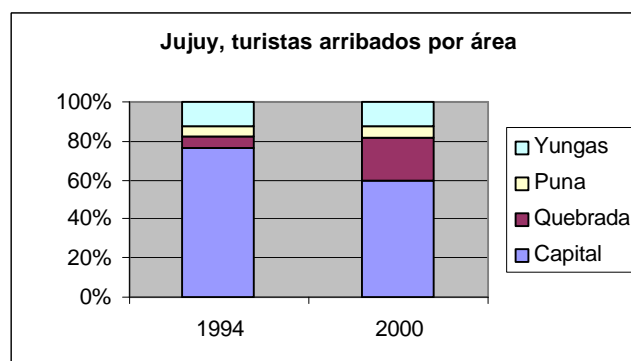
### **2.1. Las cifras del turismo**

La Quebrada de Humahuaca se ha convertido en un destino turístico de creciente importancia en el contexto nacional, tal como lo refleja su posición destacada dentro de la oferta oficial de turismo de Argentina, y en la folletería y publicidad de promoción turística.

La información estadística sobre turismo disponible para la provincia de

Jujuy, si bien es insuficiente para contextualizar el fenómeno a nivel nacional, sí permite constatar el aumento del número de turistas que visitan la provincia, y la importancia creciente que la Quebrada tiene en esta jurisdicción.

En efecto, los datos muestran un marcado aumento de los turistas arribados a la provincia entre 1994 (114.964 arribos) y 2000 (229.496), lo que representa prácticamente una duplicación del volumen. En el mismo período, se observa también un incremento marcado de la proporción de extranjeros; así, mientras en 1994 estos representaban el 6,1 por ciento del total, en 2000 habían alcanzado el 20,4 por ciento<sup>4</sup> (CFI, 2001, tomo I, pág.6).



Fuente: CFI, 2001, tomo I, página 7

<sup>4</sup> Trabajar con información estadística sobre turismo en nuestro país requiere cautela, pues en general no están bien establecidos los criterios de relevamiento de la información, ni los operativos y fuentes. Los datos aquí reseñados refieren a arribos a la provincia de Jujuy, en base a datos proporcionados por establecimientos hoteleros. Debe señalarse que estas cifras, en la medida en que se basan en los pernóctes, seguramente subestiman la actividad, pues una proporción muy importante de los turistas pernócta en Salta, con lo cual quedan completamente fuera del relevamiento, o en la ciudad de San Salvador de Jujuy, lo que disminuye el porcentaje de las restantes áreas turísticas provinciales.

La Quebrada de Humahuaca participa con un porcentaje creciente en esta tendencia, como se constata en el gráfico anterior. En el mismo puede observarse que, mientras en 1994 arribaron a ella el 6,2 por ciento del total de turistas a la provincia, en 2000 esta proporción había aumentado al 21,6 por ciento. En este mismo período, el volumen de turistas arribados a la Quebrada se multiplicó por siete (CFI, 2001, tomo I, pág.7).

## 2.2. Los atractivos turísticos

Este flujo turístico es incentivado por la existencia en la Quebrada de un conjunto de atractivos turísticos. Las fuentes consultadas<sup>5</sup> remiten a un conjunto de características propias del área, cuya existencia amerita su conocimiento y justifica su visita. Entre estas características se encuentran las formaciones geológicas monumentales y de especial colorido, así como el carácter escenográfico del paisaje, los que constituyen los principales **atractivos paisajísticos o naturales**. La arquitectura colonial en capillas y cementerios, los sitios arqueológicos y de pinturas rupestres, y los sitios con significación histórica, son las principales expresiones de los **atractivos histórico-culturales**, a los que deben sumarse los acervos preservados en museos. Por último, las fiestas populares, las artesanías, la música o la gastronomía, junto al ambiente cotidiano de los pueblos y ciudades, representan sus principales **atractivos folklóricos**. De este modo, la Quebrada se constituye en un **lugar turístico** de fuertes rasgos diferenciales, que permiten organizar lo que desde el márketing turístico se denomina la “marca turística”, en torno a la cual el turismo se promociona e incentiva.

En general, la Quebrada es presentada como un lugar detenido en el tiempo. Se enfatiza en sus aspectos geológicos, arqueológicos y en las costumbres

<sup>5</sup> Información sistematizada a partir de la consulta a agencias de viajes, folletería turística y entrevistas a agentes locales y guías de turismo.

tradicionales de la población; se trataría de un área en la que pueden verse huellas de un pasado prehispánico, colonial y del período independentista. Las características actuales del área, en cambio, son poco destacadas; así por ejemplo, se presentan elementos tradicionales de cultivo como el arado tirado por caballos o se señalan los productos agrícolas tradicionales de la zona, pero se presta escasa atención a los cultivos actuales, o no se visitan áreas de producción agrícola moderna y comercial como la de Maimará. La adopción de pautas “modernas” de comportamiento por parte de la población local es desdibujada o, incluso, señalada como algo negativo para el turismo.

Los distintos atractivos dan cuenta, junto a los ritmos anuales de actividad de los potenciales turistas, del denominado “calendario turístico” del área. Un conjunto de acontecimientos locales marcan momentos precisos de atracción turística; entre ellos se destacan el Enero Tilcareño, el encuentro de copleros en febrero en Purmamarca, el Carnaval (en todas las localidades), la peregrinación hacia el santuario de la Virgen de Punta Corral en Semana Santa (desde Tilcara) y el Toreo de la Vincha en Casabindo en agosto (este último en Puna, pero muy articulado con Quebrada).

### **2.3. Los tipos o modalidades turísticas**

Las formas de practicar turismo en la Quebrada de Humahuaca son variadas, y es conveniente tener en cuenta estas variaciones, en la medida en que establecen diferencias significativas a la hora de pensar en la importancia de esta actividad para el área.

La Secretaría de Turismo de la Nación publicita la Quebrada de Humahuaca en el marco de la región turística del Noroeste, y más específicamente como una de las “Rutas del Norte”, junto con los Valles Calchaquíes, Salta y el tren a las Nubes o las Ruinas de Quilmes y Parque los Menhires; están presentes aquí los rasgos fundamentales del turismo en el área. En efecto, en general, se reconoce que el

turismo en Quebrada es un turismo itinerante o de recorrido, es decir que los turistas van visitando distintos lugares del área a lo largo del período de permanencia en la misma. En muchos casos es también un turismo de paso, es decir que los turistas llegan al área luego de visitar otros lugares y/o en camino hacia otros. Por último, se trata de un turismo de corto tiempo (a diferencia de lo que sucede con el denominado turismo de veraneo), siendo la estadía promedio de entre 3 y 5 días, aunque en muchos casos se resuelve en un día.

1) El turismo de excursión: *El turismo de excursión es una modalidad turística caracterizada por el hecho de no implicar un pernocte en el área, por realizarse generalmente en grupos, con la intervención de operadores turísticos y con la realización de prácticas estandarizadas,<sup>6</sup> típicas del turismo masificado. El tiempo de permanencia en cada sitio de la Quebrada es limitado, las actividades están muy pautadas y normalmente no se pernocta aquí sino en las grandes ciudades cercitadas.*

Los circuitos más importantes –por su frecuencia y por la cantidad de turistas– que incluyen a la Quebrada de Humahuaca, se organizan desde las ciudades de San Salvador de Jujuy y de Salta. Es habitual que se visiten una serie de sitios específicos, en los cuales se permanece un tiempo limitado, y se realizan prácticas muy pautadas. Los lugares y atractivos más frecuentes son los siguientes:

- Purmamarca: Cerro de los Siete Colores, Los Colorados, iglesia, plaza y feria artesanal y Algarrobo histórico;
- Tumbaya: iglesia con pinturas cuzqueñas;
- Tilcara: Museo Arqueológico E. Casanova y Pucará de Tilcara, paseo por el centro de la localidad (feria artesanal);

<sup>6</sup> Desde ciertas perspectivas de análisis del turismo, este tipo de prácticas no serían clasificadas como turismo, al menos no para el área visitada. Su importancia cuantitativa, y su incidencia en las actividades turísticas de la Quebrada, sin embargo, aconsejan no excluirla en este trabajo.

- Uquía: capilla que posee pinturas cuzqueñas;
- Humahuaca: centro de la ciudad (Municipalidad y saludo de S. Fco. Solano, iglesia, Monumento a la Independencia);
- Lugares que se indican pero habitualmente no se visitan: Posta de Hornillos; Maimará (cementerio, Paleta del Pintor); reloj de sol que marca el Trópico de Capricornio; capilla de Huacalera (parada de la huída de Lavalle).

Dentro de este grupo, puede considerarse también lo que algunos autores denominan "turistas regionales festivos" (Janoschka, 2003: 217). Se trata de visitantes provenientes fundamentalmente de la región, que viajan al área en coincidencia con algunos de los eventos que se realizan a lo largo del año. Permanecen mayormente por un día, viajan en grupos, y su volumen puede llegar a ser muy considerable.

**2) El turismo de permanencia:** Incluye a los turistas que, pernoctando en algún lugar de la Quebrada y permaneciendo más de un día en ella, recorren sus distintos sitios visitando sus atractivos; la presencia de turistas con movilidad propia es más frecuente entre este grupo. Se incluyen aquí la mayor parte de los turistas extranjeros. En muchos casos se trata también de un turismo de paso, aunque con mayor tiempo de permanencia en el área.

Los atractivos para este tipo de turismo son los mismos que para el anterior, aunque las prácticas son más libres e independientes, o menos estandarizadas, y la actitud es más comprometida. Esto permite que se incorporen lugares y atractivos menos conocidos, habiendo también una creciente incorporación de atractivos alternativos. Así por ejemplo, existen lugares que se promocionan a nivel local y se visitan (no estando incluidos en los circuitos tradicionales organizados por las agencias); se cuentan aquí localidades cercanas a Tilcara o Humahuaca, como Juella, Huichairas, Alfarcito, Ovejería, Cuevas de Aquirre, Yacoraite, Coctaca, Sapagua, Iruya, Cianzo, en algunas de las cuales hay centros de interés arqueológico (ruinas

y pinturas rupestres); otros sitios se visitan por su paisaje, como la Garganta del Diablo, la Laguna de los Patos o la Quebrada de las Señoritas.

Para muchos de estos turistas, la Quebrada es parte de un itinerario más amplio, que puede definirse como “el mundo andino” y que suele incluir también destinos en Bolivia o Perú; ésto es muy frecuente entre los turistas extranjeros.

### **3. Las expectativas generadas: turismo y desarrollo local**

La breve descripción del turismo realizada en el punto anterior permite corroborar que la presencia de turistas es importante, y lo viene siendo cada vez más. La actividad económica generada por el turismo en el área es significativa, e indudablemente contribuye a mejorar su economía y las condiciones de vida de la población. Todo esto lleva a una valoración positiva del turismo en la Quebrada.

Lo anterior se realimenta en un contexto de valorización positiva generalizada del turismo (tanto a nivel nacional como internacional) y, sumado a la permanente búsqueda de alternativas para superar los problemas de pobreza y estancamiento económico en el área, da lugar a un conjunto de discursos y prácticas que colocan al turismo como una alternativa viable para el desarrollo socioeconómico local (Bertoncello, 2002a). Estas posturas se ven reforzadas por la consideración del área como una especie de “repositorio” de un acervo patrimonial valioso, que puede sustentar, transformado en atractivos y convenientemente complementado por equipamiento y servicios turísticos, el desarrollo turístico y socioeconómico del área (para un ejemplo paradigmático de estas propuestas, véase Janoschka, 2003).

En este marco pueden ubicarse e interpretarse un conjunto de iniciativas orientadas al desarrollo turístico de la Quebrada de Humahuaca, que requieren también ser puestas en el contexto de medidas de promoción de esta actividad a nivel nacional. Entre estas iniciativas se encuentra el “Plan de desarrollo turístico de la provincia de Jujuy” que incluye un voluminoso diagnóstico de la actividad en la provincia, y un conjunto de medidas orientadas al desarrollo de la actividad (CFI,



2001). Otro tanto puede decirse respecto al plan de desarrollo turístico para el Noroeste Argentino realizado en el marco de la Embajada de Francia (Ambassade de France en Argentina, 2002). Por último, cabe señalar también la reciente declaración de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO<sup>7</sup>, en cuyos antecedentes está muy marcado el aprovechamiento turístico del área (Gobierno de Jujuy, 2002).

No puede dejar de ser llamativa tal acumulación de discursos y acciones, y tan marcado interés en el desarrollo turístico. Más aún cuando se tiene en cuenta que existe una amplia tradición de estudios y evaluaciones que han mostrado que las expectativas puestas sobre el turismo como impulsor del desarrollo no siempre han sido bien dimensionadas ni se han efectivizado, y que en más de un caso los efectos negativos de la actividad han sido también muy importantes (véase Bertoncello, 2002a). Tal acumulación de “positividad” requiere, a nuestro entender, indagar acerca de las razones que llevan a otorgar al turismo un lugar de privilegio entre las posibles estrategias para impulsar el desarrollo económico y la superación de las problemáticas sociales a nivel local. El análisis de la documentación disponible, y la consulta a informantes calificados, muestra que:

1. El lugar es visto como portador de un conjunto de atributos que lo hacen apto para el turismo. Cuenta con “atractivos” que están en el lugar y que sólo requerirían de su conocimiento y puesta en valor turístico, a través de las medidas de gestión adecuadas. En este sentido, las características intrínsecas del lugar

<sup>7</sup> En Argentina, integran el Patrimonio de la Humanidad de UNESCO los siguientes sitios: Parque Nacional Los Glaciares (Patrimonio natural, Santa Cruz, 1981); Parque Nacional Iguazú (Patrimonio natural, Misiones, 1984); Misiones Jesuíticas Guaraníes (Patrimonio cultural, Misiones, 1984); Península de Valdéz (Patrimonio Natural, Chubut, 1999); Cueva de las Manos del Alto Río Pinturas (Patrimonio cultural, Santa Cruz, 1999); Parques naturales Ischigualasto y Talampaya (Patrimonio natural, San Juan y La Rioja, 2000); Manzana y Estancias Jesuíticas de Córdoba (Patrimonio cultural, Córdoba, 2000); Quebrada de Humahuaca (Paisaje cultural, Jujuy, 2003).

serían las que definen una especie de “vocación turística” innata, que sólo requiere ser reconocida y valorizada, y que, por oposición, desplaza hacia una posición secundaria a otras posibles estrategias para el desarrollo local.

2. El turismo es visto como una actividad que beneficia a la población local. Gran parte de los discursos justifican la implementación de planes de desarrollo turístico a partir de estos beneficios, que van desde la generación de puestos de trabajo, la atracción de inversiones o la construcción de infraestructura de uso general, hasta la revalorización de las pautas culturales locales y la incentivación del intercambio cultural.

Como es habitual, estos “supuestos” son asumidos acríticamente, y por lo tanto naturalizados. Se convierten así en verdades que no son cuestionadas, a pesar de que estructuran el grueso de los discursos y prácticas. Creemos conveniente revisar estos supuestos, no sólo porque su naturalización bloquea la discusión en torno a ellos y a su pertinencia, sino también porque consideramos que sólo a partir de una clara delimitación de sus alcances es posible generar las condiciones para que la actividad turística, en caso de optarse por ella, logre efectivamente lo que se propone y espera.

### **3.1. De los atributos del lugar a los “atractivos turísticos”**

Entendemos que en los estudios sobre el turismo, existe una escasa conceptualización de qué se entiende por “atractivos turísticos”. Gran parte de la literatura (véase por ejemplo Lozato-Giotart, 1987; Vera, Fernando, 1997) los ubica como aquellos rasgos propios de un lugar que motivan el desplazamiento turístico, es decir, que llevan a los individuos a visitar los lugares donde éstos se encuentran. Como tales, constituyen los “recursos” en base a los cuales se estructura la actividad económica turística, al tiempo que representan “satisfactores” de una demanda que puede ser vista no sólo desde la perspectiva económica, sino también

cultural o social (aunque siempre mediada por lo económico). Desde estas perspectivas, los atractivos se analizan a partir de su reconocimiento en el lugar, y su clasificación según rasgos dominantes: atractivos naturales, culturales, históricos, etcétera. La gestión de estos atractivos será adecuada en la medida en que logre reconocerlos en cada lugar e instalarlos como un producto en el mercado turístico, cuyo consumo se torne necesario, como cualquier otro producto.

Otras perspectivas, más atentas a las dimensiones sociales y culturales implicadas en el turismo, por el contrario, ponen el énfasis en el carácter de construcciones sociales de los atractivos turísticos (véase Bertoncello, et al. 2003). Desde estas perspectivas, no se trata de negar la existencia de atributos o rasgos específicos de los lugares, sino de reconocer que la transformación de estos atributos o rasgos en atractivos turísticos no es ni lineal ni automática, sino resultado de un complejo proceso en el que intervienen desde las características culturales más generales de las sociedades implicadas, hasta los intereses de actores sociales concretos. Se reconoce, asimismo, que la construcción de “atractividad” es un proceso en el que se articulan sociedades de origen y sociedades de destino de los turistas; en esto jugaría un papel central la “mirada del turista” (Urry, 1996) que define, en gran medida a partir de necesidades de las sociedades de origen, qué atributos del lugar de destino serán objeto de interés, y podrán llegar a transformarse en atractivos turísticos. Y esto, por supuesto, varía a lo largo del tiempo y de las distintas sociedades y grupos.

Resulta interesante y esclarecedor revisar la evolución del turismo en la Quebrada de Humahuaca a la luz de esta última perspectiva, y discutir su atraktividad. Diversos autores han investigado esta cuestión, reconociendo que es en las primeras décadas del Siglo XX, y a partir del tendido del ferrocarril, cuando la Quebrada comienza a ser visitada por turistas que instalan y construyen su residencia veraniega en el área:

“...entre las actividades características y propias de la Quebrada y que tendrán

un gran desarrollo en el porvenir, destácanse las que se producen en el verano, como consecuencia del clima saludable y de la impresionante belleza y grandiosidad de los panoramas. Todos los años, contingentes cada vez más numerosos de veraneantes llegan a Tilcara, Maimará, Tumbaya, Humahuaca, Volcán, Purmamarca y otras localidades, procedentes principalmente, de las llanuras cálidas y húmedas de Tucumán, Salta y Jujuy” (Sánchez de Bustamante, 1937: 42-43).

En este momento, la Quebrada es utilizada por las clases acomodadas de las principales ciudades del Noroeste (Jujuy, Salta y Tucumán) como ámbito de clima templado y seco donde pasar el verano escapando del calor de las ciudades. Específicamente, la Quebrada era considerada como un “refugio sano”, frente a las condiciones climáticas (cálidas y húmedas) propias de aquellas ciudades de origen, en una época en que el paludismo afectaba a gran parte de la población del Noroeste argentino (Castro, H., 2002).

Esto muestra que no siempre se valorizaron los mismos atributos del área. No hay, para ese período, referencias al “mundo andino”, ni al folklore, ni al patrimonio histórico y cultural que se valorizan hoy. La población autóctona es prácticamente ignorada por los relatos y noticias de la época; sólo aparece en las crónicas periodísticas de la época como una población pobre y enferma a la que se debe ayudar. Con frecuencia, por ejemplo, las “damas de sociedad” que descansaban en la Quebrada organizaban donaciones para los niños carenciados de las colonias de vacaciones (Bertoncello, et al. 2003).

Es interesante observar también que los rasgos naturales se valorizaban de otra forma. En aquel momento el “panorama” representaba un contexto adecuado para la permanencia durante el verano, y no un objeto de observación en sí mismo. Su conversión en objeto de atracción fundamental se dará junto a una revalorización de las condiciones climáticas, que tendrá lugar a partir de la comparación no ya con las calurosas y húmedas ciudades regionales, sino con las grandes ciudades nacionales, o del resto del mundo. El verano deja de ser la estación más adecuada para visitar

el área, pues en este nuevo contexto se lo ve como caluroso y húmedo, y la Quebrada pasa a definirse como un destino invernal (Schluter, H., 2001), estacionalidad sólo matizada por los condicionamientos que sufren los turistas en su calendario cotidiano (vacaciones predominantemente estivales), y por los eventos con calendario fijo, como el Enero Tilcareño.

Janoschka (2003) indica que esta forma de hacer turismo, vinculado a las elites regionales y al “verano fresco” se transforma radicalmente con el gobierno peronista, cuando nuevos sectores sociales comienzan a visitar la Quebrada, trayendo nuevas costumbres y nuevas modalidades turísticas<sup>8</sup>. Interesa señalar también que es en este momento cuando los turistas comienzan a “mirar” otras cosas, cuando otros atributos del lugar comienzan a verse como atractivos. Las narrativas vinculadas al turismo muestran una Quebrada de Humahuaca en la que, además de los rasgos imponentes del paisaje, se reconoce la existencia de relictos importantes del pasado. Se trata de “un cierto pasado”, básicamente el colonial y el correspondiente al período independentista. Esta es la visión que, desde la narrativa oficial sobre la “Argentina turística” transmiten los textos de difusión y publicidad oficiales de la época (véase por ejemplo, Argentina, 1950). Esta es también la visión que transmiten periódicos y revistas del período; por ejemplo, en 1943 la publicación mensual “Turismo” del Touring Club Argentino rescata a la Quebrada de Humahuaca como escenario de las “acciones heroicas de los soldados de la independencia argentina”, o las obras de arte colonial presentes en la iglesia de Humahuaca (números 403 y 405, respectivamente); también la revista “Automovilismo” del Automóvil Club Argentino, en el número 318 de 1946 dedica un artículo a la ruta nacional N° 9 como escenario de un acontecimiento histórico: la huida de Lavalle de las fuerzas federales en 1841.

<sup>8</sup> Estos cambios en la Quebrada coinciden, en gran medida, con las transformaciones del turismo en el país (véase Schlüter, 2001).

Vemos entonces que, a mediados del Siglo XX, el turismo reconoce otros atractivos en la Quebrada. Sigue mirando la naturaleza, aunque con otros ojos. Y comienza a observar la historia y la cultura pasada materializada en el lugar, aunque sólo una parte de esta historia: el pasado aborigen sigue ausente. Tampoco están presentes los rasgos de la cultura local contemporánea.

Es recién después de los años sesenta y setenta cuando la cultura indígena y popular locales se incorporan a la imagen del Noroeste y pasan a formar parte de su atraktividad turística. La revalorización internacional de lo andino, junto con los avances en el conocimiento del pasado (fundamentalmente, a partir de las exploraciones arqueológicas en el área), juegan un rol central. Quebrada de Humahuaca se convierte en el lugar paradigmático donde encontrar estos atractivos.

También tienen un papel central los procesos de patrimonialización. En efecto, a partir de la firma de la Convención de Defensa del Patrimonio Mundial de la UNESCO en 1972, se va consolidando una actitud favorable al rescate y preservación del patrimonio<sup>9</sup>. Los criterios universales y “científicos” se convierten en una vara de clasificación que, al tiempo que rescata ciertos elementos patrimoniales, los carga de un valor suplementario (Santana Talavera, A., 2002). Son precisamente estos “valores” los que se transforman en atractivos turísticos, y no es casual el énfasis que los documentos que acompañaron el proceso de patrimonialización universal de la Quebrada ponen en el turismo.

### **3.2. Del lugar a las redes turísticas**

Desde una perspectiva territorial, el turismo puede pensarse como una práctica social que tiene en su núcleo la valorización de la diferenciación de lugares, y la articulación de los mismos (Bertoncello, 2002b). En términos de práctica, el turis-

<sup>9</sup> Debe reconocerse que este “punto de partida” puede parecer un tanto arbitrario, pues la preocupación por el patrimonio es de mucha más larga duración (véase Choay, 2001).

mo es un desplazamiento temporario entre dos lugares, a partir del hecho de que uno de ellos, el de destino, posee atributos (“atractivos”) no presentes en el de origen o de vida cotidiana de los turistas. Sin embargo, si se retoma lo ya señalado acerca de la “mirada turística” en la construcción de la atractividad de un lugar de destino, se reconocerá que esta “diferenciación” es, en gran medida, una diferenciación construida por y para el turismo (aunque, lógicamente, en base a las diferencias concretas existentes).

Lugares diferenciados y articulados entre sí pueden ser conceptualizados como formando una red, que podríamos denominar **red turística**. Pensar en esta red turística implica, por una parte, observar su despliegue territorial, y por otra, reconocer la existencia de múltiples actores sociales que, desde distintos lugares, participan en ella. De esto se desprendería, además, que la comprensión del turismo en un lugar determinado sólo puede ser cabalmente alcanzada considerando también el resto de la red.

Las características que el turismo presenta en Quebrada de Humahuaca permiten reconocer muy claramente estos rasgos. En efecto, no sólo en su relación con los lugares de origen de los turistas (que podría decirse, es parte constitutiva del hecho turístico), sino y fundamentalmente por su profunda imbricación con otros destinos de la región, del país e incluso del exterior. Se ha señalado ya que el turismo de excursión articula la Quebrada con las grandes ciudades regionales, destacadamente Salta, y también con otros destinos turísticos regionales. También el turismo de permanencia muestra una propensión alta a ser “de paso”, es decir a articular este destino a otros, sean regionales como las promocionadas “rutas del Noroeste” nacionales, como los circuitos turísticos internacionales que articulan Buenos Aires con algunos destinos específicos del país –entre ellos Quebrada–, o internacionales como sucede con los circuitos al “mundo andino”.

Visto desde una perspectiva económica, lo que se acaba de señalar lleva a reconocer que los beneficios de la actividad turística se repartirán por esta red de

destinos articulados, de modos heterogéneos. Ésto exige revisar muchos de los supuestos sobre las bondades del turismo para el desarrollo local.

#### **4. A modo de conclusión**

El objetivo de este trabajo ha sido presentar un caso de valorización turística de un lugar de nuestro país: la Quebrada de Humahuaca. Se han expuesto las características más destacadas del lugar, en particular sus rasgos naturales y su historia, que intervienen centralmente en esta valorización turística. Se han descrito también las características más importantes del turismo en el lugar, y sus relaciones con otros. Por último, se han presentado dos cuestiones que suelen estar ausentes en los análisis de la Geografía del turismo: se ha discutido la relación entre atributos del lugar y atractivos turísticos, y la articulación de redes turísticas.

Al presentar las visiones positivas sobre el turismo, se han planteado dos cuestiones, que conviene retomar y discutir aquí. La primera se vincula con los atractivos y su relación con los atributos del lugar. Lo expuesto en este trabajo permite cuestionar la linealidad de esta relación, y discutir la supuesta “vocación turística” de ciertos lugares como la Quebrada. Y esta discusión no se limita a la elucidación conceptual, sino que tiene implicancias para la gestión turística, y para la participación de las comunidades locales en esta actividad.

Si los atractivos turísticos resultan de una construcción social, conviene advertir que en su definición intervienen intereses sociales específicos, que no siempre coinciden con los de la población local, aunque éstos sean recurrentemente invocados. La naturalización de los atractivos lleva a que esta dinámica quede oculta, y a que la población local no pueda participar en ella, para modificarla y apropiarse de los beneficios que se puedan generar.

La consideración de las redes turísticas se orienta en el mismo sentido. El desarrollo turístico no se logrará sólo considerando un lugar turístico, sino el conjunto de la red. Y los beneficios que eventualmente pueda generar la actividad,



también se distribuirán en la red, y ésto debe considerarse como algo intrínseco al turismo, y no como fruto de deficiencias en la planificación o gestión de la actividad, o peor aún, como falta de iniciativa o capacidad de la población local.

Las perspectivas que proponen al turismo como un impulsor del desarrollo local, al no considerar estas cuestiones, acaban en muchos casos siendo discursos voluntaristas que validan la perpetuación de relaciones de dependencia, en el marco del turismo. Es evidente que si los turistas siguen pernoctando fuera de Quebrada y los principales agentes económicos no son del lugar, los beneficios que sus pobladores obtengan serán muy limitados. Si desde el “saber experto” de la preservación o las ciencias, o desde las agencias de turismo, se sigue definiendo qué atractivos “contiene” la Quebrada, la población local arriesga verse involucrada en un proceso de apropiación externa de su lugar, es decir, de expropiación, por más que se la invoque como potencial beneficiaria. Arriesga incluso verse ella misma convertida en un atractivo cuya transformación se desvaloriza o se oculta, a pesar de que se incentiva el turismo en su nombre y en pro de su bienestar.

## BIBLIOGRAFÍA

- AMBASSADE DE FRANCE EN ARGENTINA, 2002. *Algunas propuestas para el desarrollo global de la Puna Andina, de los Valles Calchaquíes y de la Quebrada de Humahuaca, gracias al desarrollo del turismo y al relanzamiento de las actividades tradicionales*. Buenos Aires: mimeo.
- ARGENTINA, Administración General de Parques Nacionales y Turismo, 1950. *Visión de la Argentina*. Buenos Aires: AGPNT.
- ARZENO, Mariana, 2003. Cambio y permanencia en el campesinado. En: Carlos Reboratti (comp.), *La Quebrada*. Buenos Aires: La Colmena, 2003, pp.123-138.
- BERTONCELLO, Rodolfo, 2002a. "Turismo, mercado de trabajo y territorio. Una revisión de sus vinculaciones a partir de la experiencia argentina", *Reflexiones Geográficas*, 10: 167-178. Río Cuarto: ADIG.
- BERTONCELLO, Rodolfo, 2002b. "Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas", *Aportes y Transferencias*, 6(2): 29-50. Mar del Plata: CIT-UNMDP.
- BERTONCELLO, Rodolfo, 2002c. "Turismo, pasaporte para el desarrollo local? Turismo de estancias en la Patagonia Argentina", *Turismo1*, 1(2): 13-22. México: MOLTUR, 2002.
- BERTONCELLO, R.; H. CASTRO y P. ZUSMAN, 2003. "Turismo y patrimonio en Argentina. Hacia una conceptualización desde las Geografías Culturales". International Geographical Union, Commission on the Cultural Approach in Geography, *Rio de Janeiro Conference «Historical dimensions of the relationship between space and culture»*, 2003 (Actas en CD).
- BRONDOLO, Margarita, M. del Carmen Vaquero y P. Ercolani (comps.), 2000. *Turismo: desarrollo local y regional*. Bahía Blanca: EdiUNS.
- CASTRO, Hortensia, 2002. Entre sequías y aluviones. Hacia una historia ambiental de la Quebrada de Humahuaca, Argentina. En: Bernardo García Martínez y María del Rosario Prieto, *Estudios sobre historia y ambiente en América Latina*, Tomo II. México: El Colegio de México-IPGH.
- CFI y JUJUY, Gobierno de la Provincia, 2001?. *Plan de desarrollo turístico de Jujuy. Informe final*. San Salvador: CFI y Gobierno Pcia. Jujuy.
- CHOAY, Françoise, 2001. *A alegoría do patrimonio*. São Paulo: Estação Liberdade / Editora UNESP.
- DACHARY, Alfredo y Stella M. Arnaiz Burne, 2002. *Globalización, turismo y sustentabilidad*.

México: Universidad de Guadalajara.

- DE KADT, Emanuel, 1979.** *Tourism-Passaport to development? Perspectives on the social and cultural effects of tourism in developing countries.* New York: Oxford University Press.
- Gobierno de Jujuy, 2002. *Quebrada de Humahuaca, provincia de Jujuy. Propuesta para la inscripción a la lista de patrimonio mundial de la UNESCO.* San Salvador de Jujuy: mimeo y web.
- JANOSCHKA, Michael, 2003. El turismo en la Quebrada. En: Carlos Reboratti (comp.), *La Quebrada.* Buenos Aires: La Colmena, 2003, pp.211-224.
- JENSEN, M. y otros, 2001. "El patrimonio arquitectónico de las estancias de Tierra del Fuego (Argentina) como recurso turístico". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 10(1-2): 91-112, enero-abril. Buenos Aires: CIET.
- LOZATO-GIOTART, Jean-Pierre, 1987. *Géographie du tourisme. De l'espace regarde a l'espace consommé.* Paris: Masson.
- MEETHAN, Kevin, 2001. *Tourism in global society. Place, culture, consumption.* New York: Palgrave.
- NOUZEILLES, Gabriela, 2002. "Introducción" a su compilación *La naturaleza en disputa.* Buenos Aires: Editorial Paidós, pág. 11-38.
- PRETES, Michael, 1995. "Postmodern tourism: the Santa Claus industry", *Annals of Tourism Research*, 22 (1): 1-15. New York: Pergamon.
- REBORATTI, Carlos y otros, 2003. Una visión general de la Quebrada. En: Carlos Reboratti (comp.), *La Quebrada.* Buenos Aires: La Colmena, 2003, pp.17-46.
- RODRIGUES, Adyr Balastrieri (org.), 1997. *Turismo e desenvolvimento local.* São Paulo: Hucitec.
- SÁNCHEZ DE BUSTAMANTE, Teodoro, 1937. *El camino a Bolivia por la Quebrada de Humahuaca. Contribución a su estudio.* Buenos Aires, trabajo presentado al Tercer Congreso Nacional de Vialidad.
- SANTANA TALAVERA, Agustín, 2002. Mirar y leer: autenticidad y patrimonio cultural para el consumo turístico. *Actas del 6º Encontro Nacional de Turismo com Base Local.* Campo Grande (Brasil).
- SCHLUTER, Regina, 2001. *El turismo en Argentina. Del balneario al campo.* Buenos Aires: CIET.
- URRY, John, 1996. *O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas,* São Paulo: SESC y Studio Nobel.

(11 - 38) Rodolfo BERTONCELLO - Claudia TRONCOSO

- VERA, Fernando J. (coord.), F. Lopez Palomeque, Manuel Marchena y Salvador Antón, 1997.  
*Análisis territorial del turismo. Una nueva geografía del turismo.* Barcelona: Ariel.
- WALL, Geoffrey, 1996. "Sustainability in tourism and leisure", *Annals of Tourism Research*, 23  
(1): 224-225, New York: Pergamon.