UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

Licenciatura en Turismo

No me sueltes Carnaval

"Impactos generados por la llegada del turismo en las costumbres ancestrales del Noroeste Argentino. Estudio de caso: Carnaval de la Quebrada de Humahuaca, en la ciudad de Tilcara, provincia de Jujuy, en Marzo del 2011".

María Jazmín Mattiacci

Legajo 26025

Buenos Aires, Diciembre 2011

"Ser lo que somos y convertirnos en lo que somos capaces de ser, es la única finalidad de la vida"

Robert Louis Stevenson

AGRADECIMIENTOS

Quisiera agradecer a todas aquellas personas que de una forma u otra estuvieron conmigo ayudándome y acompañándome haciendo posible la realización de este trabajo.

A mi familia, el sostén fundamental de mi vida, especialmente a mi papá y a mi mamá que siempre estuvieron dándome fuerzas y su amor incondicional, enseñándome a vivir y a ser mejor persona cada día. De ellos aprendí los valores esenciales de la vida: el amor, el trabajo, el respeto, la honestidad.

A mi hermana Sofía, mi mejor amiga y gran compañera, quien me ayudó y acompañó en cada momento con su alegría y sus palabras de aliento.

A Pablo, mi novio, quien tuve la oportunidad de conocer gracias a la realización de este trabajo, ya que me acompañó y toleró todos mis estados de ánimo, escuchándome y ayudándome en cada momento.

A los profesores que me instruyeron en este camino, gracias por sus enseñanzas y consejos, en especial a Marcelo Salinas y Nora Ferrara por su guía y asesoramiento.

A mis compañeros de facultad ya que fue con ellos con quienes recorrí y compartí estos cuatros de años de estudio.

Finalmente a mis amigas Agustina Lamas, Cecilia Álvarez, Mariana García quienes me apoyaron, ayudaron y alentaron para la entrega del presente trabajo.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN ***7***

Capítulo I: Introducción a la Investigación ***9***

TEMA "No me sueltes Carnaval" 9

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN: 9

OBJETIVOS 9

Objetivos Generales 9

Objetivos específicos 9

JUSTIFICACIÓN. 10

LIMITACIONES. 11

ANTECEDENTES 12

TIPO DE INVESTIGACIÓN 13

Capítulo II: Marco Teórico- Conceptual ***17***

TURISMO 17

Concepto y definiciones relacionadas con el Turismo 17

Sistema Turístico 20

Componentes de la Planta Turística. 22

ACTIVIDADES TURISTICAS 27

LA CULTURA Y EL TURISMO 31

Cultura y Patrimonio Cultural 31

Patrimonio Cultural Inmaterial 34

Turismo Cultural 35

IMPACTOS GENERAROS POR EL TURISMO 38

Impactos Económicos. 39

Beneficios y costos económicos 40

El turismo como fuente generadora de divisas. 42

El turismo como fuente generadora de empleos. 43

Otros efectos económicos del turismo. 43

Impactos Socioculturales 44

Beneficios y costos sociales 49

Beneficios y costos culturales 50

TURISMO SOSTENIBLE 52

Desarrollo Sostenible del Turismo.....52

Capacidad de carga. 54

CAPITULO III Marco Teórico Referencial.....56

NOROESTE ARGENTINO 56

La Quebrada de Humahuaca 63

Tilcara.....67

Carnaval en Tilcara.....70

INDÍGENAS.....70

Omaguacas- Humahuacas.....72

Pucará.....73

Los Qollas/ Collas/ Kollas.....76

CAPÍTULO IV - Carnaval.....80

CARNAVAL 80

Carnaval en la Quebrada de Humahuaca 85

CAPÍTULO V – UNESCO.....92

UNESCO 92

El Patrimonio de la Humanidad 93

Proceso de nominación 94

Criterios de selección.....95

La Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad 96

La otra cara 98

CAPITULO VI – Metodología de Trabajo 101

METODOLOGIA DE TRABAJO 101

Instrumentos.....103

Entrevistas.....104

Encuestas.....105

Unidad de Análisis y Variables. 106

Observación 114

Modelo de los Instrumentos 115

CAPÍTULO VII 128

Relevamiento del Sistema Turístico de Tilcara 128

FICHAS DE RELEVAMIENTO 129

ATRACTIVOS 130

ACTIVIDADES TURÍSTICAS 147

PLANTA TURÍSTICA 156

Alojamiento.....157

Alimentación.....161

Esparcimiento.....161

Infraestructura 162

Superestructura.....170

ANÁLISIS DE DATOS.....176

Encuestas a los Turistas que visitan Tilcara durante el Carnaval 176

Tablas de estadísticas y Gráficos.....176

Encuestas a los Residentes de la ciudad de Tilcara 200

Tablas de estadísticas y Gráficos.....200

Análisis – Consideraciones Finales. 212

Resumen de los impactos generados por el Turismo en Tilcara.....266

CONCLUSIÓN FINAL 278

ANEXOS.....284

ANEXO XI.....320

ANEXO XII.....321

BIBLIOGRAFIA 322

INTRODUCCIÓN

La Provincia de Jujuy se encuentra situada en la Región del Noroeste Argentino. La misma se divide en cuatro regiones, de acuerdo con sus características geográficas y culturales: La Puna, Los Valles, La Yunga y la Quebrada.

La Quebrada de Humahuaca es un valle andino de 155 kilómetros de extensión, flanqueado por altas cadenas montañosas, cavado laboriosamente por el río Grande, ubicado a más de 2.000 metros de altura.

Los pueblos quebradeños enlazan historia y tradiciones de raíces ancestrales. Se trata de un paisaje cultural único en el mundo, ya que los pueblos indígenas de la zona conservan creencias religiosas, ritos, fiestas, arte, música y técnicas agrícolas que son un patrimonio viviente, motivo importante para que fuera declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en el 2003.

Uno de esos pueblos quebradeños es San Francisco de Tilcara. La población debe su nombre a la antigua etnia de los Omaguaca (CARA DE CUERO, posible definición), y su parcialidad zonal: los tilcara que montaron un pucará (Fortaleza en idioma quechua) que hoy conforma la atracción principal de la ciudad.

Igualmente el atractivo turístico de Tilcara abarca todo el año y persisten en la zona costumbres anteriores a la colonización. Uno de los ritos más importantes es el culto a la Pachamama y el Carnaval con un rápido ciclo entre el Desentierro y el Entierro y su entusiasta participación popular.

Esta milenaria manifestación popular fue introducida en América por la conquista española, y se fusionó con otras modalidades de festejar la fecundidad de la tierra en nuestras regiones.

El carnaval es simbolizado por un *diablo* que se desentierra de forma bulliciosa de una apacheta de piedra, brindando y bailando al compás de música de las anatas, erquenchos, detrás de las comparsas, por las calles de

los pueblos. Luego de este festejo comienza la triste despedida del Carnaval que se manifiesta con el llanto en el momento del entierro del diablo.

El festejo se realiza durante 8 días, en donde el diablo reina en la vida de los Tilcareños; trae alegría, baile, bebida y desenfreno. El sentido del carnaval es la transfiguración, la metamorfosis de las costumbres, la inversión de los valores, la translación del poder de Dios al Diablo.

El tema elegido se plantea a raíz del enorme crecimiento de la actividad turística en la provincia de Jujuy, y principalmente la región de la Quebrada de Humahuaca, luego de que la misma haya sido declarada por la Unesco en el año 2003 Patrimonio Cultural de la Humanidad. La llegada masiva de turistas en la región comenzó a provocar modificaciones e impactos socioculturales y económicos estableciendo tangiblemente una distancia social y cultural entre los residentes y los visitantes.

El presente trabajo de investigación pretende indagar sobre los efectos de este tipo de impactos derivados de la actividad turística en Tilcara, principalmente durante la celebración del Carnaval. Se intenta hallar y comprender las causas de éstas modificaciones, que fueron posicionando al “Carnaval” como un gran atractivo turístico, capaz de convocar no sólo personas de diferentes regiones del país, sino también de otros países, con el objetivo no sólo de conocer el espectáculo, sino también participar de esta celebración.

Se intentará establecer entonces qué sucede actualmente con el Carnaval de la Quebrada de Humahuaca, cómo surgió, por qué se sigue celebrando, y cuáles son los intereses que hay en torno a los mismos y su importante para la comunidad local.

Por otro lado se pretende conocer la realidad actual de los residentes tilcareños, cómo se sienten ante la llegada masiva de turistas y qué beneficios y perjuicios concede el turismo en el destino, teniendo en cuenta que la práctica de la actividad turística intenta posicionarse como una posibilidad de desenvolvimiento y desarrollo social en estas regiones.

Capítulo I: Introducción a la Investigación

TEMA: *"No me sueltes Carnaval"*

"Impactos generados por la llegada del turismo en las costumbres ancestrales del Noroeste Argentino. Estudio de caso: Carnaval de la Quebrada de Humahuaca, en la ciudad de Tilcara, provincia de Jujuy, en Marzo del 2011".

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:

- ***¿Cuáles son los impactos socio-culturales y económicos que genera la llegada del turismo en el Carnaval de Tilcara, provincia de Jujuy?***

  - ¿Qué transformaciones recibió la celebración del Carnaval de Tilcara con el ingreso de la actividad turística en la ciudad? ¿A qué se deben estas modificaciones?
  - ¿Cómo son percibidas estas transformaciones por los residentes de Tilcara?
  - ¿Cuál es la percepción de los residentes frente a la llegada de los turistas?
  - ¿Cuáles son los beneficios y perjuicios económicos que deja la práctica de la actividad turística en la ciudad?

OBJETIVOS

Objetivos Generales:

- Determinar cuáles son los impactos socio-culturales y económicos causados por la llegada de turistas en la ciudad de Tilcara, durante la celebración del Carnaval en Marzo del 2011.

Objetivos específicos:

1. Conocer los antecedentes históricos del Carnaval de la Quebrada de Humahuaca.

2. Identificar los atractivos, la planta turística, infraestructura y superestructura con la que cuenta Tilcara.

3. Determinar el tipo demanda y el perfil del turista que arriba a Tilcara durante el mes de Marzo, especialmente durante los días festivos del Carnaval.

4. Establecer la importancia que tiene el Carnaval de la Quebrada de Humahuaca como patrimonio cultural para quienes visitan la ciudad y participan de esa celebración.

5. Establecer la evolución y transformación de la celebración del Carnaval.

6. Identificar los impactos positivos y negativos que provocó en la celebración del Carnaval y en el destino la llegada del turismo masivo en la Quebrada de Humahuaca, principalmente en Tilcara.

7. Determinar la posible inflación de precios generada por la llegada del Turismo a la Ciudad de Tilcara, así como la creación y/ o generación de nuevos empleos durante el período del Carnaval.

JUSTIFICACIÓN.

La Región de la Quebrada de Humahuaca, es una de las zonas patrimonialmente más ricas de la Argentina, ya que posee un legado cultural que data de miles de años, donde han transitado de generación en generación rasgos propios de la cultura del “Mundo Andino”, dejando en la región restos arqueológicos y una herencia tradicional resguardada en ritos religiosos, folklore, arte, arquitectura, etc.

Toda esta riqueza patrimonial tiene suma importancia para el desarrollo del turismo. Pero así como el patrimonio permite el desarrollo del turismo también puede verse afectado negativamente por esta actividad. Por lo tanto es necesario que se plantee un desarrollo sustentable del turismo; un modelo de desarrollo que obtenga beneficios económicos del patrimonio pero que a su vez permita que este se revitalice y revalorice, como es el caso de la celebración del Carnaval en la Quebrada de Humahuaca.

Ya a fines del siglo XX, y principalmente principios del siglo XXI, se sabe que en esta provincia se produjo la llegada masiva del turismo, trayendo consigo miles de oportunidades para la región, al ser considerada esta actividad como una de las fuentes más importantes del mercado mundial. Trajo consigo también, ciertos obstáculos donde comenzó a peligrar la explotación inadecuada de recursos naturales o la profanación de lugares y costumbres ancestrales, consideradas únicas e irrepetibles. Tenemos que tener en cuenta que es un recurso patrimonial de singular valor cultural, histórico, educativo y turístico que debe ser considerado como una oportunidad única y que, lamentablemente, no es objeto de una acción de preservación y puesta en valor acorde a su importancia.

Esta investigación está destinada a relevar y a resaltar el grado importancia de una costumbre ancestral, con la finalidad de generar conciencia que motive la protección cultural necesaria para la misma, siendo que el Carnaval en la Quebrada de Humahuaca forma parte de aquellas festividades relevantes y únicas en Argentina. Con la intención de que, posteriormente se deje abierta la posibilidad para el desarrollo de una propuesta tendiente a revertir esta situación, estimulando así todo tipo de acciones educativas e informativas tanto para los habitantes de la ciudad de Tilcara y los turistas, así como también para los órganos y/o empresas públicos y privados involucrados en la actividad turística.

El objetivo principal que se debería perseguir es, evitar que el impacto de la llegada de los visitantes a esta ciudad durante la celebración del Carnaval, así como la indiferencia cotidiana de la población local por preservar algo tan proprio como lo es una práctica ancestral, logren la desaparición de este acontecimiento, herencia propia y única de nuestro pasado como argentinos.

LIMITACIONES.

- Falta de colaboración y predisposición del gobierno local.
- Dificultad para el acceso a información sobre el tema de estudio

ya que en algunos casos son asuntos personales y propios de una cultura y de sus prácticas que tal vez no quieran revelar.

- Tiempo limitado para analizar y estudiar el problema, ya que el Carnaval es un acontecimiento temporal (9 días en el mes de Febrero)

- Falta de datos estadísticos, como por ejemplo llegada y tipo de turistas que visitan la ciudad de Tilcara.

ANTECEDENTES

Para comprobar la existencia de antecedentes sobre el objeto de estudio, se indagó en bibliotecas y archivos citados a continuación:

La investigación **"Los Carnavales como bienes culturales intangibles. Espacio y tiempo para el ritual"** de Javier Marcos Arévalo de la Universidad de Extremadura, Cáseres. Se hace un análisis de cómo la globalización y la modernidad no ganaron la batalla de lo popular, y se ve cómo se van dando nuevos significados a los rituales para poder continuar con la tradición. El carnaval es una de las fiestas que tiene la capacidad de transformarse, junto con la sociedad donde se realizan.

Por otro lado, Carolina Crespo en **"Cruces y tensiones sociales en mascaradas". La Fiesta de carnaval de Gualeguaychú,** investiga el carnaval propiamente dicho de Gualeguaychú y la fiesta tradicional llamada "Corso Tradicional Matecito", durante el período 1999-2001. Analiza diferentes tramas y cruces entre las negociaciones y disputas para llevar a cabo los festejos. Se comparan las formas tradicionales y las formas mercantilizadas de las celebraciones nombradas. Se hace un recuento histórico de los dos carnavales y los elementos que los relacionan entre sí, que tienen que ver con las relaciones internas de la comunidad que los celebra.

Finalmente Ivana Benavides Dutra Murta, Julio Goncalvez Campos, y otros autores de la Universidad Federal de Mina Gerais, Belo Horizonte, Brasil en **"Nueva Territorialidad",** analizan el caso de San Bartolomé en el estado de

Minas Gerais. El objetivo principal fue discutir la manera en que el creciente proceso de turistificación ha influido en la vida de los habitantes. Asimismo, se quiso determinar la forma en que el crecimiento del turismo en esta ciudad provocó la reconfiguración espacial, territorial y simbólica del medioambiente local.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación social al cual apunta este trabajo, teniendo como referencia la clasificación realizada por Rut Vieytes en Metodología de la Investigación en Organizaciones, Mercados y sociedades[1], establece los siguientes criterios:

- Según su finalidad, la investigación es **básica***,* debido a que la misma será fundamento para otras investigaciones y pretende conocer, explicar y comprender fenómenos, en este caso las modificaciones que reciben las costumbres ancestrales (Carnaval de la Quebrada de Humahuaca) causadas por la llegada del turismo. A su vez este tipo de investigación se interesa por problemas de conocimiento de cualquier tipo, procura encontrar leyes. Se apoya en las ciencias necesarias (sociología, antropología, psicología, economía) para resolver sus problemas y busca obtener un conocimiento nuevo.

- Según la estrategia metodológica, la investigación es **cualitativa**, ya que se preocupa por la construcción de conocimiento sobre la realidad social y cultural (la investigación apunta a conocer y explicar las modificaciones que sufren las costumbres ancestrales, tomando como estudio de caso el Carnaval de Tilcara) desde el punto de vista de quienes producen y viven. Este tipo de investigación implica ver las creencias, las representaciones, los mitos, los prejuicios, los

[1] VIEYTES, Rut. *Metodología de la Investigación en Organizaciones, Mercados y Sociedad. Epistemología y Técnicas*. Editorial De las Ciencias. 1^{0} Edición. Buenos Aires, Argentina. 2004

sentimientos en fin: en los imaginarios, elementos de análisis para producir conocimiento sobre la realidad social.

En esta investigación también se incluirán algunos datos cuantitativos como datos censales o cuantificación de frecuencias con fines comprensivos (como en casos como aquellos datos estadísticos sobre la llegada de turistas a la ciudad de Tilcara durante la celebración del Carnaval, entre otros ejemplos).

- Según el alcance de los objetivos, la investigación en un comienzo contará algunos rasgos típicos de una investigación **exploratoria**, ya que el área temática en la que se funda el problema se encuentra "inmaduro" y carece de soluciones previas (por la novedad del mismo, o porque no ha sido abordado en profundidad previamente por otros investigadores), ya que hasta el momento no se encontraron antecedentes específicos sobre el estudio de caso en cuestión (Las modificaciones que sufrió el Carnaval de la Quebrada a través de la llegada del Turismo), pero si algunas investigaciones en la cual el mismo pueda sustentarse, como los son algunos estudios y análisis sobre modificaciones producidas en costumbres ancestrales por la llegada del Turismo en otras ciudades.

Finalmente los recursos de los estudios exploratorios utilizados en este tipo de investigación son: *Fuentes bibliográficas, documentales* (libros, revistas, documentos oficiales, empresariales o privados) *y de datos secundarios* (referidos a los que obtenemos de investigaciones realizadas con otros objetivos, por otros investigadores, pero que por su relación o cercanía pueden resultarnos útiles y accesibles); y Exploración con métodos y técnicas cualitativas (siendo en dispositivo más habitual y eficaz la entrevista –individual o grupal-, y la observación – participante o no estructurada).

Esta investigación también cuenta con ciertos rasgos de una investigación **descriptiva**, ya que uno de los intereses de la misma se centra en describirlo, en medir las actitudes de una población

determinada hacia cierto objeto. Esta descripción, busca obtener un perfil del objeto.

Para conseguir mostrar cómo se modificaron las acostumbres ancestrales, será necesario contar con mucho conocimiento previo acerca del problema a investigar para poder iniciarlo. Se debe contar con precisión qué características o atributos del objeto van a ser medidos; haber definido la población y la muestra a los objetivos del estudio (qué y quiénes van a ser medidos); y elaborar o definir técnicas de recolección y análisis de datos (en este caso encuestas, entrevistas y observaciones).

En cuanto a la hipótesis, los estudios descriptivos, pueden o no iniciarse con una hipótesis específica como guía, aunque en rigor la hipótesis está siempre presente, de manera explícita o implícita.

- Según el diseño de la prueba se realice con datos propios de primera mano o datos disponibles en estudios realizados por otros investigadores, la investigación en cuestión cuenta con ambas tipos de fuentes. En un comienzo la investigación contará con **datos secundarios**, es decir, fuentes que no han sido generadas por el propio equipo de investigadores, proporcionando información sobre datos ya analizados, resumidos e interpretados, como por ejemplo, aquella información extraída de libros, revistas, documentos, artículos de publicaciones científicas, datos oficiales de censos y encuestas, etc.

Posteriormente aquellos datos registrados y estudiados en la primera etapa de la investigación, serán puestos en evidencia en el campo de estudio, de donde se recogerán **datos primarios**, es decir, aquellos que se recolectan en forma directa por el investigador en la realidad a estudiar, son datos de primera mano, originales, a través de dispositivos o instrumentos de recolección de datos como: entrevistas, encuestas, observaciones.

- Según el grado de control del investigador en el diseño de la

contrastación empírica, la investigación en cuestión es **no experimental**, ya que los datos se recogen en ambientes naturales, o utilizan muestras representativas de la población real acerca de la cual hacen afirmaciones. No hay un grupo de control en lo que se refiere a la selección de unidades.

- Según el momento en que se recogen los datos, la investigación es **transversal o sincrónica**, pues no se establece una secuencia de seguimiento sino que todos los datos confluyen en un resultado único; se cristalizan los datos recogidos en un tiempo único y se mide en el momento en que los datos fueron recolectados. Los datos sincrónicos tienen un carácter estático: son un instante tomado en un momento T. En el caso de la investigación en cuestión, el momento T está representado por la Celebración del Carnaval de Tilcara en el mes de Febrero de 2011.

Capítulo II: Marco Teórico- Conceptual

TURISMO

Concepto y definiciones relacionadas con el Turismo

Según la definición adoptada por la OMT (1994) "El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros, y no por razones lucrativas"[2]

Resulta que el concepto planteado anteriormente, es bastante acotado para llegar a definir una actividad tan amplia y diversa como lo es el Turismo. Por dicho motivo para dar una visión más amplia y completa sobre la definición de la actividad en cuestión se toma al turismo como "la suma de los fenómenos y relaciones que surgen de la interacción de los turistas, proveedores de negocios, gobiernos y comunidades anfitrionas en el proceso de atraer y alojar a los turistas y otros visitantes". Así mismo define al turismo como "una combinación de actividades y servicios (organizados por empresas o en forma independiente), que proporciona una experiencia de viaje: transporte, alojamiento, gastronomía, tiendas, espectáculos, instalaciones para actividades diversas y otros servicios hospitalarios disponibles para individuos y grupos que viajan"[3]

Desde el punto de vista económico el turismo es considerado como "una actividad económica que consiste en un conjunto de bienes y servicios, que se venden al turista. Dichos bienes y servicios están necesariamente interrelacionados, de manera que la ausencia de uno de ellos obstaculiza y hasta impide la venta o prestación de todos los otros; tiene además, la muy peculiar característica que solo es posible producirlos en localizaciones

---

[2] SANCHO, Amparo. *Introducción al Turismo*. Organización Internacional del Turismo OMT. 1º Edición. España, Madrid. 1998

[3] McINTOSH, GOELDENER, RITCHIE. *Turismo: Planeación, administración y perspectivas. México*. 2001

geográficas rígidamente predeterminadas a las cuales se traslada el turista, aunque su venta pueda realizarse en el lugar de producción o fuera de él, es decir, en el punto de origen de la demanda. A diferencia de lo habitual, en turismo, no se realiza una distribución física del producto, pues, repetimos, el consumidor es quien viaja a la fuente de producción" [4]

Estas definiciones a su vez se clasifican, según Carmen Altés Machin en Marketing y Turismo[5] en:

- Turismo interno: el de residentes de un país que viajan únicamente dentro de este mismo.
- Turismo receptor: el de los no residentes que viajan dentro de un país dado.
- Turismo emisor: el de los residentes de un país dado que viajan a otro.

Estas tres formas básicas de turismo pueden combinarse a su vez, dando lugar a las categorías de turismo siguientes:

- Turismo interior, que comprende el turismo interno y el turismo receptor.
- Turismo nacional, que comprende el turismo interno y el turismo emisor.
- Turismo internacional, que comprende el turismo receptos y el turismo emisor.

Subyacente a la conceptualización anterior del turismo esta el concepto general de *viajero*, definido como "toda personas que se desplaza entre dos o más países distintos o entre dos o más lugares de su país de residencia

[4] BOULLON, Roberto. *Planificación Física del Turismo*. Ed. Trillas. México, DF. 2001

[5] ALTÉS MACHIN, Carmen. *Marketing y Turismo. Editorial Síntesis*. Madrid, España. 1995

habitual".

Se define como *visitante* a cualquier persona que visita un país diferente de aquél en el cual tiene de ordinario su residencia, con fines distintos al de ejercer una ocupación remunerada en el mismo país visitado. Acotando esta definición, la OMT la ha redefinido como aquella persona que viaja, por un período no superior a 12 meses, a un país distinto de aquel que tiene su residencia habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

El concepto de visitante se subdivide en dos categorías:

- *Turista*: se define como turistas a los visitantes temporales que permanecen al menos veinticuatro horas en el país que visitan y que deben pernoctar en él. Complementando esta definición, el turista es el visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado y por extensión en cualquier destino nacional o internacional distinto a si lugar de residencia habitual. Así, el turista internacional se entiende como aquella persona que visita un país diferente de aquél en el que tiene su lugar de residencia, pero fuera de su entorno habitual, por una estancia de por lo menos una noche pero no más de un año, y cuyo motivo principal de visita no es el de ejercer una actividad remunerada en el país visitado.

Con la nueva definición de la OMT, el turista tiene como finalidades de su viaje:

a. Recreativos: placer, ocio y vacaciones.

b. Profesionales: Reuniones, misiones, negocios y motivos profesionales.

c. Otros motivos de carácter turístico: estudios, salud, tránsito, motivos diversos.

Se entiende a su vez como turista a "aquella persona que busca diversas experiencias y satisfacciones tanto intelectuales como físicas. La naturaleza de

esta determina en gran medida el lugar elegido y las actividades que el turista va a realizar una vez que haya arribado al destino"[6]

- *Excursionista o visitante de día:* se define como excursionista a aquel visitante que permanece menos de veinticuatro horas en el país que visita (es decir, el visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado), incluidos los viajeros que realizan cruceros y los viajeros en tránsito en aeropuertos y que deban permanecer horas en la ciudad haciendo escala.

Sistema Turístico

Se entiende por *Sistema Turístico*, al complejo conjunto de relaciones que nace a partir de los viajes que los turistas realizan. El punto de partida del funcionamiento de este sistema se origina en el encuentro de la **oferta** con la **demanda** turística a través del proceso de venta del llamado **producto turístico**, que junto con la **infraestructura y planta turística** forman la estructura de producción. Aquí interviene la **superestructura** que será el ente que regule el sistema.

La **demanda Turística** se define como "el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos y servicios con el objeto de cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento y cultura en su periodo de tiempo libre o vacacional"[7]

Desde el punto de vista económico se considera a la demanda turística como "el conjunto de servicios efectivamente solicitados por el consumidor. Abarca, por lo tanto, todas las características del consumidor presente, es decir, cubre el mercado actual"[8]

---

[6] MOLINA, Sergio. Conceptualización del Turismo. Ed. Limusa. México. 2000

[7] BOULLÓN, Roberto. *Planificación del Espacio Turístico*. Editorial Trillas. 3ra Edición. México, DF. 1997.

[8] CARDENAS TABARES, Fabio. Comercialización del Turismo. Determinación y análisis de mercados. Ed. Trillas. México, DF. Cuarta reimpresión. Agosto 1999.

Por otro lado se encuentra **Oferta Turística** que se define como "conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo", OMT (1994). La oferta puesta a disposición de la demanda constituye algo más que una simple suma de productos turísticos que contiene, representa un todo integrado por estos productos, los servicios netamente turísticos y los no turísticos, la imagen general del destino. Hay que tener en cuenta que la oferta turística puede recibir un uso no turístico por parte de los residentes o de los visitantes no relacionados con la actividad turística.

Se entiende como **Producto Turístico** al "conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado (para un confort material y espiritual), en forma individual o una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista"[9]

Acerenza conceptualiza el Producto Turístico de la siguiente forma: "Desde el punto de vista conceptual, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista… Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso." [10]

Para cumplir con la función de abastecer los deseos y las necesidades de la demanda, la oferta cuenta con lo que se denomina **Planta Turística**. Así es como Cárdenas Tabares, plantea la composición de la misma: "Los centros turísticos como polos de desarrollo deben abastecer el área que denominan mediante una Planta Turística. Forman parte de ella el *equipamiento*, las *instalaciones*, los *atractivos turísticos*" (CERDENAS TABARES, 1999). Boullón

[9] CARDENAS TABARES, Fabio. Comercialización del Turismo. Determinación y análisis de mercados. Ed. Trillas. México, DF. Cuarta reimpresión. Agosto 1999.

[10] ACERENZA, Miguel Ángel. *Promoción Turística: un enfoque metodológico.* 1993. Editorial Trillas

define a la misma como "Los servicios que se venden a los turistas son elaborados por un subsistema al que denominamos 'Planta Turística', que está integrada por dos elementos: equipamientos e instalaciones" (BOULLON, 1997).

Componentes de la Planta Turística.

El primer componente de la Planta Turística es el ***Equipamiento,*** en el que se incluye todos los establecimientos administrados por el sector público o privado que se dedican a prestar servicios básicos y necesarios para el desarrollo de actividades turísticas.

Según Roberto Boullón (BOULLON, 1997) existe un sistema de clasificación que divide al equipamiento en cuatro categorías, en las que se encuentran:

Alojamiento	• Hotelero (Hoteles, Moteles, Hosterías, Posadas, Pensiones). • Parahotelero (ApartHoteles, Conjunto de cabañas, Albergues, Campings). • Extrahotelero (Departamentos en condominios, Casas, Cabañas individuales).
Alimentación	• Restaurantes. • Cafeterías. • Kioscos. • Comedores.
Esparcimiento	• Centros nocturnos (Night Club, Bares, Discotecas, Casinos o establecimientos de juegos de azar) • Espectáculos (Cines y Teatros; Espectáculos públicos) • Clubes deportivos.

	•Parques temáticos.
Otros Servicios	•Agencias de viajes. •Información. •Guías. •Casas de cambio. •Dotaciones para congresos y convenciones. •Transporte turístico. •Primeros auxilios. •Estacionamientos. •Comercios

En cuanto a esta última categoría, otros servicios, cabe aclarar que si bien está integrada por elementos totalmente diferentes, todos ellos son necesarios. Por lo tanto a la hora de evaluarlos hay que tener en cuenta no confundir aquellos servicios propios del funcionamiento habitual de la ciudad, con aquellos que son de uso exclusivamente turístico. De esta forma se evita que aparezcan como servicios turísticos aquellos que solo son utilizados por la población local. Ahora bien para evitar estas distorsiones, es necesario que los indicadores seleccionados se ajusten a los siguientes lineamientos:

- En lo que toca a las agencias de viajes, solo se deben considerar aquellas que prestan servicios receptivos, dejando de lado a las que se dedican a la operación del turismo emisivo entre la población local.
- Lo miso sucede son la planta comercial, deben seleccionarse solo los establecimientos que atraen la atención de los turistas, para evitar que aparezcan como turísticos aquellos que solo sirven a la población local.

El segundo componente de la Planta Turística son las ***Instalaciones,*** “aquellas construcciones (distintas de las señaladas en equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de las actividades turísticas” (BOULLON, 1997).

Las instalaciones se dividen en tres categorías:

- Agua y Playa.
- Montaña.
- Generales.

A su vez cada uno de ellas está por compuesta por numerosos y diversos tipos de categorías entre los que se encuentran muelles, pasarelas, miradores, canchas de tenis y sombrillas de playa por citar algunos de ellos.

El tercer elemento que integra la Planta Turística es la ***Infraestructura***, la cual se entiende como "la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Forman parte de ella la educación, los servicios de salud, la vivienda, el transporte y la comunicación entre otros elementos".

La infraestructura se divide en *externa* cuando es general y sirve a todos los sectores sin pertenecer a ninguno de ellos; y es *interna* cuando se da para un sector y una localización precisa. Aquí es donde se ubica la infraestructura apta para el despliegue de la actividad turística" (BOULLON, 1997).

Finalizando los componentes de la Planta Turística se encuentra la materia prima de la Planta Turística, es decir los ***Atractivos Turísticos***, definiéndolos como "todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo solo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motivan al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él". (CARDENAS TABARES, 1999).

Los atractivos se pueden dividir en dos grandes grupos: Atractivos Naturales y Atractivos Culturales. En una clasificación más detallada de Boullón los divide en:

	1.1 Montañas. 1.2 Planicies. 1.3 Costas

1. Sitios Naturales	1.4 Lagos, Lagunas y esteros. 1.5 Ríos y arroyos. 1.6 Caídas de agua. 1.7 Grutas y cavernas. 1.8 Lugares de observación de flora y flora. 1.9 Lugares de caza y pesca. 1.10 Caminos pintorescos. 1.11 Termas. 1.12 Parques Nacionales y reservas de flora y fauna.
2. Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas.	2.1 Museos. 2.2 Obras de Arte técnica. 2.3 Lugares Históricos. 2.4 Ruinas y Sitios Arqueológicos.
3. Folklore	3.1 Manifestaciones religiosas y creencias populares. 3.2 Ferias y mercados. 3.3 Música y Danza. 3.4 Artesanías y Artes Populares. 3.5 Comidas y Bebidas Típicas. 3.6 Grupos Étnicos. 3.7 Arquitectura Popular y Espontánea.
4. Realizaciones técnicas, científicas y artísticas.	4.1 Explotaciones mineras. 4.2 Explotaciones agropecuarias. 4.3 Explotaciones industriales. 4.4 Obras de artes y técnicas. 4.5 Centros científicos y técnicos.

Fuente: Boullón, Roberto. Planificación del Espacio Turístico. 3 era Edición. México, DF. 1997.

Además de la clasificación en categorías, existe una metodología que

permite una clasificación de los recursos según jerarquías, cuyo objetivo es realizar una valoración de los recursos turísticos. Los criterios de evaluación para cada jerarquía son las siguientes:[11]

Jerarquía I: Atractivo con rasgos excepcionales y gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).

Jerarquía II: Atractivo excepcional en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes nacionales o extranjeros, ya sea por si solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.

Jerarquía III: Atractivo con algún rasgo llamativo que puede capaz de interesar a visitantes de larga distancia que hubiesen llegado a su zona por otra motivación turística o de motivar corriente turística local.

Jerarquía IV: Atractivo sin meritos suficientes para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores.

Por otro lado, para que el sistema turístico funcione adecuadamente, requiere además de infraestructura, del auxilio de un subsistema superior que regule todo el sistema, al que llamamos superestructura. La **Superestructura** es considerada como "El conjunto de organismos públicos y privados que regulan, fomentan y/o coordinan la actividad turística. Es una organización compleja que permite amortizar tanto la producción y venta de bienes y servicios que se han de producir por las obras de infraestructura y empresas que comprenden el equipamiento, como las relaciones resultantes de la práctica del turismo"[12]

A su vez se conceptualiza a la Superestructura como "Todos los organismos especializados, tanto públicos como la actividad privada, encargados de

[11] VENANCIO BOTE GÓMEZ. *Planificación económica del Turismo*. Editorial: Trillas. Segunda Reimpresión, México. (1999).

[12] RAMIREZ BLANCO, Manuel. Teoría *General de Turismo*. Editorial Diana. 2º Edición. México, DF. 1994.

optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como amortizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispersos servicios que componen el producto turístico" (BOULLON, 1997).

Finalmente se define como **Patrimonio Turístico** a "la relación entre materia prima (atractivos turísticos), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema)" (BOULLON, 1997).

Se entiende por Patrimonio Turístico a "la disponibilidad mediata o inmediata de los elementos turísticos con que cuenta un país o una región en un momento determinado. El patrimonio es igual a la suma de los atractivos mas la plata e instalaciones turísticas a las que se puede agregar la infraestructura". (CERDENAS TABARES, 1999)

ACTIVIDADES TURISTICAS

Boullón, R. conceptualiza a las actividades turísticas como aquellas: "cosas que quiere hacer el turista, que son en definitiva la razón básica de que acontezca el turismo y de que se genere una serie de consumos específicos. Son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios turísticos". [13]

Análisis de las Actividades Turísticas.

Para conocer con mayor profundidad las características de las actividades turísticas, las mismas se observan y se experimentan detectando tres variables que conducen a profundizar su conocimiento:

[13] BOULLON, Roberto. *Las actividades turísticas y recreacionales. El hombre como protagonista*. 3^{0} Edición. Editorial Trillas. Mexico, DF.1990

a. Especie de la Actividad: la cual se refiere a las diferentes clases en que se puede ordenar las actividades turísticas. Esta clasificación tiene en cuenta tanto las características de los diferentes atractivos turísticos, como las que cosas que pueden hacer los turistas en ellos. A su vez se pueden dividir en cinco categorías:

- Esparcimiento, comprende cosas como paseos, ya sea en vehículos especiales, a caballo, en mula o a pie, el uso de las playas o de piscinas, excursiones a las montañas o bosques que no requieren de un adiestramiento especial, la realización de picnics y toda la gama de usos generales que hace el turista de un atractivo, o de la ciudad en que se encuentra.
- Visitas Culturales, se refiere a las actividades radicas en museos, monumentos artísticos, iglesias, ruines arqueológicas, lugares históricos, obras civiles del pasado, ferias y mercados tradicionales, artesanías, manifestaciones religiosas y creencias populares, visitas a grupos étnicos o expresiones de arquitectura popular y la concurrencia a centros científicos y técnicos y explotaciones mineras, agropecuarias o industriales.
- Visitas Sitios Naturales, corresponden a la observación y al disfrute de la naturaleza en sus diferentes manifestaciones, que abarcan desde las playas hasta las grutas y cavernas, parques nacionales o ríos y caídas de agua, entre muchas otras posibilidades que ofrece la naturaleza.
- Actividades Deportivas, es clara de por sí, englobando la práctica de golf, remo, veleo, ski acuático, natación y todas las actividades que se generen alrededor de la pesca y la caza deportiva.
- Asistencia a Acontecimientos programados, tiene que ver con los espectáculos de luz y sonidos, exposiciones, festivales, concursos de belleza, corridas de toros, partidos de fútbol, parques temáticos, espectáculos nocturnos, rodeos, carnavales y

asistencia a congresos, seminarios y convenciones.

b. Naturaleza de la Actividad: implica tomar como objeto de análisis al propio turista, para investigar su comportamiento y actitud durante la visita a un atractivo o el uso de algún servicio específico. Conforme a las características de cada actividad, la participación del turista en ellas puede variar entre cinco posibilidades.

- Actitudes personales. En este caso puede ser *protagonista* de una actividad, el cual implica que ésta existe porque el mismo usuario la está realizando (es activo), o *espectador*, sería aquella persona que observa cómo se realiza alguna actividad (es pasivo). La diferencia entre ambas estriba en que, en el primer caso, para que el usuario pueda ser protagonista, el sistema debe incorporar las instalaciones y facilidades imprescindibles que requiere esa actividad para ser practicada por él mismo. En cambio el espectador a veces no necesita de instalaciones especiales, mienta que en otras, cuando el espectáculo es formal, sí requiere de comodidades para que se pueda permanecer cierto tiempo presenciándolo.
- Forma de realizar la actividad. Ésta puede ser individual o grupal, dependiendo del tipo de actividad. Por ejemplo algunas actividades no pueden hacerse más que en forma individual, como la práctica de ski, mientras que otras deben realizarse de forma grupal, como el escalamiento de montañas, y algunas pueden realizarse en cualquiera de las dos formas.
- Consecuencia especial del modo de practicarla. Existen actividades que producen concentración (tomar sol en la playa) y otras por el contrario requieren realizarse individualmente o en grupos muy pequeños, como la caza.

Las actitudes mencionadas no son excluyentes, salvo aquellas esencialmente antagónicas, como la actitud individual y la actitud en grupo. Las

otras, en cambio, pueden producirse simultáneamente en grupo.

c. Estructura de la Actividad: Dos factores son los que conducen al conocimiento de la estructura de una actividad, estos son: la *intensidad* y la *distribución del espacio*. La *intensidad* de la actividad investiga la importancia relativa de la misma, a través del número de turistas que la practican, y su duración (que se refiere al número de días del año y a las mejores horas del día en que llega a su máxima expresión). La *distribución del espacio*, sirve para analizar y resolver las formas de ocupación del territorio y las necesidades de superficie de cada actividad. Este dato se completa con el estudio del grano, concepto mediante el cual se estudia para una misma unidad espacial, si las actividades programadas se pueden desarrollar en forma conjunta, o si cada una, o alguna de ellas, requiere su propia superficie por ser incompatible con las demás. A la primara forma de ocupación del espacio se le llama grano fino y a la segunda grano grueso. Grano fino se llama a aquellos espacios donde se mezclan las actividades (como por ejemplo la playa), mientras que grano grueso se denomina a la zonificación típica de una actividad, donde solo se realiza una actividad en particular (por ejemplo una cancha de tenis).

LA CULTURA Y EL TURISMO

Cultura y Patrimonio Cultural.

Se entiende por *Cultura* a "*Los valores, normas y bienes materiales característicos de un determinado grupo. Al Igual que el concepto de sociedad, el de cultura se usa con profusión en Sociología, así como entre otras ciencias sociales (en particular, en Antropología). La cultura es uno de los rasgos más característicos de las asociaciones sociales humanas*"[14]

Para Garza Cuellar, la cultura puede ser definida en un sentido amplio como *"todo lo cultivado por el hombre, ya que comprende el total de las producciones humanas, tanto en el ámbito material (como, por ejemplo, los productos del arte y la técnica) así como en el espiritual (donde se mencionan las ciencias, el arte y la filosofía)"*[15]

Por otro lado se debe analizar, si nos focalizamos en el tema central de la investigación, el Carnava Humahuaqueño, el cual cuenta con aspectos referentes a una representación artística de un pueblo, es decir un "arte", podemos decir que el arte una herramienta de manipulación para calmar la vida exterior e interior de los hombres. *"La actividad artística se encuentra, desde la época prehistórica, al servicio de la interpretación del mundo y de los hombres en el mundo"*[16]

El arte en todas sus representaciones forma parte del Patrimonio Cultural de un pueblo el cual *"comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la*

---

[14] GIDDENS, Anthony. *Sociología*. Alianza Editorial. 4º Edición. Madrid, España. 2001

[15] GARZA CUELLAS, Eduardo. *Comunicación En Los Valores*. Ediciones Coyoacán. México, DF. Segunda Edición. 1998

[16] BAUMGART Fritz. "Historia del Arte" Ediciones del Serbal; España, Barcelona; 1991.

lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas."[17]

Hace poco tiempo que comenzó a surgir la idea de que el Patrimonio Cultural debe preservarse, justamente por su condición de guardar en sí rasgos de la cultura que lo creó, sea tangible o intangible. Es aquí donde el turismo juega un papel fundamental, ya que a lo largo del tiempo, las malas administraciones han llevado al deterioro del patrimonio, se está concientizando, en la actualidad, sobre el cuidado de los mismos. Es interés propio del turismo que todo lo que forma el Patrimonio Cultural de un país se encuentre impecable para que surjan las inversiones turísticas y en el mejor de los casos se los ponga en valor.

El concepto que se ha adoptado actualmente continúa ampliándose, actualmente se incluyen en este, desde los monumentos y objetos, hasta lo intangible.

La Organización Mundial de Las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura fue una de las organizaciones que mayor interés asumió en incluir políticas destinadas a la preservación del patrimonio mundial y al reconocimiento del patrimonio intangible.

En 1972, tras la aprobación del patrimonio mundial cultural y natural en la Conferencia General se ha tomado gran iniciativa en estos temas. Más adelante, en el período que respecta desde 1988 a 2002, la Oficina Regional de Cultura para América Latina y el Caribe de la UNESCO investigaron para llegar al rescate de la tradición oral de América Latina y el Caribe. Fue precisamente en 1989 cuando se definió el patrimonio oral y el llamado primeramente “patrimonio inmaterial”.

Fue fundamental para llegar a la argumentación de la existencia e

[17] Definición elaborada por la Conferencia Mundial de la UNESCO sobre el Patrimonio Cultural, celebrada en México en el año 1982.

importancia del patrimonio intangible, el reconocimiento de la cultura tradicional y popular como parte del patrimonio y adoptar medidas para su identificación, conservación, preservación, difusión y protección. El año 1999 fue clave, ya que se decidió crear una distinción internacional llamada 'Obras maestras del patrimonio oral e inmaterial de la humanidad'. Aquí se incorpora el concepto de patrimonio 'inmaterial' al patrimonio oral.

Pero más adelante se reconsideró el concepto 'inmaterial' y surgieron discusiones respecto del significado de materia y no materia. Por tal motivo se acordó en llamar al patrimonio oral y simbólico: "intangible". Así lo define el Director General de la UNESCO: *"las creaciones colectivas de una comunidad cultural, enraizada en sus tradiciones. [Sus] diferentes formas […] se expresan a través de los idiomas, las tradiciones orales, las costumbres, la música, la danza, los ritos, las festividades, la medicina tradicional, la artesanía y las habilidades constructivas tradicionales".*

"El patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiendo un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana"(Jesús Guanche).

Finalmente se puede decir que según la UNESCO el patrimonio cultural en su conjunto abarca varias grandes categorías:

- **El patrimonio cultural**:

<u>*El patrimonio cultural material:*</u>

- El patrimonio cultural mueble (pinturas, esculturas, monedas, manuscritos, etc.);
- El patrimonio cultural inmueble (monumentos, sitios arqueológicos, etc.);
- El patrimonio cultural subacuático (restos de naufragios, ruinas y

ciudades sumergidas, etc);

El patrimonio cultural inmaterial (tradiciones orales, artes del espectáculo, rituales, etc.);

- **El patrimonio natural:** sitios naturales que revisten aspectos culturales como los paisajes culturales, las formaciones físicas, biológicas o geológicas, etc. y;
- **El patrimonio en situaciones de conflicto armado**.

Patrimonio Cultural Inmaterial

Se denomina Patrimonio Cultural Inmaterial de la humanidad a las formas diversas y complejas de manifestaciones vivas, en constante evolución, expresadas a través de tradiciones orales, las artes del espectáculo, músicas, actos festivos, ritos, prácticas sociales o conocimientos y usos relacionados con la naturaleza. El mismo ha sido definido por la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial como: "los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana"[18]

Clasificación del Patrimonio Cultural Inmaterial

Según la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, se ha clasificado de acuerdo a los ámbitos en que se manifiesta:

[18] Convocada por la UNESCO, Celebrada en París –17-10-03.

- Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial.
- Artes del espectáculo;
- Usos sociales, rituales y actos festivos;
- Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo;
- Técnicas artesanales tradicionales.

Turismo Cultural

Una de las definiciones más clásicas corresponde al ICOMOS (International Councilon Monuments and Sites), que a través de la Carta del Turismo Cultural (adoptada en Bélgica en 1976 en el Seminario Internacional de Turismo Contemporáneo y Humanismo) se adopta en el marco de que el turismo es un hecho social, humano, económico y cultural irreversible. Y comienza a ser visto como uno de los fenómenos propicios para ejercer una influencia significativa en el entorno del hombre, en general, y de los monumentos y sitios, en particular:"El turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico - artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto y en cuanto contribuye - para satisfacer sus propios fines - a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada".

Por otra parte la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 1985, aporta una definición de carácter técnico: "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". Y otra de carácter más general: "todos los movimientos de personas para satisfacer la humana necesidad de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo,

facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros"[19]

A fin de estudiar el desarrollo del turismo cultural, en 1992, ATLAS (Association for Tourism and Leisure Education), puso en marcha un proyecto de investigación sobre Turismo Cultural, donde propone una definición técnico-turística: "todo movimiento de personas hacia atracciones específicamente culturales como sitios patrimoniales, manifestaciones artísticas y culturales, arte y representaciones, fuera de sus lugares habituales de residencia [...], y una definición más conceptual: el movimiento temporal de personas hacia una atracción cultural fuera de su lugar habitual de residencia, con la intención de satisfacer sus necesidades culturales"[20]

Por dicho motivo entiéndase por *Turismo Cultural*[21] al proceso social que tiene como elemento distintivo la referencia al conjunto de procesos simbólicos que denominamos cultura, así como a sus productos. El concepto de lo cultural está fuertemente vinculado a una idea de patrimonio, entendido este, preliminarmente, como el uso o posesión de los bienes producidos como consecuencia de estos procesos culturales.

Turismo cultural es visitar otra comunidad en cuanto a portadora de cultura, esto es, de otro sistema cognitivo-valorativo que implica modos humanos de actuar distintos de los del turista, y donde los sistemas simbólicos son también parte de la experiencia que hace del turismo una experiencia estética.

Es por eso que acercar la cultura al turismo implica darla a conocer como emergente de procesos históricos que se expresan en instituciones y prácticas sociales siempre cambiantes y contingentes, intentando trascender la visión

---

[19] OMT. The state´s rolein protecting and promoting culture as a factor of tourism development and the proper use and exploration of the national cultural heritage of sites and monuments for tourism, Madrid, 1995.

[20] Basado en la cita de Grande Ibarra, Julio, en su artículo "Análisis de la oferta de turismo cultural en España", Estudios Turísticos Nro. 150, Monográfico "Turismo Cultural", Instituto de Estudios Turísticos, Madrid, 2001, pág. 22.

[21]VELLAS FRANCOIS. *"Turismo y Cultura".* Librerías turísticas. 1995

que postula la cultura como un producto acabado definido desde una concepción inmóvil.

En ese sentido el turismo también forma parte de los procesos que contribuyen a la construcción, reconstrucción y modificación continua de esa red de significaciones que solemos denominar cultura. Aún más: el turismo cultural, en cuanto proceso histórico y social constituye relaciones de poder que se hacen visibles en los discursos y prácticas de los interactuantes influyendo en sus formas de acercarse al Otro cultural.

<u>El turismo cultural por tanto:</u>

- Facilita la aparición de nuevos productos.
- Permite el establecimiento de formas de aprovechamiento turísticos no sometidos a ciclos estacionales.
- Ofrece posibilidades de desarrollo de nuevos destinos y consumos complementarios a los destinos tradicionales.
- Responde a la creciente segmentación de la demanda.
- Satisface necesidades vacacionales de corta duración y reducido costo.
- Proporciona mayor satisfacción a segmentos de demanda activos.
- Añade valor a la experiencia turística.

IMPACTOS GENERAROS POR EL TURISMO

Otro aspecto a considerar para el entendimiento de la investigación es el *Impacto del Turismo* que son todos aquellos efectos y cambios significativos que ocasiona esta actividad, en la estructura social, económica, política, así como en los patrones culturales de la comunidad receptora.

Dichos cambios suelen producirse por el ***Crecimiento Turístico*****,** entendiendo como *"El aumento de la cantidad de visitantes a un destino, generando expansión del trabajo en el sector servicio, desarrollo de la construcción de infraestructura, mayor oportunidad de empleo. Este impacto puede ocasionar cambios positivos, variación de un estado cosa a otra más beneficiosa; o cambios negativos, alteración de un estado o cosa a otra más desfavorable en los pobladores que quienes pueblan, habitantes de un área específica (ciudad, país o continente) en un determinado momento"*[22]

Pero para entender el concepto de Impacto primero hay que entender lo que se denomina como "efecto", ya que ambos conceptos se encuentran estrechamente vinculados. Ander-Egg en *Introducción a la planificación* [23] establece la relación que existe entre ambos. Con el término efectos se indican los resultados de la utilización de los productos de un proyecto (prestación de servicios, satisfacción de necesidades o resolución de problemas). Mientras que la expresión **impacto** hace referencia a cambios producidos en una situación como resultado de los efectos de un proyecto. Es decir que un impacto es la consecuencia de un efecto provocado por la intervención de algún elemento.

Los impactos del turismo son el resultado de una compleja interacción de fenómenos, una interacción que se manifiesta en el vínculo entre los turistas, el

[22]ACERENZA, Miguel Ángel. *Promoción Turística*. Ed Trillas. Buenos Aires, Argentina. 1993

[23] ANDER- EGG, Ezequiel. *Introducción a la Planificación*. 15 [0.] Editorial Lumen. Colección Política, Servicios y Trabajo Social.Buenos Aires, Argentina. 1995

área de destino y su población. Precisamente esos impactos están asociados a una "capacidad de carga" que es quien determina los costes y beneficios del desarrollo del turismo. Por lo tanto, las actividades turísticas deben enmarcarse dentro del llamado "turismo sostenible" para poder garantizar la "integridad cultural", los "procesos ecológicos esenciales" y la "diversidad biológica" de los destinos turísticos.

Dichos impactos pueden puede ocasionar Cambios Positivos, variación de un estado o cosa a o más beneficiosa; o Cambios Negativos que es la alteración de un estado o cosa a otra más desfavorable en los pobladores, que son quienes habitan una cuidad especifica (ciudad, país o con continente) en un determinado momento. (ACERENZA, 1996)

Impactos Económicos.

Para Raúl Hernández Martin en su análisis *"Impactos económicos del Turismo. El papel de las importaciones como fugas del modelo"*[24], el estudio del impacto económico del turismo ha partido generalmente de la consideración de esta actividad desde una perspectiva de demanda. A este respecto, es el consumo turístico el origen de los efectos que se producen sobre la producción, la renta o el empleo en el destino. A nivel conceptual, la estimación de los impactos del turismo requiere la distinción entre los denominados impactos directos, indirectos e inducidos. Los primeros son los que se producen sobre las empresas que atienden directamente la demanda turística. Los impactos indirectos serían aquellos que tienen lugar a través de la cadena de relaciones intersectoriales que se originan a partir del impacto directo. Por último, los efectos inducidos tienen su origen en el gasto de la renta que se ha generado como consecuencia de los impactos directos e indirectos.

El turismo no puede identificarse como un ***sector económico*** claramente diferenciado, puesto que los bienes y servicios vendidos tanto a los visitantes como a los turistas nacionales se originan en varias ramas de la producción y

[24] HERNANDEZ MARTIN, Raúl. *Impactos económicos del Turismo. El papel de las importaciones como fugas del modelo.* Sector Exterior Español, Revista ICE. Nº 817Septiembre 2004.

porque en muchos casos sólo una parte se vende al turista y el resto se destina a otras formas de demanda final o usos intermediarios. Según la Secretaría de la UNCTAD (Conferencia de la Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo) las siguientes ramas de la actividad económica pueden considerarse como pertenecientes al *"sector turístico"* en diversos grados:

- Alojamientos
- Agencias de viajes y empresas organizadoras de circuitos turísticos
- Restaurantes, cafés y otros establecimientos que expenden comidas y bebidas
- Empresas de transportes (servicios de pasajeros): aviación civil, transporte marítimo, ferrocarriles, autobuses y automóviles de alquiler
- Empresas industriales o artesanales de artículos destinados principalmente a los visitantes
- Establecimientos que ofrecen instalaciones deportivas, diversiones y espectáculos destinados principalmente a turistas
- Departamentos del gobierno, entidades públicas y otros órganos relacionados principalmente con el turismo

Por otro lado, teniendo en cuenta el análisis que realiza Carlos Maldonado en su trabajo para la OIT *"Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta"*[25], podemos ver los impactos positivos y negativos que produce la actividad turística en comunidades indígenas (teniendo en cuenta que el estudio de caso de esta investigación es la población de Tilcara) en su economía.

<u>Beneficios y costos económicos</u>

El turismo como fenómeno económico incide en diversas esferas de la economía, dinamizando las políticas de fomento de negocios, estimulando la

[25] MALDONADO, Carlos. *Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta.* Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS).Organización Internacional del Trabajo (OIT). Documento de trabajo 79. Ginebra, Suiza. 2006

demanda de bienes y servicios de una vasta gama de actividades locales, lo cual significa generación de riqueza, ingresos e impuestos. A su vez, el consumo turístico entraña fluctuaciones de la demanda, inflación de precios, especulación de todo tipo y fuga de los beneficios, vía compras en el extranjero o expatriación de beneficios.

Beneficios y costos económicos derivados del turismo	
EFECTOS POSITIVOS(Beneficios potenciales)	• Contribución al crecimiento del Producto Interno Bruto del país atribuible a los gastos por consumo de servicios turísticos, según la diversidad y frecuencia del consumo de los mismos. • Captación de divisas que contribuyen a equilibrar las cuentas nacionales: balanza comercial y de pagos. • Incremento de la inversión pública en infraestructura vial, servicios básicos, recreativos y culturales. • Recaudación de impuestos gubernamentales centrales y locales a los servicios, inversiones, ingresos y dividendos turísticos. • Inversión de la empresa privada nacional en edificaciones, instalaciones turísticas, equipamientos y similares (hoteles, restaurantes, sistema de transportes y telecomunicaciones, etc.). • Atracción de la inversión extranjera directa en los mismos rubros. • Estímulo a la creación de nuevos negocios y desarrollo del espíritu empresarial, especialmente de las PyMES y los negocios familiares que incrementan la demanda de bienes locales. • Fuente de beneficios directos para las empresas prestadoras de servicios turísticos. • Renta y dividendos obtenidos por los propietarios de bienes raíces, inversionistas, servicios financieros y afines. • Reinversión de beneficios en la ampliación de los negocios o en otros sectores; incremento del autofinanciamiento. • Beneficios indirectos obtenidos por las empresas proveedoras de bienes y servicios de apoyo a los establecimientos turísticos. • Contribución a la mejora del equilibrio regional gracias a la diversificación económica, la distribución de la población y los ingresos en el territorio nacional.
EFECTOS NEGATIVOS (Costos potenciales)	• Costos derivados de las fluctuaciones de la demanda turística: la caída de la demanda afecta a la actividad económica en general. • Inflación local: aumento de los precios de la mano de obra, los alimentos y los bienes raíces, lo cual

	significa una pérdida del poder adquisitivo de los hogares residentes. • Posible especulación derivada de la demanda turística por terrenos y bienes raíces. • Costos de oportunidad debidos a la asignación de recursos al turismo (naturales, sociales y culturales), en lugar de destinarlos a usos alternativos para los hogares residentes. • Distorsión o debilitamiento de actividades tradicionales que se ven privadas del capital humano necesario para su desarrollo. • Conflicto de intereses entre la población residente y los turistas que deben compartir o competir por recursos y servicios públicos. • Elevación de gastos locales en mantenimiento de infraestructura, limpieza, seguridad ciudadana y atención sanitaria en temporada de mayor afluencia turística. • Efectos de fuga de recursos debido a la repatriación de beneficios y a la importación de bienes y servicios por parte de las empresas de inversión extranjera.

Los efectos del turismo sobre la economía son tal vez los más conocidos y han sido los que en mayor grado han estimulado el interés de los países por dicha actividad. Los efectos más conocidos, y que serán analizados en la investigación son:

- El turismo como fuente generadora de divisas.
- El turismo como fuente generadora de empleos.
- Otros efectos del turismo: sobre el nivel general de precios y sobre el presupuesto público.

El turismo como fuente generadora de divisas.

De todos los beneficios posibles del turismo es quizás el más notable. Los ingresos resultantes del gasto realizado por los turistas en los países, contribuyen significativamente en la balanza de pagos, especialmente en los países en vías de desarrollo. Desde el punto de vista económico normalmente se analiza la contribución que el turismo hace a la economía de un país como

consecuencia de su capacidad para generar divisas. Contribución que queda de manifiesto cuando a los ingresos generados por este concepto se les compara con otras partidas de la balanza de pagos, generalmente con las importaciones, los servicios de la deuda externa del país considerado o con las exportaciones.

El turismo como fuente generadora de empleos.

La importancia del turismo en este aspecto está íntimamente ligada al grado de importancia que tenga como fuente generadora de ingresos para el país. Mathieson and Wall[26] (1982. p 77) distinguen tres tipos de empleos generados por el turismo:

- *Empleo directo,* como resultado de los gastos de los visitantes en instalaciones turísticas, como los hoteles, restaurantes, agencias de viaje.
- *Empleo indirecto,* todavía en el sector turístico, pero como resultado directo del gasto turístico.
- *Empleo inducido,* creado como resultado del gasto por los residentes debido a los ingresos procedentes de turismo.

Otros efectos económicos del turismo.

El desarrollo del turismo, como el de cualquier otra actividad en el campo económico, puede llegar a influir significativamente en el nivel general de precios y, eventualmente, a convertirse en un factor inflacionario.

En lo que respecta el presupuesto público, los efectos del desarrollo de la actividad se manifiestan tanto en el presupuesto general de ingresos y gastos corrientes como en el presupuesto general de inversiones.

[26] MATHIESON, A. WALL, G. Toursim. Economic, Phsycal and social Impacs. Longman Scientific & Technical. UK. 1982

Desde el punto de vista de los ingresos genera una renta para el Estado la cual tiene sus orígenes en los impuestos directos e indirectos, como ser los impuestos a la renta, impuestos sobre los ingresos salariales del personal empleado en el sector, impuestos sobre al valor agregado (IVA) y tasa de servicios por el uso de las facilidades públicas para el uso del viajero (aeropuertos, terminales de buses, etc). En lo que respecta a los egresos, la propia gestión del turismo a través de su estructura administrativa (organismos nacionales de turismo y empresas descentralizadas), representa un aumento del gasto público; en algunos casos ciertas decisiones adoptadas a nivel gubernamental para estimular la afluencia de visitantes en determinados periodos del año (por ejemplo subvenciones directas en gasolina) pueden dar origen a un incremento de este gasto.

El desarrollo de la infraestructura, comprendidos en ella los servicios públicos, y los créditos oficiales otorgados para el fomento de las instalaciones y su respectivo equipamiento a empresas relacionadas con la prestación de los servicios turísticos, requiere de recursos financieros, lo cual hace que aumente el presupuesto de inversión.

Hay dos actitudes de las autoridades gubernamentales frente al turismo: la de los **países emisores**, cuya exportación de turistas desequilibra negativamente su balanza de pagos, y la de los **receptores**, que obtienen por este medio un aumento significativo de los ingresos. Para los primeros la “fuga” de capitales puede a veces dar motivos de inquietud, pero ven en la exportación turística, con prioridad, las ventajas culturales, sociales y políticas derivadas de los viajes. Los segundos consideran los efectos económicos por ingreso del turismo como muy importantes, y le dan prioridad en todos los aspectos.

Impactos Socioculturales.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) la actividad turística constituye un marco en el que, generalmente, entran en contacto personas de

bagajes culturales y socioeconómicos muy diferentes, ya que implica el desplazamiento de turistas a una región distinta del lugar de residencia habitual. Los impactos socioculturales en un destino turístico son el resultado de dichas relaciones sociales mantenidas durante la estancia de los visitantes en el mismo, cuya intensidad y duración se ven afectadas por factores espaciales y temporales restringidos.

El encuentro entre turistas y residentes tiene lugar en tres contextos principales:

• Cuando el turista compra un bien o servicio al residente.
• Cuando ambos comparten los mismos espacios físicos (playas, paseos, etc.).
• Cuando ambos intercambian información y/o ideas.

Los dos primeros son los contactos más frecuentes, sobre todo en el turismo de masas, en el cual los turistas no tienen interés en introducirse en la cultura local de la región visitada sino, bien al contrario, suelen formar *ghettos* en los que siguen manteniendo las costumbres de sus países de origen y se relacionan con individuos de su misma nacionalidad.

En muchas ocasiones el desarrollo de este tipo de enclaves turísticos, destinados al consumo de masas, facilita la segregación de la población local. Incluso en aquellas ocasiones en que predomina el turismo residencial –el visitante pasa largas temporadas en el destino–, pueden surgir problemas en las relaciones entre las dos comunidades.

La dificultad de entendimiento y relación puede surgir por múltiples factores: diferentes idiomas, costumbres de consumo y comportamiento social, valores religiosos o éticos, etc.

Algunos autores argumentan que, dependiendo del tipo de turista que visita la región, el impacto sociocultural será más o menos intenso, más o menos

positivo. En todo caso, como afirma Pearce (1989), incluso cuando la toma de contacto entre turistas y residentes no es muy profunda, la mera observación del comportamiento de los visitantes puede inducir a cambios en las actitudes, valores y comportamientos por parte de los habitantes de la región receptora: es el llamado *efecto demostración*. Incluso el turismo nacional, en el que visitantes y residentes proceden de un mismo contexto sociocultural, provoca cambios sociales y culturales en el destino. Por lo tanto, los turistas no necesitan entrar en contacto con los residentes para que los impactos socioculturales derivados del turismo tengan lugar en el destino. Cooper (1993) habla de *impactos socioculturales indirectos*, refiriéndose a los cambios sociales que acompañan al establecimiento de nuevas formas de comunicación, transporte e infraestructuras propias de la actividad turística. También hacen referencia a los *impactos inducidos* que aparecen con el aumento del nivel de vida económico aportado por el turismo, ya que la población modifica su comportamiento de consumo, aumentando su abanico de necesidades y acelerando así los cambios sociales.

La magnitud de los impactos dependerá, en gran medida, de las características propias de los turistas y de las diferencias socioculturales existentes con respecto a los residentes.

Según la tipología de Plog (1977), los turistas pueden clasificarse siguiendo un espectro que alinea a los allocéntricos en un extremo y a los psicocéntricos en el otro. El grupo de los *allocéntricos* se siente atraído por nuevos destinos *desconocidos*, en los que no exista desarrollo turístico previo y en los que pueda adaptarse a las costumbres locales. El grupo de los *psicocéntricos*, sin embargo, busca entornos familiares, no se aventura a visitar lugares desconocidos, no se adapta a las costumbres de las regiones que visita y necesita un gran número de infraestructuras turísticas para el desarrollo de su experiencia turística.

Generalmente, los allocéntricos suelen proceder de grupos sociales con mayor poder adquisitivo que los psicocéntricos. Entre estos dos polos,

completamente opuestos, Plog sitúa a los *para-allocéntricos* a los *céntricos* y a los *para-psicocéntricos*, argumentando que la mayoría de la población pertenece a los céntricos.

Los impactos causados por los psicocéntricos tienen muchas probabilidades de ser más significativos que los creados por los allocéntricos.

Aunque esta tipología no es inmutable, permite realizar un seguimiento del desarrollo de la región como destino turístico. Así, los destinos suelen ser *descubiertos* por los allocéntricos; a medida que la región va atrayendo a más gente, los allocéntricos se lanzan a la búsqueda de nuevos lugares menos visitados y comercializados. Por otra parte, los destinos con ventajas comparativas fuertes en términos de clima o localización podrán mantener su posición en el grupo de los céntricos más tiempo que los que no tengan ese tipo de atractivos.

Existen otras tipologías que resultan útiles como marco para clasificar a los turistas según un fenómeno determinado (generalmente, teniendo en cuenta motivaciones, comportamiento, beneficios buscados en la experiencia turística, etc.) y que facilitan el análisis conceptual de los impactos causados por cada grupo, ya que las actitudes de los individuos hacia el turismo varían dependiendo de factores tales como la edad, el nivel de educación, la renta disponible, el contexto cultural, etc.

Doxey (1975) sintetiza las relaciones entre visitantes y residentes en las siguientes etapas, que pueden servir para medir el nivel de los impactos socioculturales que pueden tener lugar en un destino turístico:

• *Etapa de euforia*: es la etapa de las primeras fases de aparición del turismo, cuando éste provoca exaltación y entusiasmo por parte de la población residente, que lo percibe como una buena opción de desarrollo.

• *Etapa de apatía*: una vez que la expansión se ha producido, el turismo se percibe en el destino como un negocio del que hay que “sacarpartido”. El

contacto se ha formalizado más.

• *Etapa de irritación:* a medida que se alcanzan niveles de saturación en el destino, los residentes necesitan facilidades adicionales para poder aceptar la actividad turística.

• *Etapa de antagonismo:* el turismo es considerado como el causante de todos los males del destino.

• *Etapa final*: durante todo el proceso anterior, el destino ha perdido todos los atractivos que originalmente atrajeron a los turistas.

Las etapas mencionadas pueden relacionarse con las señaladas por Butler (1980) refiriéndose al ciclo de vida de un destino turístico. El autor distingue entre las siguientes etapas: exploración, compromiso, desarrollo, consolidación, estancamiento. La etapa de estancamiento puede dar lugar, bien al *declive* del destino turístico, bien a su *rejuvenecimiento*. Esta clasificación puede utilizarse para explicar la evolución de un destino o de un producto turístico, sirviendo de guía para diseñar la planificación del mismo y teniendo en cuenta la reacción de la población residente. No obstante, las etapas están apoyadas en el comportamiento de una única variable, el número de visitantes.

Por último, hay que destacar el hecho de que el turismo puede influir directamente en la estructura social de una región o país, ya que el empleo en el sector turístico es una forma para muchos residentes de incrementar su bienestar económico y de tener más oportunidades de movilidad en la escala social (sobre todo en comunidades predominantemente rurales). El turismo ha sido, por lo tanto, responsable de transformaciones profundas en muchas comunidades, siendo la migración rural un exponente claro de este fenómeno.

En el análisis que realizado Carlos Maldonado, ya mencionado anteriormente podemos observar los costos y beneficios que produce el turismo tanto en el ámbito social como cultural.

Beneficios y costos sociales

El turismo como fenómeno social implica la generación de nuevas fuentes de empleo, competencias técnicas para el recurso humano y bienestar para los hogares resientes. No obstante, también irrumpe en los modos de vida, las instituciones y relaciones sociales de las poblaciones anfitrionas, trastocando los equilibrios y la cohesión social preexistentes. Los flujos migratorios estimulados por las inversiones turísticas suelen generar tensiones y conflictos sociales.

Beneficios y costos sociales derivados del turismo	
EFECTOS POSITIVOS (Beneficios potenciales)	• Oportunidades de empleo alternativo para personas que se encuentran desempleadas o subocupadas en actividades poco remuneradas. • Empleo directo generado en los establecimientos turísticos. • Empleo indirecto creado en las empresas proveedoras de bienes y servicios de apoyo a los establecimientos turísticos. • Empleo inducido por el gasto de los residentes y hogares con los ingresos procedentes del turismo. • Formación y capacitación de recursos humanos tanto para operar como para administrar negocios locales. • Mejora del bienestar de los hogares residentes por el acceso a servicios, instalaciones, infraestructura y equipamiento turísticos. • Contribución a un mejor equilibrio regional por la distribución del empleo en el territorio nacional. • Efectos benéficos para zonas remotas con escasas oportunidades de empleo y poco atendidas por programas de desarrollo.
EFECTOS NEGATIVOS (Costos potenciales)	• Creación de puestos de trabajo inestables (ocupación a tiempo parcial y estacional) y precarios (salarios, condiciones de empleo y trabajo inferiores a los de otros sectores). • Dificultades de los trabajadores mayormente jóvenes y mujeres a aspirar a una carrera profesional. • Problemas sociales derivados de una muy baja sindicación de los trabajadores del sector para defender sus intereses laborales. • Creciente subcontratación de servicios y pérdida de empleos estables en algunas actividades. • Difícil acceso del personal local a puestos de trabajo con altos sueldos, calificaciones y responsabilidades en

	empresa extranjera. • Cambios inducidos en las estructuras organizacionales y en los roles sociales tradicionales para adaptarse a las exigencias del mercado turístico. • Fomento de las migraciones atraídas por las nuevas fuentes de empleo y las inversiones turísticas. • Pérdida de la tranquilidad de los residentes por congestión de tráfico y de personas, e incremento del ruido. • Pérdida de la seguridad ciudadana por incremento de tensiones sociales, agresiones y actos delictivos.

Beneficios y costos culturales

El turismo como fenómeno cultural estimula el florecimiento de un amplio espectro de actividades artísticas y servicios culturales, así como la edificación de instalaciones para el esparcimiento y la recreación. El intercambio entre personas provenientes de culturas diversas es fuente de enriquecimiento mutuo. Sin embargo, el desarrollo del turismo ha significado también, para una multitud de comunidades locales, el deterioro de su patrimonio histórico, la pérdida y la adulteración de sus valores culturales, o su reemplazo por otros ajenos a sus usos y costumbres tradicionales.

Beneficios y costos culturales derivados del turismo	
EFECTOS POSITIVOS (Beneficios potenciales)	• Preservación, restauración y rehabilitación de edificios, sitios, monumentos y obras históricas. • Revitalización de formas de arte tradicional: música, danza, pintura, escultura, teatro, literatura, etc. • Reactivación y desarrollo de tradiciones locales: artesanía, ritos festivos, celebraciones religiosas, gastronomía y folklore. • Rescate de lenguas y dialectos vernáculos y de la cultura oral. • Valoración de conocimientos colectivos tradicionales y tecnologías aplicados a la producción, la alimentación y la salud. • Fortalecimiento del patrimonio histórico, la identidad cultural y la estima colectiva que potencian el atractivo turístico del destino. • Creación de museos y centros de exposición de interés cultural. • Enriquecimiento del intercambio intercultural entre visitantes y residentes, gracias a experiencias basadas

	en el respeto mutuo, la tolerancia y la comprensión. • Beneficios indirectos obtenidos por los pobladores locales gracias al acceso a instalaciones, equipamiento y actividades culturales fomentadas por el turismo. • Adopción y aplicación de normas y reglamentos restringiendo el número de visitantes para prevenir daños de sitios arqueológicos, monumentos históricos y obras de arte (capacidad de acogida).
EFECTOS NEGATIVOS (Costos potenciales)	• Deterioro de sitios históricos y monumentos arqueológicos por el tráfico peatonal y la polución vehicular. • Daños causados a obras de arte por el excesivo tráfico humano. • Saturación y deterioro de algunos destinos turísticos debido a la poca diversificación de la oferta nacional, regional o local. • Mercantilización de las manifestaciones culturales locales, despojándolas de su verdadera significación y autenticidad, bajo presiones de tour operadores para satisfacer a su clientela. • Saqueo o tráfico ilegal de piezas arqueológicas y obras de arte. • Cambios irreversibles en la forma de vida, los valores culturales y patrones de consumo de la comunidad local, al adoptar comportamientos imitativos de los turistas (aculturación). • Desplazamiento de las comunidades nativas o de la población residente de su hábitat originario, debido a la expropiación o a la venta de sus tierras, bajo presiones de autoridades locales o nacionales, a favor de promotores inmobiliarios. • Choques culturales y comportamientos de rechazo de los residentes hacia los turistas foráneos que han creado ghettos, con poca disposición a integrarse en la sociedad local.

TURISMO SOSTENIBLE

Desarrollo Sostenible del Turismo

Según definió la Organización Mundial del Turismo (OMT) en agosto de 2004: "Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo".

Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

1) Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y vivo y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.

3) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

"El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten

necesarias.

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles." (OMT)

Por lo tanto Organización Mundial del Turismo (OMT), con base en la definición de desarrollo sostenible establecido por el Informe Brundtland, afirma que:

“El desarrollo del turismo sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida”.

Campos de actuación que influyen en el turismo sustentable.

Así como lo define la Organización Mundial del Turismo (OMT) el proceso de desarrollo turístico sustentable es la conjunción de tres factores que se interrelacionan de forma dinámica, con el fin de conseguir un equilibrio final: la sustentabilidad del sistema turístico. Estos factores son:

Sustentabilidad económica: asegura un crecimiento turístico eficiente. Es decir, asegura el empleo y los niveles satisfactorios de renta, junto con un control sobre los costes y beneficios de los recursos, que garantiza la continuidad para las generaciones futuras (McIntyre, 1993)

Sustentabilidad ecológica: asegura el desarrollo turístico es compatible con el mantenimiento de los procesos biológicos.

Sustentabilidad sociocultural: garantiza un desarrollo turístico compatible con

la cultura de las poblaciones locales, preservando la identidad de la comunidad.

Capacidad de carga.

Directamente ligado al concepto de desarrollo sustentable, se encuentra el de *capacidad de carga*, que implica que los destinos tienen límites en el volumen e intensidad de desarrollo turístico que puede ser soportado por una determinada zona, antes que los daños sean irreparables. A su vez como sugiere Vera Rebollo, "el objetivo de la capacidad de carga consiste en saber cuándo comienza la congestión y los estrangulamientos en el desarrollo turístico"[27]

En este sentido, se entiende por capacidad de carga total de un destino "el máximo uso que se puede obtener de él sin que se causen efectos negativos sobre sus propios recursos biológicos, sin reducir la satisfacción de los visitantes, o sin que se produzca un efecto adverso sobre la sociedad receptora, la economía o la cultura del área".

Dentro de la definición global quedan enmarcados los siguientes conceptos que son paralelos a los factores de sustentabilidad mencionados:

Capacidad de carga ecológica: que se define como el máximo número de visitantes que puede recibir un destino por encima del cual no se puede asegurar un desarrollo compatible con los recursos naturales.

Capacidad de carga social: que hace referencia al nivel de actividad turística por encima del cual se produce un cambio negativo en la población local.

Capacidad de carga del turista: entendida como el nivel por encima del cual la satisfacción del visitante cae desfavorablemente.

[27] VERA REBOLLO, Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores, *documento de trabajo*, nº 1, Instituto Universitario de Geografía, Alicante: Universidad de Alicante. 2001

Capacidad de carga económica: hace referencia al nivel de actividad económica compatible con el equilibrio entre los beneficios económicos que proporcionan el turismo, y los impactos negativos que, sobre las economías locales, genera la actividad turística (inflación, mantenimiento de estructuras, etc.)

CAPITULO III Marco Teórico Referencial

NOROESTE ARGENTINO[28]

La historia, leyendas y tradiciones de esta región, junto con las características climáticas y los habitantes que la integran marcan una región muy particular dentro del territorio argentino. Está constituida por las provincias de Jujuy, gran parte de Salta, una zona de Tucumán y otra de Catamarca. Limita al este con la región chaqueña, al sur con la de las Sierras Pampeanas y al oeste con las repúblicas de Bolivia y Chile.

En cuanto a la población los primeros habitantes los más importantes eran los calchaquíes, omaguacas y atacamas. Tenían una cultura agrícola que se destacaba por lo avanzado de sus métodos de riego y abono. En el siglo XVIII fueron perseguidos y quedaron diseminados por todo el país; de esta manera, los Quilmes, por ejemplo, llegaron a la provincia de Buenos Aires. Actualmente, los descendientes no viven en las condiciones de sus antepasados pero mantienen las artesanías de antaño, característica particular de la zona que resulta de gran atractivo para los turistas.

Desde el punto de vista geográfico el Noroeste muestra ámbitos y paisajes de gran contraste. Se encuentran desde picos de 6.000 metros de altura hasta zonas selváticas, desiertos, valles y quebradas. Hacia el oeste la región está recorrida por cordones montañosos de la cordillera y precordillera de los Andes y como forma de relieve se destaca una gran meseta situada a 3.800 m de altura: la puna. A las zonas áridas y escarpadas de la cordillera se opone la selva de las sierras subandinas que abarca las provincias de Salta, Tucumán y Jujuy.

Según la posición geofísica y la altura se pueden observar diferentes tipos de clima. La puna es fría y seca. Las selvas montañosas están caracterizadas por la lluvia, que determina un clima húmedo con temperaturas templadas. En

[28] CHIOZZA. E. Atlas Total de la República Argentina. Centro Editor de América Latina. Buenos Aires, Argentina. 1982.

los bosques montanos el clima es templado, con menos lluvias que en la región anterior, pero los inviernos son fríos. En el sistema de valles, en el centro y hacia el sur, el clima es cálido y con pocas lluvias.

En las selvas, los vientos húmedos que llegan al noroeste desde la región atlántica, al condensarse por el frío reinante, provocan lluvias de hasta 2.500 mm que comienzan en el mes de octubre y se prolongan hasta abril. Durante el resto del año la zona es seca.

Dentro del sistema hidrográfico se encuentran dos ríos importantes: el río Bermejo y el Salado del Norte. Este último es el más largo, nace en los cerros de Acay y Cachi, atraviesa las provincias de Santiago del Estero, Córdoba y Santa Fe y desemboca en el río Paraná.

En Jujuy el río más relevante por su recorrido es el Grande, que corre a través del valle de Humahuaca. En la zona puneña la hidrografía es particular pues muchos ríos nacen y mueren dentro de la misma puna. Cachi, atraviesa las provincias de Santiago del Estero, Córdoba y Santa Fe y desemboca en el río Paraná. En Jujuy el río más relevante por su recorrido es el Grande, que corre a través del valle de Humahuaca. En la zona puneña la hidrografía es particular pues muchos ríos nacen y mueren dentro de la misma puna.

El Noroeste presenta una vegetación rica en arrayanes, helechos, laureles y horco molle, que crecen en las selvas de la montaña; por su parte, en los bosques predominan los alisos y los pinos del cerro y en los valles jacarandaes, árboles de palo blanco y de palo amarillo.

Entre las especies animales más representativas se encuentran el puercoespín, la suruca, el cóndor real y el oso de anteojos.

Jujuy

La provincia de Jujuy se sitúa en el ángulo noroeste de la república Argentina y limita al norte y al oeste con las Repúblicas de Bolivia y Chile respectivamente, y a sur y al este con la provincia de Salta. Posee una superficie de 53.219 Km2 lo que representa 3% del área continental Argentina

y posee una población cercana a los 611.888 habitantes (Censo 2001).

A Jujuy se puede llegar por vía aérea o terrestre. Para ello, la provincia cuenta con el Aeropuerto Internacional "Horacio Guzmán" también llamado "Cadillal", distante a 34 KM de la ciudad capital San Salvador de Jujuy, y con un sistema carretero de buen nivel, usado por una gran variedad de empresas de transporte nacionales e internacionales.[29]

Desde el Aeropuerto Internacional operan distintas líneas aéreas. Entre ellas están Aerolíneas Argentinas o Austral.

Desde Buenos Aires y las provincias del centro del país se llega por las Rutas Nacionales 9 y 34. La RN 9 se desvía a la ciudad de Salta y continúa luego a la ciudad de San Salvador de Jujuy por el antiguo y hermoso Camino de Cornisa. La RN 34, en cambio, es más directa y empalma con la RN 66 hacia San Salvador de Jujuy. La RN 40, la más extensa del país con más de 4.900 km (La Quiaca-Jujuy, Cabo Vírgenes-Santa Cruz), constituye otra vía de acceso hacia el norte, aunque menos transitada. Existen dos pasos fronterizos que unen Jujuy: con Chile, Paso de Jama y con Bolivia, La Quiaca-Villazón.

Situada en el Noroeste Argentino, la provincia desarrollada en un relieve eminentemente montañoso. Aumenta progresivamente la altura de este a oeste, siendo la zona sudeste la más baja, en coincidencia con el valle del río San Francisco. Se reconocen en regiones geográficas por sus características geográficas y culturales, brindan al turista la posibilidad de vivir cuatro experiencias únicas y distintas en una sola provincia:

- **La Puna**: con sus desolados y espectaculares paisajes que recuerdan la superficie lunar e incluyen inmensos salares, conocerla, disfrutarla, empaparse de su fantástica armonía, son sensaciones únicas e irrepetibles.

- **Los Valles:** Bellísimos parajes son un atractivo constante para el

[29] www.turismo.jujuy.gov.ar/index.php. Acceso 12 de Septiembre del 2010.

viajero y el lugareño, la vegetación exuberante y el río cristalino con múltiples remansos, atraen a centenares de personas que llegan para acampar y disfrutar de las lagunas y diques.

- **Yungas:** Selva de altura, cubierta de nubes durante el verano y comienzos del otoño, con una red de picadas y cursos de arroyos temporarios ofrecen accesos a quienes quieran internarse y desde los oscuros senderos "sentir" la selva.

- **La Quebrada.** Tierra rica en historia y tradiciones, muchas de las cuales se remontan a los tiempos precolombinos. El visitante puede así disfrutar de sus coloridas fiestas, sus exquisitos vinos y comidas y adquirir tejidos hechos con finísimas lanas de llamas.[30]

[30] www.turismo.jujuy.gov.ar/index.php. Acceso 12 de Septiembre del 2010.

Disponible en: www.rumbojujuy.com.ar

Jujuy es una de las provincias con mayor diversidad climática de la argentina ya que posee diversos ecosistemas (yungas, quebrada, puna y valles).

El clima determina condiciones manifiestas de aridez, registrándose temperaturas de hasta 30ºC durante el día, producto de la gran insolación, que se revierte con bruscos descensos durante la noche con registros muy por debajo de 0ºC.

Se han llegado a registrar oscilaciones entre temperaturas máximas y mínimas absolutas diarias de hasta 43,5ºC.

El régimen de lluvias varía entre 250 a 400 milímetros anuales, concentrados desde mediados de noviembre a marzo. En los sectores altos andinos las precipitaciones de nieve y granizo adquieren relevancia.

En la zona de las Sierras Subandinas el clima es cálido y húmedo; presentando un clima subtropical serrano.[31]

La estructura económica se basa en las actividades primarias. Entre los cultivos están: la caña de azúcar y el tabaco, seguidos de los cítricos como producciones "tradicionales" (aunque modernas ya que datan del siglo XX) de la provincia. A esto debe sumarse la producción de combustibles: petróleo, gas y ancestral actividad minera: (plomo, plata, cobre, oro, salitre, potasio, bórax).

En la cordillera oriental se destaca la producción de metales como hierro, zinc, plata y plomo (en las minas de Zapla y El Aguilar, una de las importantes), mientras que en la Puna se destaca la producción de sales.

La actividad comercial se concentra en las cercanías de la capital provincial donde se encuentra la planta siderúrgica de Palpalá, y en el sector oriental, en la zona del valle del río San Francisco se destacan las agroindustrias.

La situación de Jujuy es comercialmente estratégica: la Quebrada de Humahuaca al norte y el Paso de Jama en el oeste son dos rutas comerciales

[31] FEHGRA ARGENTINA. Argentina Manual Teorico Turistico. Hoteles y Restaurantes. 2 Edición. Buenos Aires, Argentina. 2004

practicables en toda estación y con un intenso tráfico.[32]

Por su ubicación y características naturales ha sido y es una ruta de vinculación física, económica, social y política tanto en sentido Norte-Sur, desde los Andes a las llanuras meridionales, como en sentido Este-Oeste, desde el Océano Pacífico hasta el Océano Atlántico, uniendo de esta forma geografías y culturas distantes y diferentes.

Hace más de 9500 años que el hombre se ha asentado en estas tierras, según lo atestiguan las cuevas de Huachichocana e Inca Cueva, seguramente atrapado por la majestuosidad de sus paisajes. En la imperiosa necesidad de sobrevivir, transcurrir y persistir, el hombre ha ido interactuando con el espacio, modificando para su uso y beneficio el fondo del valle dejando sus laderas casi inalterables como mudo testigo de la historia que incesantemente se presenta a sus pies.

Ruta de caravanas desde tiempos remotos, parte del Camino Inca por donde transitaban “los dioses”, integrante del Camino Real en épocas hispánicas, tramo del corredor bioceánico en la actualidad son datos que testimonian la continuidad de uso del espacio a través del tiempo, difícil de encontrar en otras áreas de los Andes.

Ruinas, terrazas de cultivo, complejos agrícolas, pucaras, apachetas, petroglifos, capillas, postas, fortines, estaciones del ferrocarril, poblados detenidos en el tiempo, mitos, ritos y leyendas recreadas continuamente, son algunas de las manifestaciones del patrimonio tangible e intangible que nos hablan de historias de encuentros y desencuentros, intercambios e imposiciones, pérdidas y ganancias, es decir, simplemente señales del transcurrir de la vida durante casi 10.000 años.

La Quebrada de Humahuaca es una excepcional aula de la naturaleza y de

[32] MARTINEZ, R. GOLOVANEVSKY, L. *Economía y empleo en Jujuy.* Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Santiago de Chile, Chile. 2010.

la historia de una región, cobijada por un imponente paisaje que merece el respeto y el compromiso del mundo entero en su resguardo y desarrollo.[33]

La Quebrada de Humahuaca[34]

La Quebrada de Humahuaca se ubica al noroeste de Argentina, en la Provincia de Jujuy, a unos 1.500 Km. de Buenos Aires.

Constituye un itinerario cultural de 10.000 años. Por sus senderos y sus pueblitos quebradeños caminaron aborígenes de distintas etnias, y que aún hoy conservan creencias religiosas, ritos, fiestas, arte, música y técnicas agrícolas que son un patrimonio viviente que enlazan historia y tradiciones de raíces ancestrales. Se trata de un paisaje cultural único en el mundo, motivo importante para que fuera declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en el 2003.

Comienza a 39 kilómetros de San Salvador de Jujuy, por la ruta 9, y abarca unos 170 kilómetros de valles y montañas trazadas de sur a norte. Las sierras presentan distintas tonalidades de acuerdo con los minerales que las conforman. Ese paisaje se encuentra entre los 2000 y 4000 metros de altura sobre el nivel del mar, y tiene una franja de 13 kilómetros de ancho regada, en tiempos de deshielo, por el Río Grande, fresco y caudaloso.

Volcán es el primer pueblito de la Quebrada, desde San Salvador de Jujuy. Más adelante está *Tumbaya*, a 2094 metros de altura, con su capilla del siglo XVIII y un manantial donde, según la leyenda, bebió San Francisco Solano. Siguiendo el recorrido se encuentra uno de los pueblitos más bellos, *Purmamarca*, población indígena con su conocida feria artesanal, enmarcada

[33] MARONESE,Leticia.. *Turismo Cultural II*. Ministerio de Cultura. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. 1a ed. - Buenos Aires : Comisión para la Preservación del Patrimonio Cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2009

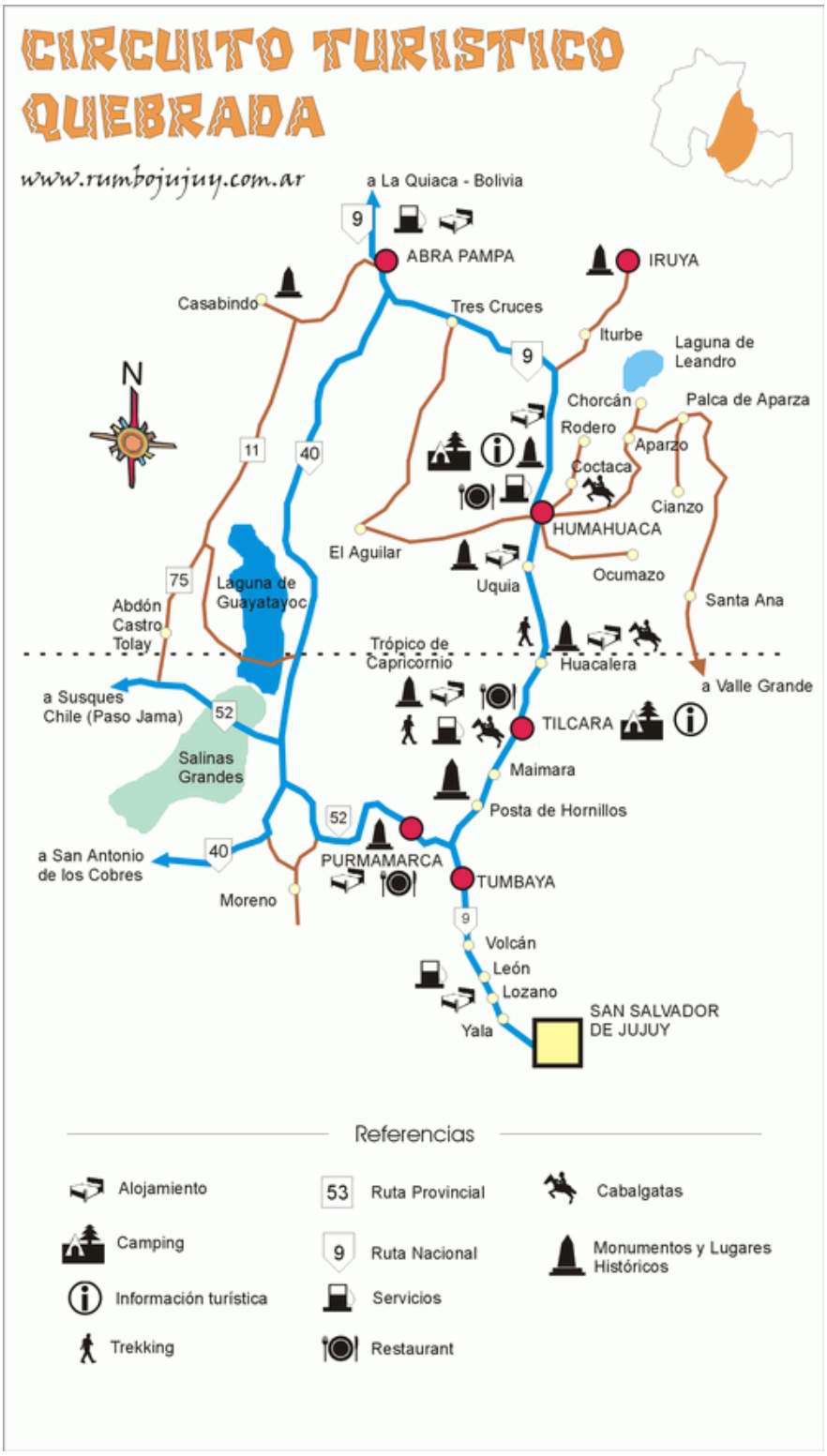
[34] PAGINAS AMARILLAS. *Agenda Turismo. La guía más completa para planificar vacaciones y escapadas*. Páginas Amarillas. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2006-2007.

por el Cerro de los Siete Colores, cuyos estratos reflejan diversas edades geológicas. El museo de historia nacional construido en 1772 en *Posta de Hornillos* y los carnavales de *Maimará*, son otras de las atracciones de este lugar junto a una extensión de franjas de colores sobre las montañas, denominada "La Paleta del Pintor". En *Tilcara* se revive la tradición aborigen, con la presencia de la fortaleza de Viltipoco, último cacique de la tribu de los omaguacas, que ofrecieron tenaz resistencia a la colonización española. En Huacalera, un monolito indica el cruce del Trópico de Capricornio, en donde el día 21 de junio se celebra el Inti Raymi (Fiesta del Sol), celebración de antigua tradición aymará que se hace, en el momento que comienza el solsticio de invierno, para recibir el nuevo ciclo agrícola. Siguiendo camino se encuentra *Humahuaca*, fundada por los españoles a fines del siglo XVI con sus casas de adobe, callejuelas estrechas y empedradas, el Museo del Carnaval Norteño y la iglesia con sus cuadros de la escuela de Cuzco, Perú

Entre sus atracciones culturales se encuentra el Pucará de Tilcara, una fortificación que los aborígenes construyeron en la cima de una montaña, desde donde se domina el valle y los caminos de acceso.

Este tipo de obras se encuentran insertas en el Camino del Inca, que nacía en el Ecuador y se extendía hasta el sur de la provincia de Mendoza, en Argentina. La Quebrada de Humahuaca sirvió de ruta a los Incas, fue paso obligado de expedicionarios y colonizadores y una importante ruta comercial en la etapa virreinal. Los poblados de la época colonial adquirieron gran importancia ya que se desarrollaron junto a los asentamientos Pre-Hispánicos de la zona, además de producirse un intercambio cultural con los países vecinos de América del Sur, interacción que comenzó 10.000 años atrás y persiste en la actualidad. Su real importancia radica en que la Quebrada ha funcionado como permanente vía de interacción, vinculando territorios y culturas distantes y diferentes, desde el Atlántico al Pacífico y desde los Andes a las llanuras meridionales, un claro ejemplo es haber actuado como vía de comercio entre el Río de la Plata y el Potosí a través del Camino Real.

Disponible en: www.losapustilcara.com.ar



Disponible en: www.rumbojujuy.com.ar

Tilcara[35]

El pueblo de Tilcara está abrazado por dos ríos: el Grande, que recorre la Quebrada de Humahuaca de norte a sur, y el Huasamayo, que vierte sus aguas en el Grande de este a oeste. Ambos cursos están casi completamente secos la mayor parte del año. A partir de diciembre, cuando empieza la temporada de lluvias, empiezan a traer la tan esperada agua. Cada año, los tilcareños esperan con gran expectativa que “baje” el Huasamayo, que es el río que trae en su camino las piedras con las que construyen sus casas y sus pircas. El día que el Huasamayo se despierta, los pobladores van al puente y le regalan hojas de coca y cigarrillos.

Se puede llegar a través de la RN 9, tramo argentino de la carretera Panamericana que une La Paz con Buenos Aires. También se puede hacer por vuelo de cabotaje hasta Salta o Jujuy y luego vía terrestre a Humahuaca. En auto por ruta Nacional Nº 9, eje de la Quebrada de Humahuaca, a 8 kilómetros de Maimará, y a 88 kilómetros de San Salvador de Jujuy, capital de la provincia homónima.

Como muchas otras poblaciones del norte argentino, Tilcara no tiene una fecha de fundación. Existen indicios de presencia humana en la región hace más de 10.000 años. Omaguacas, uquías, fiscaras y tilcaras fueron algunas de las tribus indígenas que poblaban la zona entre los años 1000 y 1480 de nuestra era.

Su nombre proviene de los indígenas omaguacas que habitaron esas tierras hace más de 900 años: los tilcara, que montaron un pucará (fortaleza en idioma quechua), que hoy conforma su atracción principal. Estos primeros pobladores se dedicaban a la agricultura, y eran expertos tejedores y alfareros. Se la denomina "Capital Arqueológica de la provincia de Jujuy" debido a que cuenta con el Pucará (sitio arqueológico considerado como el más importante de las antiguas poblaciones de la región)

[35] http://www.tilcara.com.ar. Acceso 24 de Septiembre de 2010.

Toda la Quebrada de Humahuaca estuvo poblada de asentamientos indígenas, desde la época preincaica. Cuando el imperio Inca llegó a la región, la zona donde hoy crece y vive el pueblo de Tilcara, perteneció al Kollasuyo, como se llamó a la provincia del sur del mundo incaico. Pero esa organización no duró mucho aquí, ya que apenas unos 50 años después de su establecimiento, llegaron los españoles.

Los españoles, encabezados por el capitán Francisco de Argañaraz y Murguía, lograron vencer la resistencia de los aborígenes recién en 1598. Después de la conquista, estos pueblos fueron sometidos al régimen de encomienda, siendo obligados a residir en un lugar determinado y a trabajar por temporadas.

Aún hoy, en excavaciones que se realizan en pleno centro de Tilcara a propósito de nuevas construcciones, se producen importantes hallazgos arqueológicos que datan en general del siglo dieciséis. Algunos de esos objetos permanecen en el pueblo, exhibidos en los lugares donde fueron encontrados. Son los testimonios que el pasado ha dejado en el subsuelo tilcareño, para que nadie olvide que aquí la historia es cosa de todos los días.

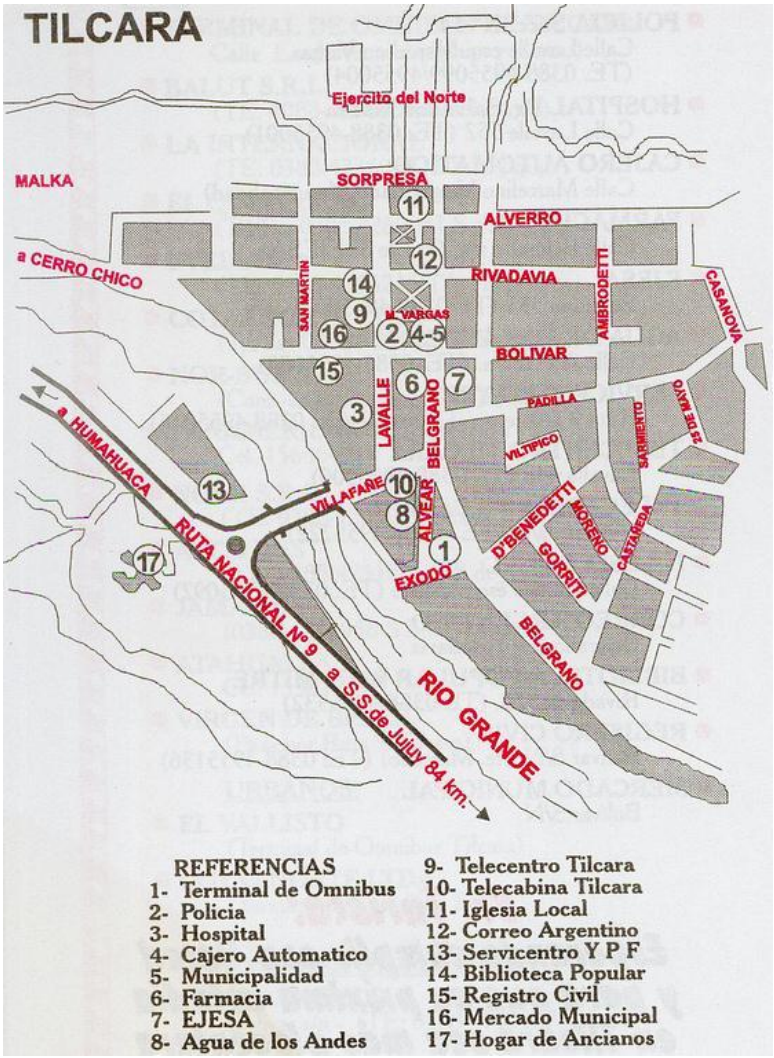
Ubicado a 2.465 metros sobre el nivel del mar tiene, según el censo oficial de 2001, unos 7.000 habitantes que ocupan sus 12 hectáreas de superficie.

El clima es seco y templado en los sectores cercanos a la quebrada y a medida que se asciende a las cumbres la temperatura disminuye. En invierno corren vientos violentos, es frío y caen algunas heladas. Como en toda la Quebrada de Humahuaca, la flora, sin ser exuberante, es variada. Así, entre las plantas más importantes, podemos citar al sauce llorón, al amargo, los molles, los álamos, el mimbre, la mora, el álamo plateado y las acacias. Al salir de la propia quebrada, en las laderas y las cumbres de las imponentes montañas, se ven los cordones fantasmales, muy peculiares de estas zonas, juntamente con una variedad muy grande de plantas regionales que sirven ya sea como pasto para el ganado lanar y cabrío, ya sea como combustible, o bien como plantas medicinales para el uso de los pobladores de estas comarcas. Algunas de esas

plantas son la rica-rica, la muña y la chachacoma, entre otras.

La fauna, sin ser abundante, es característica y variada. Hay vicuñas, guanacos, zorros, vizcachas y hurones. En las regiones montañosas viven cóndores, águilas, caranchos, perdices, palomas y pájaros de distintas clases.

Dentro de las actividades que se pueden realizar hay circuitos turísticos de interés cultural y arqueológico, donde de incluye el Pucará de Tilcara, sus museos, la Capilla de San Francisco (Monumento Histórico nacional), así como también trekking, montañismo, cabalgatas, avistaje de flora y fauna.



Disponible en: www.tilcara.com.ar

Carnaval en Tilcara

El Carnaval es la fiesta popular por excelencia. Nace como una celebración religiosa, antes del miércoles de ceniza, en que se inicia la cuaresma católica. Se realiza después de la Navidad, aunque en algunos países o regiones toma diferentes formas de festividad y se realiza en diferentes fechas.

En la Quebrada de Humahuaca, y por ende en la ciudad de Tilcara el carnaval se inicia con el desentierro del diablo carnavalero y termina 8 días después, cuando se lo entierra. Durante esos 9 días el diablo reina en la vida de los Tilcareños; trae alegría, baile, bebida y desenfreno. El sentido del carnaval es la transfiguración, la metamorfosis de las costumbres, la inversión de los valores, la translación del poder de Dios al Diablo.

INDÍGENAS[36]

Indígena es un término que, en sentido amplio, se aplica a todo aquello que es relativo a una población originaria del territorio que habita, cuyo establecimiento en el mismo precede al de otros pueblos o cuya presencia es lo suficientemente prolongada y estable como para tenerla por *oriunda* (es decir, originario de un lugar). Con el mismo sentido se utiliza, con mayor frecuencia, el término equivalente *nativo,* presente en expresiones como "*idioma nativo*". También es habitual utilizar términos como pueblos originarios, naciones nativas o aborígenes.

En sentido estricto y más habitualmente, se aplica la denominación *indígenas* a las etnias que preservan las culturas tradicionales no europeas. Con este alcance, se denomina *indígenas* a los grupos humanos que presentan características tales como:

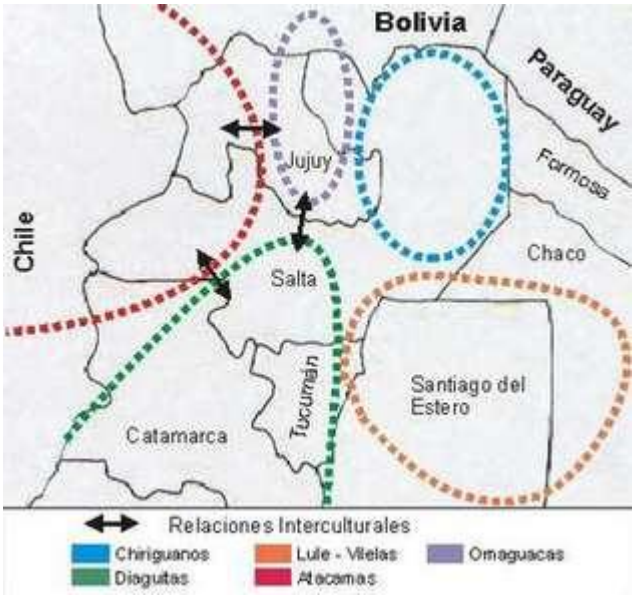
[36]http://www.folkloretradiciones.com.ar. Acceso 04 de Novirmbre de 2010.

- Pertenecer a tradiciones organizativas anteriores a la aparición del estado moderno,
- Pertenecer a culturas que sobrevivieron la expansión planetaria de la civilización europea.

Los indígenas frecuentemente constituyen una minoría (aunque en algunos casos son mayoría), dentro de estados nacionales de corte europeo, organizados según pautas culturales, religiosas, políticas, económicas, raciales, etc., propias de un entorno mayoritariamente europeizado. De este modo, en el sentido más restringido y utilizado del término, *"lo indígena"* hace referencia a un remanente pre-europeo que representa en sí mismo una antítesis de la cultura europea.

Los indígenas que habitaron el suelo Jujeño, no solo lo hicieron en esta provincia. Su región de influencia era el Noroeste Argentino y países limítrofes como Chile y Bolivia.

Básicamente existieron cinco culturas indígenas en la región: los Diaguitas, los Omaguacas, los Atacamas, los Chiriguanos y los Lule- Vilelas.



Disponible en: www.rumbojujuy.com.ar

Omaguacas- Humahuacas[37]

Los Omaguacas o Humahuacas habitaban la zona septentrional del Noroeste Argentino, en la gran Quebrada de Humahuaca y los valles circundantes, hasta el sur de la provincia de Jujuy. Conformaron una unidad cultural con características propias, a pesar de sus semejanzas con las parcialidades diaguitas.

Desde épocas muy remotas la quebrada fue una región de frecuentes desplazamientos étnicos y ruta de conquista y de tráfico entre el Alto Perú y nuestro territorio. Recibieron todo tipo de influencias, incluyendo la del Imperio Inca que se asentó en sus ciudades. Por ello todo lo que ha llegado de ellos hasta nuestros días está fuertemente influenciado por la cultura de ese imperio.

Los Humahuacas se ocuparon del cultivo de la tierra y en esta actividad agrícola sobresalió el maíz, seguido de la papa y la quinoa. Construyeron andenes de irrigación artificial en las laderas de las montañas y algunas de esas grandes terrazas de cultivo. Se han hallado palos de madera dura y especies de masas, que utilizaban para la preparación de la tierra. Otro aspecto de la actividad económica de estos indígenas fue la caza del guanaco y del ñandú y también la recolección de frutos silvestres; también fueron pastores y en menor medida cazadores.

Construían sus viviendas de forma rectangular con paredes de pirca, con techo de paja y barro, generalmente agrupadas en poblados erigidos sobre serranías bajas, próximas a cursos de agua y con protección de muros de piedra. El sistema de edificación incluía a la comunidad propiamente dicha y al recinto fortificado enclavado en un lugar estratégico (por lo general una elevación).

Su indumentaria era la característica “camiseta” andina, de tela tejida con lana de llama y sobre ella una manta; calzaban ojotas y entre sus diversos adornos corporales figuraban los brazaletes de metal. Fundían metales como el

[37] http://www.folkloredelnorte.com.ar. Acceso 04 de Noviembre de 2010.

bronce, con el que hacían armas y otros instrumentos.

En cerámica utilizaban de preferencia la decoración negra con motivos geométricos sobre fondo rojo, en los cántaros y los vasos.

Eran indígenas belicosos, reconocían como jefe a un cacique principal y sus armas eran el arco, la flecha y la honda. El más famoso de los jefes omaguacas, fue Viltipoco, cacique de Tilcara y Purmamarca, un valiente guerrero que hizo frente a los españoles.

Acostumbraban a guardar, como prueba de valor guerrero, los cráneos-trofeos de sus vencidos.

Cuando fallecía un adulto lo enterraban en un ángulo de su propia vivienda, en posición fetal, con las armas y alimentos; en cambio los cadáveres de los niños se acostumbraban guardar en grandes ollas o urnas funerarias.

Pucará

Casanova en El *Pucará de Tilcara. (Antecedentes, Reconstrucción, Guía)*[38] realiza un análisis acerca de esta fortaleza en donde la describe como *"un poblado-pucara localizado sobre el relicto de un conoide ubicado al sur del Río Huasamayo en su confluencia con el Río Grande. Es el sitio arqueológico que presentó la mayor densidad de ocupación en todo el valle. Los restos de vivienda se presentan de manera aglutinada con pocos espacios libres cubriendo una superficie de 6 hectáreas. La ocupación humana se extendió por varios siglos y abarca también la etapa incaica reflejada en dos sectores el 'taller del lapidario' y 'la iglesia' ".*

"En el Pucará de Tilcara las construcciones eran de piedra de planta rectangular y ángulos rectos, con techos de 'torta de barro y paja asentados sobre tirantes de cardón'. Ocupaban la mayoría de la superficie del pucará, sus

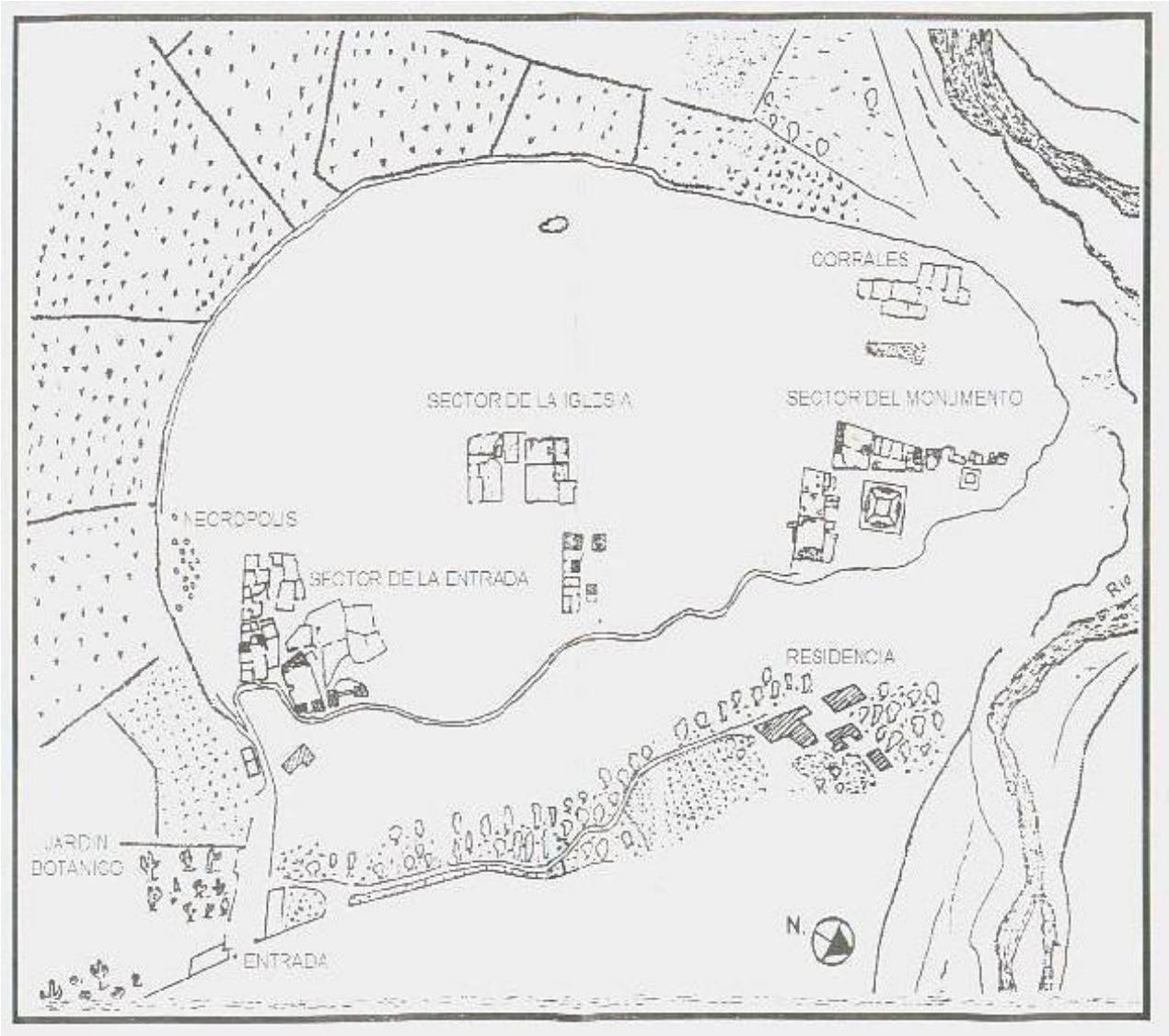
[38] CASANOVA, E. El Pucará de Tilcara. (Antecedentes, Reconstrucción, Guía). *Publicación No.1*. Facultad de Filosofía y Letras, Museo del Pucará de Tilcara, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.1968

paredes eran de piedra y se encontraban comunicadas por caminos. Además de los sectores de viviendas (cuyo interior se realizaba inhumaciones), han podido ubicarse los corrales (destinados a las llamas), un sector de culto que fue denominado la 'Iglesia' por los arqueólogos que reconstruyeron el sitio y la necrópolis (ubicada al este). Presenta, además, un sector de corrales en la parte más baja, cercana al Río Grande; un gran basurero y un área con inhumaciones. En la parte céntrica se distingue el sector incaico, con una arquitectura diferencial donde se destaca la "kallanka" incaica asociada a una cancha o espacio abierto. Esta construcción típicamente imperial, se vincula con tareas administrativas y ceremoniales. Se destacan los restos de un taller para la talla de ornamentos en alabastro y ónix, 'El taller del lapidario'", vinculado también con el dominio incaico de la zona", descripción realizada por el Centro Universitario Dr. Fernando Márquez Miranda.[39]

El Pucara de Tilcara fue declarado Monumento Nacional en el año 2000. Es el único asentamiento arqueológico habilitado para visitas turísticas y didácticas en la Quebrada de Humahuaca. El sitio ha sido reconstruido parcialmente y cuenta con un camino de acceso para vehículos que conduce hasta la parte más elevada del antiguo poblado donde se emplaza una pirámide trunca erigida en memoria de varios arqueólogos que investigaron la Quebrada de Humahuaca.

El sitio fue descubierto en 1908 por el etnógrafo Juan Bautista Ambrosetti y su discípulo y continuador de su obra, Salvador Debenedetti. Durante los veranos de los tres años siguientes exploraron el Pucará y extrajeron unas tres mil piezas. Estos materiales y sus observaciones permitieron formarse una idea de cómo era la vida de sus habitantes antes de la llegada de los españoles.

[39] Folleto del Museo de Sitio Pucará de Tilcara: CENTRO UNIVERSITARIO "DR.FERNANDO MARQUEZ MIRANDA". Pucará de Tilcara. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Filosofia y Letras.



Folleto Museo de Sitio – Pucará de Tilcara

Los Qollas/ Collas/ Kollas

"… me identifico con el pueblo que vive en los Andes, sean estos bolivianos, peruanos o ecuatorianos… Yo siento mucha afinidad con un puneño, o un boliviano, o un peruano porque hablamos igual idioma, comemos la misma comida, tenemos los mismos antepasados, una historia común hasta la época de la independencia…"

(Sixto Vázquez Zuleta, 1995).

La Real Academia los define como "dícese del habitante de las mesetas andinas".

El origen de los Kolla se remontaría a la etapa final del Imperio de Tiwanakua orillas del lago Titicaca, en Bolivia, donde existían aproximadamente doce señoríos independientes aymara-hablantes en pugna. Entre ellos sobresale el señorío Kolla ubicado en un extenso territorio en las riberas nor-oriente y sur-poniente del lago. Estaba constituido por dos unidades étnicas en pugna: los Kolla, que tenían acceso al poder político; y los Puquina, que correspondían a la antigua población nativa del área

Durante el siglo XV este señorío fue invadido por el Inca Wiracocha o Pachacuti. Luego se produjo una gran rebelión kolla que fue aplastada por el Inca Tupac Yupanqui, incorporando a los alzados como tropas de choque en la conquista de otros territorios. Así segmentos importantes de kollas fueron trasladados a territorios cercanos o lejanos en calidad de encomendados. Es el caso de los kollas del noroeste argentino, muchos de los cuales fueron destinados al trabajo minero. Los Kolla actuales reconocen ser descendientes de ellos.[40]

Actualmente los *qollas* se ubican preferentemente en el norte argentino, en las provincias de Jujuy, Salta y Provincia de Tucumán y en el norte chico chileno, en la Región de Atacama, en quebradas cordilleranas de las provincias de Chañaral y Copiapó, entre las ciudades de Potrerillos, El Salvador, Diego de

[40] Véase en www.serindigena.org. Acceso 14 de Abril de 2011

Almagro y Copiapó.

De acuerdo a su cosmovisión se dice que *"el pueblo Qolla resguarda una cosmovisión propia base de su identidad agro céntrica politeísta. Su sabiduría Amawta resume un conjunto de valores éticos con respeto a la vida y la tierra, como principio de armonía en la diversidad – Pacha"*[41]

Sixto "Toqo" Vázquez Zuleta manifiesta que *" Ser qolla es tener antepasados indios, una historia en común, saber que uno tiene que luchar para no deshonrar a los antepasados..."*[42]

La población Kolla aspira a una continuidad de su identidad mediante la retransmisión de sus valores, saberes y prácticas socioculturales de generación tras generación, como una alternativa a la escasez de referentes en los espacios urbanos de su territorio.[43]

En cuanto a su modo de vida, la actividad principal es la crianza y arreo de ganado. También trabajan en la agricultura, a pesar de las escasas aguas, y en minería.

A estas actividades hay que agregar la de carreteros, arrieros y transitadores de pasos cordilleranos; además de cazadores de animales silvestres como zorros, chinchillas, guanacosy vicuñas.

Las otras actividades que realizan, según el calendario estacional, como las ya mencionadas van en beneficio de la subsistencia familiar. En los meses de abril y mayo se aparea el ganado de ovejas y cabras

En verano se dedican a la producción de quesos, cuando las hembras están paridas. Durante la primavera se trasquilan los animales. Y en invierno, cuando

---

[41] Véase en la página web http://qollasuyu.indymedia.org. Acceso 14 de Abril de 2011

[42] Véase su página web personal http://www.toqo.com.ar. Acceso 14 de Abril de 2011

[43] http://qollasuyu.indymedia.org. Acceso 14 de Abril de 2011

las actividades agrícolas y pastoriles son escasas, se hila y se teje.

Los kollas actuales hablan el aymara reconociendo también la lengua quechua. Cabe señalar que el bilingüismo aymara-quechua es un fenómeno común en el área andina, que tiene su origen en la conquista Inca, la que incorporó diversos grupos de mitimaes al interior del territorio kolla, los que fueron introduciendo la lengua quechua. Por esta razón el territorio ofrecía la imagen de un señorío compuesto por varias naciones, en el que se hablaba: aymara, puquina y quechua.

Además ambas lenguas poseen en común «un extraordinario isomorfismo estructural (fonológico, morfológico, y sintáctico-semántico) que subyace a las gramáticas del quechua y el aymara», según Cerrón-Palominos.[44]

A pesar de la aculturación sufrida debido a la acción colonizadora, aún practican algunos de sus rituales y mantienen otra formas culturales como 'la minga', antigua costumbre de cooperación; el 'serviñakuy' o prueba de pareja y rituales vinculados al culto de la tierra : la 'Pachamama', 'la señalada' o marcación de animales, 'apachetas' o descanso de viajeros, 'entierro y desentierro de pujllay o kacharpaya '(carnaval), 'chaya' y 'chayar' (beber) y 'corpayada' (dar de beber a la tierra,), 'tinkunakuy', 'topamientos' o encuentros de compadrados, 'musiqueros', 'parcialidades' o comunidades.

Sus instrumentos musicales tradicionales como quena, anata, siku, erke, erkencho, cajas, han ingresado a la música popular o folklórica de nuestro país.[45]

Finalmente Zuleta expresa que en la cultura indígena se puede ser indio aún viviendo en la ciudad, en el mundo moderno, pero conservando la lengua, haciendo sus ritos a la Pachamama, viviendo en armonía con la naturaleza y compartiendo los problemas de los indígenas (Vázquez, 1995:153), considera

[44] GREBE VICUNA, María Ester. Culturas Indígenas de Chile: un estudio preliminar.

[45] http://www.endepa.madryn.com/pueblos/kolla/cultura.html. Acceso 20 de Abril de 2011

que *"en la sociedad de consumo, los indios, con nuestra cultura tradicional, no tenemos cabida, pues en ella se suprime nuestro proceso vital armónico…"* (*Op. Cit*: 155). Por ello rescata la cultura tradicional desde la visualidad como modo de contrarrestar los "cambios vertiginosos" que mencionaba anteriormente.

CAPÍTULO IV - Carnaval

CARNAVAL

El Carnaval, según la definición que da la Real Academia Española es: *" (1) los tres días que preceden al comienzo de las Pascuas, (2) fiesta popular que se celebra en tales días, y consiste en mascaradas, comparsas, bailes y otros regocijos bulliciosos"*[46]*.* Cabe destacar que no se hace referencia al Carnaval como celebración religiosa sino como su desviación en lo que se ha convertido actualmente, un "espectáculo".

El carnaval, se desarrolla dentro de un pueblo, y forma parte de la tradición del mismo y a los largo de los años el festejo se fue haciendo cada vez más largo y adquirió diferentes características. *"El festejo carnavalero es, ante todo, un encuentro comunitario. Los corsos en los barrios, los vecinos en las calles; esa es la manera de festejarlo"*[47]*.*

El carnaval ha sido en nuestro país una fiesta muy popular y extendida entre las costumbres de la población. La celebración del carnaval brindó magníficos escenarios para teatralizar distintos dilemas de la sociedad. *"… se expresan todas las ramas de las bellas artes: la música, la danza, la poesía, el teatro, las plástica, en versión carnavalesca"*[48].

Se puede tener en cuenta el significado etimológico, que nace en Italia con la palabra *carnevale,* que proviene del antiguo carne levare (quitar la carne); pero también se puede adherir al significado de la lengua española que proviene del latín *tollere* que significa: abandonar.

---

[46] REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, "Diccionario de la Lengua Española", Editorial Espasa Calpe S.A., Argentina, 2005

[47] VAINER Luciana, "Mirala que linda que viene la murga porteña", Papel Picado Ediciones; Ciudad de Buenos Aires, 2005

[48] MARTIN Alicia, "Temas de Patrimonio Cultural II Comisión para la preservación del Patrimonio Histórico – Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, Editorial Eudeba. Buenos Aires. 1999

Orígenes del Carnaval.

El carnaval es una celebración colectiva que se remonta a la Europa Católica del Medioevo. Tiene remotos antecedentes en las fiestas báquicas y en las saturnalia romanas. Se festejó en la región del Sacro Imperio Romano, por eso su fecha se determina por el calendario católico, en oposición con la Cuaresma y la Pascua de la Resurrección.

Si bien hay muchas teorías sobre el origen de la fiesta del carnaval, la que más se ha considerado es la que afirma que provienen de fiestas paganas como las que se realizaban en honor al dios Baco, las saturnales de Roma o las que se realizaban en Egipto en honor al dios Apis.

En la Edad Media y en el Renacimiento, las manifestaciones cómicas se contraponían a la cultura oficial. Una de las manifestaciones más importantes eran los festejos del carnaval. Todos los actos que suponían la realización de los mismos formaban parte de la vida del hombre medieval. Este espectáculo de carácter cómico no representaba las ceremonias de la Iglesia, sino que parecían representar *"un segundo mundo y una segunda vida"*[49].

Lo cómico, que es preponderante en los festejos del carnaval estaba totalmente excluido de lo religioso o eclesiástico, peor aún, muchas de estas representaciones eran parodias de lo religioso, y formaban parte de la vida privada. Precisamente, las formas del espectáculo teatral de la Edad Media tienen mucho que ver con los carnavales populares. *"El carnaval está situado en las fronteras entre el arte y la vida"*[50]. En la Edad Media, los espectadores no miraban el carnaval, sino que lo vivían.

Los bufones y los payasos eran los personajes que caracterizaban al carnaval del Medievo. Estos no eran actores, sino que eran payasos y bufones

[49] BAJTIN, Mijail; "La Cultura Popular en la Edad Media y en el Renacimiento" –el contexto de Francois Rabelais: Alianza Editorial; Madrid; tercera reimpresión; 2003.

[50] BAJTIN, Mijail; "La Cultura Popular en la Edad Media y en el Renacimiento" –el contexto de Francois Rabelais: Alianza Editorial; Madrid; tercera reimpresión; 2003.

en sus vidas. "*En suma, durante el carnaval es la vida misma la que se interpreta, y durante cierto tiempo el juego se transforma en vida real. Ésta es la naturaleza específica del carnaval, su modo particular de existencia*"[51].

El carnaval no coincidía con ningún hecho de la vida sacra, con ninguna fiesta santa, asimismo se desarrollaba durante los últimos días que precedían a la cuaresma. El carnaval se diferenciaba de todas las fiestas oficiales y de la Iglesia porque esta se trató siempre de la liberación, el carnaval se oponía a todo perfeccionamiento y reglamentación. Era la libertad.

La risa era (y actualmente continua siendo) el elemento principal del carnaval. En el Renacimiento la risa estaba considerada como un privilegio del buen hombre. Se decía que Dios había puesto al hombre en la Tierra, y tan sólo a él le había otorgado la risa, para que se divierta. Entonces, la risa era considerada un don divino.

Se definía a la risa como un principio universal del mundo que aseguraba la cura y el renacimiento de la vida. Esto la diferenciaba de los conceptos anteriores, que la consideraban denigrante.

El cristianismo primitivo condenaba la risa, especialmente lo relacionado a los mitos y las burlas. Esto dio lugar a que dentro de las reglas de la Iglesia se crearan nuevas formas de comicidad, escondidas en la liturgia y en la celebración de los mandamientos. Para esa época, anterior al Medioevo, la Iglesia sólo le daba lugar a las "fiestas de los locos", que celebraban los clérigos.

Las "fiestas de los locos", según Jean Charles Payen se remontan al día 28 de Diciembre, día de Los Santos Inocentes. La fiesta era realizada por los clérigos, quiénes elegían al obispo de los locos y luego se acontecían excesos. Los "locos" salían a provocar a las mujeres y a los hombres. Como se dijo, esta fiesta se da más concretamente al final de la Edad Media con la aparición de

[51] BAJTIN, Mijail; "La Cultura Popular en la Edad Media y en el Renacimiento" –el contexto de Francois Rabelais: Alianza Editorial; Madrid; tercera reimpresión; 2003.

un género teatral específico “La Sottie”, el cual surgió en los medios intelectuales y en la curia. Los personajes eran los “sotts” o locos y representan críticas políticas y sociales. Eran sátiras.

Estas fiestas fueron permitidas por la Iglesia hasta el siglo XVI, cuando fueron prohibidas.

Se considera que las celebraciones populares se prohibían ya que hasta el siglo IX, el poder de la Iglesia era débil y la cultura popular, en contraposición, era muy poderosa, por lo que había que dominarla y contenerla de alguna manera.

En el Renacimiento, la risa, que era parte principal de las celebraciones populares, tenía significado de “felicidad”. Los actos carnavalescos se relacionaban con la vida material y corporal. La risa, junto con sus prácticas era aceptada. Así, a medida que la Iglesia la iba aceptando (aunque todavía no la introducía en sus celebraciones), empezó a existir la “Risa Pascual” y la “Risa Navideña”. Por otro lado, se empezaron a modificar las melodías de las canciones de misas y dependiendo de las estaciones del año, en las fiestas se vestían de colores.

Entre los ritos de tipo carnavalesco se encontraban los puñetazos nupciales asociados a la fecundidad, a la virilidad y al tiempo. Había un derecho tácito a violar las reglas de la sociedad. Las nupcias eran ficticias y se desarrollaban como farsa en las fiestas carnestolendas. Pero el rito más importante era la matanza de un buey.

Las campanillas o cencerros eran accesorios infaltables, acompañaban siempre las procesiones. También se veían en las ropas de los bufones. Hasta la actualidad, las ropas de los carnavalescos están adornadas de campanillas o elementos que hagan “tintinear”.

Muchos de los aspectos del carnaval antiguo se han perdido, pero hay uno que se conserva hasta la actualidad, y es el “espíritu popular”. El carnaval fue adquiriendo diferentes formas, primero en Italia, luego en Francia, Alemania y muchas fiestas populares heredaron cosas del carnaval.

"El carnaval se convierte entonces en el símbolo y la encarnación de la verdadera fiesta popular, totalmente independiente de la Iglesia y del Estado (aunque tolerados)"

El Carnaval sobrevivió al proceso de racionalización de la Revolución Industrial. Goethe recuerda en sus "Viajes en Suiza y en Italia, el carnaval romano en 1788. *"El carnaval representa la vida misma"*[52]. Los elementos característicos del carnaval eran, para ese momento: la risa, la mascarada, la relación con los ritos de la vida, muerte y resurrección.

De a poco, el carnaval pasó de ser una fiesta postergada a una fiesta protegida. Se puede hablar entonces de carnaval "oficial" y de carnaval no oficial; de fiesta y de espectáculo, donde la diferencia principal reside en que en la primera todos participan, y en el segundo, hay quienes participan y quienes miran lo que los demás hacen.

"El carnaval posibilita la transformación vía el travestismo, el revestimiento o la inversión simbólica, ritual, de la realidad […] Los elementos materiales visualizables, como la máscara o el disfraz, no sólo transforman la personalidad, sino y sobre todo metamorfosean a los grupos sociales"[53].

El carnaval se fue convirtiendo en objeto de consumo. Hoy es un producto cultural comercializable. Es por esto que se han modificado y adelantado las fiestas de las celebraciones. Pero siempre se vincularon con el calendario católico ya que se buscaba delimitar los tiempos de las celebraciones y los lugares para realizarlas, y así tenerlas más controladas.

En América, el Carnaval se insertó en los calendarios rituales de las poblaciones nativas. La influencia de la espiritualidad africana dejó su sello en las zonas donde hubo esclavos. En ciudades como Oruro, Bahía de San

---

[52] MARTIN Alicia, "Temas de Patrimonio Cultural II Comisión para la preservación del Patrimonio Histórico – Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, Editorial Eudeba.

[53] AREVALO, Javier Marcos. *"Los Carnavales como bienes culturales culturales intangibles. Espacio y tiempo para el ritual"*. Trabajo de Investigación. Universidad de Extremadura.

Salvador, Río de Janeiro, Montevideo, el carnaval fue y sigue siendo una cuestión de estado, expresión creada por la mezcla de raíces europeas, aborígenes y africanas que conforman nuestra identidad americana.

El carnaval que se situó en México es considerado un "rito indoeuropeo", extremadamente antiguo, ya que está muy vinculado a las cultos de la fertilidad y fecundidad. Aquí vemos la fusión de dos culturas; si bien se festeja teniendo en cuenta el calendario católico, se celebran los momentos de la fertilización de las mujeres y de la tierra: el renacimiento, la renovación del ciclo natural.

En Argentina que existen gran cantidad y variedad de carnavales, cada uno con sus particularidades y atractivos, entre ellos encontramos el Carnaval de la Ciudad de Gualeguaychu (Entre Ríos), Carnaval de 25 de Mayo (Buenos Aires), los Carnavales Correntinos, y el famoso Carnaval de la Quebrada Humahuca.

Carnaval en la Quebrada de Humahuaca

"… Un punto de encuentro de cultura, entre las fiestas no institucionalizadas, que se transmiten de padres a hijos, se puede distinguir entre las que vienen de la religión antigua y las cristianas. El carnaval es una mezcla del carnaval traído por los conquistadores con las fiestas de la cosecha del maíz que efectuaban los indígenas…"
(Sixto Vázquez Zuleta, 2001).

El festejo arranca en el Jueves de Compadres, continua con el Jueves de Comadre, seguido por el Desentierro, finalizando posteriormente por el Entierro del Pujllay.

Todos se divierten impregnándose la cara con harina y tirándose con talco y serpentinas mientras reparten ramitas de albahaca. La chicha, las coplas picarescas, los cuentos también son protagonistas del festejo.

Los dos jueves anteriores al Carnaval los compadres se reúnen para celebrar el reencuentro, y al jueves siguiente llega el turno de las comadres, quienes se entretienen en divertidas copleadas relatando lo que les ocurrió a

lo largo del año. El sábado de carnaval se juntan las comparsas.

El festejo, que duró ochos días, termina el "Domingo de Tentación", con el "entierro" del Diablo, en un hoyo que representa la boca de la Pachamama, junto a cigarrillos, coca, serpentinas y chicha, que fueron depositados como ofrenda a la Madre Tierra. Se prueban entonces platos típicos como empanadas, corderos, queso de cabra y bebiendo, entre otras cosas, chicha y entre lamentos se reza para que haya nuevamente diversión al año siguiente.

El escritor, periodista, docente, museólogo indígena colla Sixto (Toqo) Vázquez Zuleta describe, en una entrevista a Voces del Folklore, al carnaval *como: "Una de las pocas ocasiones de divertirse en la Quebrada, aquí la vida es muy dura. Quizás por eso lo hacemos durar 7 o 9 noches, toda la semana, y bailamos tanto de día como de noche. Nos reunimos en comparsas, con bailarines y cantores, y una diablada compuesta de disfraces (con bombos, anatas, quenas y sikus). Mis antepasados, los omaguacas, hacían fiestas para la cosecha del maíz. En todo el norte cuando habían buenas cosechas todo era alegría, esa alegría se manifiesta en su música, canto y danza y se realizaban ofrendas ala Pachamama, esto es en febrero. La corpachada consiste en abrir los hoyos en el suelo y allí depositar las ofrendas de comida y bebida a la Pacha. Cuando los españoles conquistaron estas tierras superpusieron a esas creencias de fertilidad de la tierra y de la cosecha una festividad netamente europea como es el carnaval, introdujeron los disfrazados, introdujeron otro tipo de música y de festejo del resultado de eso nació éste carnaval, que festejamos desde hace decenas de años"*[54]

El carnaval es celebrado por diferentes comparsas de un pueblo o de la región, pero ¿Qué es exactamente la comparsa?

"Se trata de un grupo de personas, en algunas predominando los hombres, que mantienen vínculos a lo largo del año y realizan distintas actividades con el objeto reunir fondos para reunirse y festejar el carnaval durante los días de la

[54] Entrevista disponible en http://www.vocesdelfolklore.com.ar. Acceso 25 de Julio de 2011.

celebración"[55]

Pero todo ese año de preparativos se concreta oficialmente y ritualmente, para la época de carnaval, aquí vemos a la comparsa, mostrándose en su actuación pública.

"*El sábado de carnaval, los varones de las comparsas de cada localidad se dirigen hacia el mojón, que generalmente se halla en un lugar en la altura. Allí clavan la bandera de la comparsa, y van llegando luego otros adeptos que traen ofrendas para dar de comer a la Pachamama, para propiciar la fiesta. Proceden luego a desenterrar al diablo o Pujllay el que habrá de reinar durante el tiempo de la celebración. En ese momento campean la chicha y las coplas picarescas, los cuentos. Luego se encaminan al lugar del festejo Uno de los integrantes lleva en sus manos una vara de maíz, quizás recuerdo del sentido propiciatorio de la ceremonia que se realizaba en épocas prehispánicas; cuando todavía no se había asimilado al carnaval introducido por los colonizadores. Bebiendo y cantando recorren las calles del pueblo, todavía al ritmo del carnavalito y las coplas. Pero no solo cantan y bailan, también se juega con agua, serpentinas, papel picado, y especialmente, talco; elementos todos estos que son utilizados con un sentido de seducción entre las posibles pareja*".[56]

En la misma entrevista mencionada anteriormente, Toqo, explica los motivos por los cuales el pueblo se disfraza, algunos de diablos, otros de doctores, gauchos, cocineros. Todos los disfraces son muy coloridos y se encuentran adornados por cascabeles, espejos, lentejuelas, etc. Siendo que *"Aquí el disfraz tiene función de hacer asumir otra personalidad, que a uno no lo conozcan, ni los parientes, ni los amigos, ni los vecinos. Tanto así que las caretas son alambres, tiene un agujerito a la altura de la boca por donde pasar*

[55] LOSADA, Flora. *Paradojas Identitarias de la Quebrada de Humahuaca. En la emergencia de los nuevos actores sociales*. CUADERNOS FHyCS-UNJu, Nro. 31:33-52, Año 2006.

[56] Idem

una bombillita para tomar chica, para no tener que levantar la careta para beber." (Toqo).

Durante los siete/ nueve días por las calles de la ciudad hay baile y música interpretada con instrumentos autóctonos como los erkenchos, las anatas, los charangos, cajas y bombos, y otros no tan típicos como la trompeta y el acordeón. Pero son dos los instrumentos musicales que no pueden faltar en la celebración son la caja y el erke.

Se encuentran o como principales principales instrumentos en el Carnaval[57]:

- **Anata**: Es una flauta de pico construida con un trozo de madera blanda, al que se le realiza en el centro una perforación circular longitudinal de pequeño diámetro, quedando abierto el extremo distal. Tiene seis perforaciones en la pared anterior, pared que tiene una parte rebajada. Junto al bombo y el redoblante se agrupan formando bandas, especialmente durante la época del carnaval, y para los jueves de comadres, para ejecutar danzas tales como huaynos y carnavalitos. Es un instrumento que procede de Perú y Bolivia donde se lo conoce con el nombre de *tarka*.
- **Erke**: Es un instrumento de alrededor de seis metros de largo hecho de caña al cual se le quitaron los tabiques (salvo el primero). Para eliminar los tabiques se realizan pequeños orificios cuadrangulares cerca de cada nudo, y una vez que éstos se eliminan, el orificio de acceso vuelve a taparse con el mismo trozo de caña, ajustado con cola o con cera. El pabellón es la parte de la corneta que amplifica el sonido y está constituido por una cola vacuna "cuereada en bolsa", que moldeada y rellenada adquiere, una vez seca, la forma de un embudo curvo; allí se introduce el extremo distal de la caña. El erke o corneta se ejecuta en contadas ocasiones, por lo general de carácter ceremonial. Se usa

[57] www.folkloredelnorte.com.ar. "Catálogo ilustrado de instrumentos musicales argentinos" del investigador Rubén Pérez Bugallo. Acceso 22 de Agosto de 2011

acompañando procesiones y danzas de suris, por lo general complementado por bombos. Su uso está delimitado al Domingo de Pascuas y Día de todos los Santos. Esto nos lleva a entender que el verso “erke, charango y bombo, carnavalito para bailar”.

- **Erkencho**: Algunos autores lo consideran como una variante del erke, mucho más pequeño, al que llaman erkecito. Consta de una boquilla de diez a trece centímetros de largo y un cuerno de vacuno que amplifica el sonido. Se lo usa en Jujuy, Salta, Formosa y Chaco.
- **Quena**: Se construye con caña, hueso u otro material. Generalmente tiene seis o siete agujeros, uno en la parte inferior y los restantes en la parte superior. Se la usa junto con el tambor para acompañar bailecitos, carnavalitos o huainos, ejecutándose muy especialmente melodías pentatónicas.
- **Caja**: Está construida con madera de tala, nogal, cardón sauce, etc. y con dos parches que pueden ser de oveja, cabra u otro animal. Con la madera se hace el "aro" del instrumento, y los parches son las membranas que, puestas en tensión sobre el aro, vibran. Ha sido un instrumento utilizado desde tiempos inmemoriales en las zonas del Noroeste Argentino. Actualmente las “copleras” y “bagualeros” hacen uso de ella en sus repertorios.
- **Siku**: Es el nombre aymará de la flauta de pan; en quichua se lo llama antara, y en español zampoña. Tiene dos hileras de tubos - en cantidad de ocho -; la primera es de doble tamaño que la segunda. En realidad, el siku es medio instrumento, pues se necesitan dos para obtener una escala completa, alternando los sonidos entre un siku y otro. La ejecución de este extraño instrumento - por lo dicho anteriormente - requiere ejecutantes expertos.

Durante la *Señalada* de los animales, el erke, es el único instrumento que se puede ejecutar. El acompañamiento rítmico en este momento de la celebración es constante; varias cajas a la vez, adornadas con ramitas de albahaca y flores, la ejecutan hombres y mujeres de a pie o a caballo, mientras se desarrolla el ritual. Una vez finalizada la marcada, se ubican

delante de los asistentes indicando el camino que hay que seguir para llegar a la fiesta.

Con todos estos instrumentos autóctonos, junto a otros instrumentos más actuales incorporados durante los últimos años como la trompeta y el tambor redoblante, las comparsas suelen entonar sus músicas carnavaleras, dentro de los cuáles de encuentra la danza más conocida e importante de la región: El Carnavalito.

"Danza de parejas sueltas, en conjunto. Está compuesto por una sola parte. Se baila con trotecito simple y con el saltado. Comienza con el pie izquierdo. Pueden establecerse a gusto la duración y cantidad de figuras a ejecutar".[58]

Pero el principal protagonista del Carnaval, es el diablito carnavalero. "*El pujllay es el verdadero espíritu del carnaval diaguita- calchaquí, a pesar de que coparte este lugar con el Rey Momo u el Supay o diablo. Es un espíritu efímero y a la vez permanente pues renace todos los años. No es tan presuntuoso, caprichoso y caricaturesco como Rey Momo; por el contrario es más simple, bonachón, humilde y también más profundo. Es representado con un muñeco pintarrajeado y andrajoso, montado en un burro o un chivo. En estos casos, es seguido por una multitud que ríe, canta al son de las cajas, bebe y enciende fuegos artificiales a su paso. En ocasiones puede ser un hombre disfrazado de viajo alegre que pasea despertando la alegría del pueblo. Cuando la algarabía termina, comienza el entierro del Carnaval, que se realiza en las afueras del pueblo el miércoles de ceniza o el domingo siguiente a la fiesta. Se cava un pozo para depositar en el fondo al muñeco, dejando en el mismo pozo también, alimentos y frutos para que se dupliquen el año venidero".* [59]

Finalmente Sixto Vazquez Zuleta describe la situación actual de la

[58] http://www.portaldesalta.gov.ar. Acceso 20 de Julio de 2011

[59] FABIAN, Guillermo. *Entidades Mitológicas del norte Argentino. Una representación desde la ilustración*. Ideas del Norte. Salta, Argentina.2010.

celebración de la siguiente manera:

"El Carnaval de Humahuaca es único en la Argentina. Su fama ha trascendido, atrayendo cada vez más visitantes, ansioso de contemplarlo y participar de él.

Hay actualmente dos tipos de carnaval en Humahuaca, dos carnavales distintos, aunque al principio fueron uno solo.

Uno es el carnaval que ya es puramente histórico aunque se conserva en las comunidades serranas de difícil acceso, con bailes como el "saltadito", instrumentos tales como cajas, cornetas, erkenchos y "coyas" vestidos de trajes típicos, que cantan sus coplas y hacen sus ruedas de caja.

El progreso, aunado a la presencia de turistas, cambió al otro por formas distintas que van evolucionando, pero que jamás volverán a serlas mismas. Así, el carnaval del pueblo humahuaqueño se observan costumbres carnavaleras propias de la zona, con reminiscencias indígenas y españolas.

Al mismo tiempo, por ser paso obligado hacia el Perú y Bolivia, ha asimilado música y rasgos de esos países.

Todo esto ha impreso a su folklore un sello característico, diferente y misterioso, que habla de diablos, vicuñas y cacharpayas. Dura ocho días con sus noches: durante el día, las comparsas concurren a las invitaciones, bailando carnavalitos por las calles y por las noches se baile en los locales." [60]

[60] SIXTO VAZQUEZ ZULETA. *Bienes Culturales Populares de la Quebrada de Humahuaca*. 5a. Edición. Museo Folklorico Regional Humahuaca. Hunahuaca. Jujuy. Argentina.

CAPÍTULO V – UNESCO

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) nació el 16 de noviembre de 1945. La misma "obra por crear condiciones propicias para un diálogo entre las civilizaciones, las culturas y los pueblos fundado en el respeto de los valores comunes. Es por medio de este diálogo como el mundo podrá forjar concepciones de un desarrollo sostenible que suponga la observancia de los derechos humanos, el respeto mutuo y la reducción de la pobreza, objetivos que se encuentran en el centro mismo de la misión y las actividades de la UNESCO".[61]

"Todas las estrategias y actividades de la UNESCO se sustentan en las ambiciosas metas y los objetivos concretos de la comunidad internacional, que se plasman en objetivos de desarrollo internacionalmente acordados, como los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)". Las competencias excepcionales de la UNESCO en los ámbitos de la educación, la ciencia, la cultura y la comunicación e información contribuyen a la consecución de dichas metas.

La misión de la UNESCO consiste en contribuir a la consolidación de la paz, la erradicación de la pobreza, el desarrollo sostenible y el diálogo intercultural mediante la educación, las ciencias, la cultura, la comunicación y la información. La Organización se centra particularmente en dos grandes prioridades:

• África;

• La igualdad entre hombres y mujeres;

Y en una serie de objetivos globales:

[61] Página Oficial de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) www.unesco.org. Acceso 20 de Julio de 2011

• lograr la educación de calidad para todos y el aprendizaje a lo largo de toda la vida;

• movilizar el conocimiento científico y las políticas relativas a la ciencia con miras al desarrollo sostenible;

• abordar los nuevos problemas éticos y sociales;

• promover la diversidad cultural, el diálogo intercultural y una cultura de paz;

• construir sociedades del conocimiento integradoras recurriendo a la información y la comunicación.

La Organización también desempeña un papel de centro de intercambio de información y conocimiento. Al mismo tiempo, ayuda a los Estados Miembros en la construcción de sus capacidades humanas e institucionales en sus diferentes ámbitos de actuación. La UNESCO promueve la cooperación internacional en materia de educación, ciencia, cultura y comunicación entre sus 193 Estados Miembros y sus seis Miembros Asociados.

El Patrimonio de la Humanidad

El Patrimonio es un legado, lo que vivimos en el presente y lo que transmitimos a las futuras generaciones.

Todos los países poseen sitios y monumentos de interés local o nacional, pero para que éste “patrimonio nacional” sea considerado “patrimonio mundial” tiene que ser un “patrimonio de valor universal excepcional”.

Un lugar declarado Patrimonio de la Humanidad, es un sitio específico (sea bosque, montaña, lago, cueva, desierto, edificación, complejo o ciudad) que ha sido nominado y confirmado para su inclusión en la lista mantenida por el Programa Patrimonio de la Humanidad, administrado por el Comité del Patrimonio de la Humanidad de la Unesco. El objetivo del programa es catalogar, preservar y dar a conocer sitios de importancia cultural o natural excepcional para la herencia común de la humanidad. Bajo ciertas condiciones, los sitios mencionados pueden obtener financiamiento para su conservación

del Fondo para la conservación del Patrimonio de la Humanidad. Fue fundado por la Convención para la cooperación internacional en la protección de la herencia cultural y natural de la humanidad, que posteriormente fue adoptado por la conferencia general de la UNESCO. La primera ciudad catalogada como "Patrimonio Cultural de la Humanidad" fue Quito en 1978, conjuntamente con la ciudad polaca de Cracovia.

Al año 2010, el catálogo consta de un total de 936 sitios, de los cuales 725 son culturales, 183 naturales y 28 mixtos, distribuidos en 153 países; Italia tiene el mayor número de sitios (47) catalogados como "Patrimonio Cultural de la Humanidad".

Cada sitio Patrimonio de la Humanidad pertenece al país en el que se localiza, pero se considera en el interés de la comunidad internacional y debe ser preservado para las futuras generaciones. La protección y la conservación de estos sitios son una preocupación de los 193 países que apoyan al Patrimonio de la Humanidad.

Proceso de nominación

El proceso de nominación comienza cuando un país desarrolla un inventario con todos sus sitios con propiedades naturales y culturales significativas para ser incluidos en la Lista Tentativa, y es importante porque un país no puede nominar un sitio que no haya estado incluido en ésta. A continuación, puede seleccionar un sitio de esta lista para ubicarla en un Expediente de Nominación.

Luego, el expediente es evaluado independientemente por dos organizaciones: La Unión Mundial para la Conservación y el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS, por sus siglas en inglés). Estas entidades después elevan sus recomendaciones al Comité del Patrimonio de la Humanidad. El Comité se reúne una vez al año para determinar si incluir o no a cada sitio nominado a la lista definitiva, y a veces suspende la decisión para solicitar más información a los estados miembros.

Hay diez criterios de selección que un sitio debe cumplir para ser incluido en la lista.

Criterios de selección[62]

Para ser incluido en el la lista de Patrimonios de la Humanidad un sitio debe tener un "sobresaliente valor universal" y debe satisfacer al menos uno de los siguientes criterios de selección.

I. Representar una obra maestra del genio creativo humano.

II. Testimoniar un importante intercambio de valores humanos a lo largo de un periodo de tiempo o dentro de un área cultural del mundo, en el desarrollo de la arquitectura o tecnología, artes monumentales, urbanismo o diseño paisajístico.

III. Aportar un testimonio único o al menos excepcional de una tradición cultural o de una civilización existente o ya desaparecida.

IV. Ofrecer un ejemplo eminente de un tipo de edificio, conjunto arquitectónico o tecnológico o paisaje, que ilustre una etapa significativa de la historia humana.

V. Ser un ejemplo eminente de una tradición de asentamiento humano, utilización del mar o de la tierra, que sea representativa de una cultura (o culturas), o de la interacción humana con el medio ambiente especialmente cuando éste se vuelva vulnerable frente al impacto de cambios irreversibles.

VI. Estar directa o tangiblemente asociado con eventos o tradiciones vivas, con ideas, o con creencias, con trabajos artísticos y literarios de destacada significación universal. (El comité considera que este criterio debe estar

[62] TRONCOSO, Claudia (2009): *"Patrimonio y redefinición de un lugar turístico. La Quebrada de Humahuaca, Provincia de Jujuy, Argentina"* en Estudios y Perspectivas en Turismo, Volumen 18, pp. 144-160, Buenos Aires.

preferentemente acompañado de otros criterios).

VII. Contener fenómenos naturales superlativos o áreas de excepcional belleza natural e importancia estética.

VIII. Ser uno de los ejemplos representativos de importantes etapas de la historia de la tierra, incluyendo testimonios de la vida, procesos geológicos creadores de formas geológicas o características geomórficas o fisiográficas significativas.

IX. Ser uno de los ejemplos eminentes de procesos ecológicos y biológicos en el curso de la evolución de los ecosistemas.

X. Contener los hábitats naturales más representativos y más importantes para la conservación de la biodiversidad, incluyendo aquellos que contienen especies amenazadas de destacado valor universal desde el punto de vista de la ciencia y el conservacionismo.

Desde 1992 la interacción entre el hombre y el medio ambiente es reconocida como paisaje cultural.

La Quebrada de Humahuaca Patrimonio de la Humanidad

El 2 de Julio de 2003, la UNESCO declara a la Quebrada de Humahuaca "Patrimonio de la Humanidad", en la categoría "Paisaje cultural". En lo que respecta a las gestiones para esta patrimonialización, estas estuvieron desarrolladas solamente por diversas secretarías estatales, en las que intervinieron autoridades nacionales por un lado y provinciales por el otro. Pero las comunidades no fueron consultadas, ni fueron partícipes de esta gestión y decisión[63].Lo cual no respeta lo establecido en el artículo 4 inciso 1 y 2 del convenio 169 de la OIT acerca de la consulta y participación de las

[63] Según el trabajo realizado por Karina Bidaseca y su equipo, la comunidad de Tilcara, les aseguró que querían dejar sin efecto al mal llamado patrimonio ya que a ellos no les habían preguntado nada.

comunidades respecto del patrimonio y su medio ambiente.[64]

Por el contrario, quienes mantuvieron un lugar importante en el proceso de patrimonialización fueron las instituciones estatales. Ahora bien, quienes resultaron ser los grandes beneficiados económicamente y con gran presencia en la actualidad, son las empresas (nacionales, provinciales y locales) dedicadas y relacionadas a la actividad turística. El beneficio que obtienen las comunidades de esta actividad, es prácticamente nulo: no gozan de la explotación de ésta, ya que por la dinámica que ofrecen los paquetes turísticos el beneficio indirecto es mínimo -venta de comidas, artesanías, productos regionales, etc. [65]

En el año 2001, el gobierno provincial inicia los trabajos técnicos con la finalidad de postular ante UNESCO a la Quebrada de Humahuaca como sitio patrimonio mundial, labor encarada por un equipo técnico multidisciplinar. Cabe acotar que desde sus inicios contó con una fuerte decisión política y económica del gobierno provincial y nacional.

Presentada en enero de 2002, la solicitud de inclusión de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad se fundamentó en la conjunción, en ese espacio geográfico, de un paisaje imponente con un importantísimo capital arqueológico y cultural acumulado a través de más de 10 mil años de historia. Allí, las poblaciones del valle construyeron los pucarás para defenderse de la invasión incaica, y fue también ahí "*donde se libraron las más imponentes batallas entre realistas y patriotas en la lucha por la Independencia, por el control de un paso natural capaz de conectar el comercio entre el Alto Perú y los valles del Tucumán*", explicó el arquitecto Sebastián Pasin, integrante del equipo de la Secretaría de Cultura jujeña que presentó el proyecto ante la Unesco, con el aval de la Secretaría de Turismo de la Nación.

---

[64] Artículo 4:1). Deberán adaptarse las medidas especiales que se precisen para salvaguardar las personas, las instituciones, los bienes, el trabajo, las culturas y el medio ambiente de los pueblos interesados. 2.) Tales medidas especiales no deberán ser contrarias a los deseos expresados libremente por los pueblos interesados**.**

[65] REBORATTI, Carlos (coord.) *La Quebrada*. Ed. La Colmena. Buenos Aires,2003.

De esta historia han quedado marcas en la región, en sus edificios y en sus pobladores, como también de la simbiosis entre las costumbres ancestrales nativas, como el culto a la Pachamama, y el cristianismo, cuya expresión más acabada se produce en la celebración del Carnaval, cuando el pueblo sale a la calle en el tradicional desentierro del Diablo, símbolo de festejo tras la cosecha. Por dichos motivos la Quebrada de Humahuaca hoy es Patrimonio de la Humanidad, con un su "valor único y excepcional", tanto a nivel cultural como natural, al punto de que merece ser protegida y preservada para el disfrute de las generaciones futuras. De esta forma, la Quebrada se convierte en el octavo sitio en la Argentina en alcanzar esta distinción aunque, a diferencia de sus predecesoras, que habían sido distinguidos por su valor natural o cultural, lo ha logrado por la suma de ambas categorías.

"*Con esta declaración hemos dado un paso trascendente para la puesta en valor de nuestro potencial turístico-cultural a nivel mundial*", afirmó el vicepresidente Daniel Scioli, desde París, ciudad en donde se realizó la asamblea anual de la Unesco.

La otra cara

"Es preciso hacer una aclaración con relación al patrimonio en términos generales, ya que en la Argentina, es un debate que se encuentra fragmentado y en cierto modo postergado. Fragmentado por la falta de integración de la gestión a nivel nacional y provincial de las diferentes áreas en las cuales el patrimonio está involucrado (cultura, turismo, ambiente, planificación territorial, etc.) a lo que se suma la desvinculación entre expertos de diferentes áreas del patrimonio: arqueólogos, arquitectos, conservadores, directores de museos, gestores culturales, ambientalistas, etc. Postergada debido a la necesidad de efectuar un debate profundo acerca de los objetivos y fines de la gestión del patrimonio a nivel de políticas públicas, en gran parte debido a la falta de legislación marco". [66]

[66] ENDERE, María luz. *Arqueología y legislación en Argentina. Cómo proteger el patrimonio arqueológico*. UNC, serie monográfica-volumen 1, Olavarría, 2002.

La declaración de la Quebrada como Patrimonio de la Humanidad en el año 2003 ha despertado un complejo abanico de nuevas realidades para las comunidades locales, donde el conflicto por la tenencia y uso de tierras es el más grave.

La situación disparó el precio de los terrenos en la región, convirtiéndose en conflictos por la tenencia y uso de la tierra, este problema tiene líneas vinculadas al poder y la legitimidad, fundamentadas en la existencia de tierras fiscales que son asignadas por criterios clientelares por los gobernantes de turno para quienes son futuros electores o en su defecto (preferentemente) para los que pueden sostener económicamente la campaña proselitista del intendente o del gobernador.[67]

Se puede decir que existe un antes y un después de la declaración de UNESCO, lo cual se expone a través de un análisis FODA realizado en un estudio de la Universidad de Castilla La Mancha[68]:

DEBILIDADES	AMENAZAS
• Conflicto en tenencia y uso de la tierra • Especulación inmobiliaria (aumento del precio de la tierra) • Crecimiento anárquico y desordenado del turismo	• Pérdida de competitividad y sostenibilidad del destino. • Instalación de explotación minera a cielo abierto dentro del área amortiguación • Crisis económica mundial que repercute en la

[67] BUTAUFOCO,L. HERNANDEZ, M. *Diferentes procesos de patrimonialización: La Quebrada de Humahuaca y la Ciudad Sagrada de Quilmes. ¿Participación o imposición?.* Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA)

[68] LOPEZ SANZ, Gregorio. GOMEZ BORJA, Miguel. VILYE, Silvia. *Los modelos de gestión en ciudades patrimonio de la humanidad: un estudio comparativo entre España y el norte de Argentina.* Universidad de Castilla La Mancha.

• Alta vulnerabilidad ambiental (crecidas de ríos y deslizamiento de cerros) • Falta de planes de ordenamiento territorial y de gestión del sitio • Superposición de jurisdicciones de niveles del gobierno (nacional-provincial-municipal) • Falta de infraestructura básica de servicios (cloacas, tratamiento de residuos) • Mercantilización de la cultura • Falta de participación y protagonismo de la comunidad local.	disminución de viajes internacionales • El aumento de la inflación en Argentina disminuye los viajes de turismo interno. • Inclusión del sitio en la “lista de patrimonio en peligro” de UNESCO por falta de gestión adecuada.
FORTALEZAS	**OPORTUNIDADES**
• Valorización de la identidad local • Revalorización de costumbres y tradiciones olvidadas • Incremento de flujo turístico • Aumento en cantidad y calidad de la oferta hotelera • Revalorización de los recursos naturales y culturales locales: minerales, cultivos y camélidos andinos (llama)	• Nuevas posibilidades de empleo en el turismo (mujeres y jóvenes) • Condiciones atractivas para pequeños y medianos emprendedores de otras provincias • Reactivación de las economías locales derivadas del valor agregado (comidas, artesanías, agroindustrias, turismo) de tales recursos. • Uso de la marca UNESCO para atraer turismo Extranjero

CAPITULO VI – Metodología de Trabajo

METODOLOGIA DE TRABAJO

La presente investigación se desarrolló mediante la elección de un tema específico, para definir un campo de estudio a trabajar sobre el cual se llevará a cabo la indagación científica. El campo concreto de este estudio es el *Carnaval de la ciudad Tilcara*, en Jujuy. A partir del planteo del tema de investigación, se trazaron diferentes interrogantes, para encontrar el problema de investigación, la cual apunta precisamente a la inquietud que tienen los investigadores cuando se disponen a investigar, y así definir los nuevos conocimientos que desean alcanzar.

El problema de investigación puede ser expresado en forma de pregunta o en forma narrativa. En el caso de esta investigación, el problema fue planteado en forma de interrogante.

Teniendo en cuenta el tema planteado y el problema de investigación, posteriormente se definieron los objetivos, tanto generales como específicos. Estos guardan una estrecha correlación con el problema planteado ya que los mismos "*expresarán los resultados que se desean obtener al final de la misma y entonces traducirán, en forma afirmativa, lo que expresaban las preguntas iniciales*"[69]. Resumiendo esta definición, los objetivos son la promesa que el investigador realizar a su público, apunta principalmente a lo que se desea conocer, explorar, describir, demostrar.

El enfoque de esta investigación es preponderantemente cualitativo, el cual engloba una serie de características propias: no se sigue un proceso claramente definido ni estructurado, el investigador a medida que avanza en la investigación examina el mundo social y a través de este proceso se va desarrollando una teoría coherente con lo que observa. Estas investigaciones "*se fundamentan más en un proceso inductivo (explorar y describir, y luego*

[69] SABINO C. *"Cómo hacer una tesis"*. Lumen Humanitas - pág 108, Mendoza, 2004.

generar perspectivas teóricas)[70]".

En la mayoría de los estudios cualitativos no se plantean hipótesis para posteriormente ser corroboradas empíricamente, por dicho motivo esta investigación se lleva a cabo sin el planteo de una hipótesis, no se va a refutar ni a comprobar ninguna 'respuesta tentativa" planteada en la inicio de la indagación. La investigación se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados. Si bien se efectúa una medición numérica en algunos casos, la mayor parte de la información recolectada en el campo de estudio no requerirá un análisis estadístico, en general se utilizan entrevistas y observaciones, y en el caso de la encuestas, gran parte de los interrogantes apuntan a recolectar información que va más allá de recolectar posibles respuestas predefinidas.

Asimismo, se utilizan encuestas para relevar opiniones y comportamientos de residentes y turistas pero los análisis no son estadísticos, sino que luego de la recopilación de los datos, y la tabulación, se hace un análisis interpretativo. Por lo dicho, cabe destacar que este estudio tiene enfoque cualitativo que admite subjetividad, comprensiones y percepciones realizadas por el propio investigador.

El proceso de investigación cualitativo es circular y la secuencia no es siempre la misma, varía de acuerdo con cada estudio de caso, va moldeándose a medida que van planteándose los acontecimientos. Por lo tanto, la revisión de la literatura se realiza permanentemente en cualquier etapa del estudio.

No hay que olvidar, que si bien la investigación cualitativa es elástica y moldeable, siempre requiere de una base, una "literatura existente", la cual a medida que va avanzando el proceso de investigación se revisa, se analiza y se compara, configurando el Marco Teórico de la investigación. La literatura existente ayuda a conocer diferentes grados en el desarrollo del conocimiento. La construcción del marco teórico permite: evitar errores, orientarnos sobre cómo habrá de realizarse el estudio, ampliar el horizonte del estudio, da una

[70] SAMPIERI Roberto y otros. *Metodología de la Investigación*. Cuarta edición. Interamericana Editores. México. 2006.

guía para centrar el problema y provee de un marco de referencia para interpretar los resultados del estudio. "*El marco teórico explicita el cuerpo de supuestos, teorías, conceptos y articulaciones contextuales en los que se inscribe el problema que se pretende abordar y desarrolla una respuesta teórica a la pregunta por éste formulada*"[71].

Posteriormente de la definición del tema, problema y los objetivos, se debe determinar cuál será el universo, las muestras y las unidades a estudiar, mediante el uso de instrumentos adecuados para la recolección de información durante en trabajo de campo.

Instrumentos

Para la recolección de los datos se deben crear los "Instrumentos" o técnicas tanto cuantitativas como cualitativas, y en un mismo estudio se pueden utilizar ambas. Los instrumentos son entonces, los recursos que se utilizan para registrar información o datos sobre las variables que tenemos en mente.

Un instrumento, para ser adecuado debe cumplir ciertos requisitos: debe ser confiable, es decir si produce resultados consistentes y coherentes; deben ser válidos, es decir, si realmente miden las variables que se pretenden medir; y debe tener validez de contenido, es decir reflejar un dominio sobre el tema al que se refiere; además debe ser lo más objetivo posible.

El universo hace referencia a una "*serie real o hipotética de elementos que comparten características definidas, relacionadas con el problema de investigación*". De éste se extrae la población, que es el "conjunto definido, limitado y accesible del universo"[72]. Finalmente, se estudia la muestra "el conjunto de individuos extraídos de la población a partir de algún procedimiento específico".

Los instrumentos que se utilizan en el desarrollo del trabajo de campo de esta investigación fueron: entrevistas, observación no participante de un

[71] VIEYTES Rut. *Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad.* Editorial de las Ciencias; 2004.

[72] *Idem*

acontecimiento específico (Carnaval), y encuestas.

Entrevistas

La entrevista es un encuentro hablado entre dos individuos que comporta interacciones tanto verbales como no verbales. Ésta es más íntima, flexible y abierta que los cuestionarios. Se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema.

En el presente trabajo se utilizará la "*muestra de expertos*"[73] ya que se necesita de personas especializadas en asuntos específicos como lo es Carnaval de la Quebrada de Humahuaca y en la historia del mismo. Estas muestras sirven para recaudar mayor información.

De cada informante clave será preciso saber qué cosas podían contar y explicar en relación con el Carnaval desde sus perspectivas. Se busca conocer la historia del carnaval en profundidad, su importancia, su relación con la cultura, costumbres, tradiciones e identidad, así como también las modificaciones sufridas durante los diferentes contactos con otras culturas que dominaron o sociabilizaron con la cultura local.

Es por dicho motivo fue elegido como uno de los informantes claves el señor Sixto Vazquez Zuleta, conocido como "Toqo", importante escritor, periodista, docente, funcionario, asesor de instituciones, museólogo indígena colla.

Se realizará una entrevista *semiestructurada* basada en una guía de preguntas que permita mejor administración del tiempo del entrevistador, pero a su vez el mismo tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos obtener mayor información. Este tipo de entrevistas es apropiada para este caso ya que se Investiga intensamente un tema en particular (Sabino), concentrada en un único tema.

[73] SAMPIERI Roberto y otros. *Metodología de la Investigación*. Cuarta Edición. Interamericana Editores. México. 2006

Encuestas

Es el instrumento más utilizado para recolectar los datos. "*Consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir*"[74]. En este caso se usará la "encuesta o cuestionario personal"[75]. La misma se realizará como su nombre lo indica personalmente (encuentro cara a cara entre el entrevistador y el entrevistado) siendo el tipo de cuestionario utilizado generalmente en la investigación social, ya que pueden obtenerse datos secundarios importantes que no fueron tenidos en cuenta durante la formulación del cuestionario y son más espontáneas. El lenguaje utilizado en las preguntas debe ser apropiado para las características del mismo. (Nivel educativo y socioeconómico, las palabras que maneja etc).

Se usarán preguntas cerradas y abiertas. Las preguntas cerradas serán los interrogantes utilizados para determinar el perfil de la persona que está respondiendo el cuestionario (edad, sexo, situación socio-económica, servicios consumidos, etc.), las mismas requieren un menor esfuerzo por parte de los respondientes, no tienen que verbalizar pensamientos, únicamente seleccionar la alternativa, agilizando así el trabajo tanto para el encuestado como el encuestador y ahorrando tiempo para luego ser utilizado en aquellas preguntas que requieren mayor desarrollo. Por otro lado se utilizarán también preguntas abiertas ya que las mismas sirven en situaciones donde se desea profundizar una opinión o los motivos de un comportamiento (Sampieri, 1992), proporcionarán una variedad más amplia de respuestas pues estas pueden ser emitidas libremente por los respondientes y la información que se obtendrá será mucho más completa y valiosa que las cerradas.[76]

En el caso del estudio cuantitativo que se realizará, lo primero que se debe

---

[74] SAMPIERI Roberto y otros. *Metodología de la Investigación* .Cuarta edición. Interamericana Editores. México. 2006

[75] VIEYTES Rut. *Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad*. Editorial de las Ciencias. 2004

[76]SABINO, C*. El proceso de investigación.* Editorial Panapo, Caracas. 1992

determinar para el establecimiento de las muestras son las "unidades de análisis", es decir, los sujetos, objetos, sucesos o comunidades a estudiar. Estas dependen del planteamiento del problema a investigar y de los alcances del estudio. En el caso cuantitativo, la muestra es un subgrupo de la población de interés.

Unidad de Análisis y Variables.[77]

Las Unidades de Análisis constituyen segmentos del contenido de los mensajes que son caracterizados para ubicarlos dentro de las categorías. El tema, se define como una oración. El ítem, la unidad total empleada por los productores del material simbólico, puede ser un libro, una editorial, un programa de radio. El personaje, un individuo, un personaje televisivo, un líder histórico. Medidas de espacio y tiempo, unidades físicas como el centímetro, la línea, la columna.

Una variable se puede definir como una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse. La variable siempre se aplica al grupo u objetos que se investigan, los cuales adquieren distintos valores en función de la variable estudiada.

En el caso de la investigación en cuestión el ***universo*** se encuentra conformado tanto la población total de Tilcara como los turistas que visitan la ciudad.

Las personas que conforman la ***muestra*** serán 50 residentes de la ciudad de Tilcara y 50 turistas que visiten la misma, ya que las mismas serán significativas para lograr alcanzar los objetivos de la investigación.

A continuación se presenta la Matriz de Datos, donde se detallan las unidades de análisis, con sus variables y sus respectivos valores, los mismos fueron tenidos en cuenta para la confección de las encuestas y los aspectos a

[77] SMAPIERI, R y otros. Metodología de la investigación. 3ª edición. McGrawHill México 1991

tener en cuenta durante la observación.

Las ***unidades de análisis*** son las siguientes:

1. **Residentes de Tilcara.**
2. **Carnaval de la Quebrada de Humahuaca (Tilcara)**
3. **Demanda (Turistas que visitan Tilcara durante el Carnaval)**
4. **Sistema Turístico de la Ciudad de Tilcara.**

<u>Las variables y valores de cada unidad de análisis a ser analizadas son:</u>

- **RESIDENTES DE TILCARA**

- *Sexo*
  - Masculino
  - Femenino
- *Edad*
  - 18 a 30 Años
  - 31 a 45 Años
  - 46 a 60 Años
- *Tiempo de residencia en la ciudad*
  - 01 – 10 Años
  - 11 - 20 Años
  - 21 – 30 Años
  - Más de 31 Años
- *Ocupación*
- *Participación en la celebración del Carnaval*
- *Importancia del Carnaval para su cultura*
- *Condición de participación en el Carnaval*
  - Espectador
  - Celebración particular

- Integrante de comparsa
- Organización General

- *Momento más importante y representativo del Carnaval*
  - Encuentro Compadre/Comadre
  - Señalada
  - Desentierro
  - Entierro
- *Percepción y grado de aceptación que tienen los mismos hacia los turistas en la celebración del Carnaval.*
- *Percepción de inflación de precio durante el Carnaval.*
- *Beneficios Económicos en cuanto a la generación de empleo percibidos por los residentes.*
  - Si
  - No

✓ Falta de capacitación por parte de la comunidad local.
✓ Falta de inclusión de la comunidad en la actividad por parte del sector privado.
✓ Desconocimiento por parte de la comunidad en los beneficios de la actividad.
✓ Otros

- **CARNAVAL DELA QUEBRADA DE HUMAHUACA**

- *Historia e importancia de la celebración*
- *Momentos más importantes y representativos*
- *Elementos que lo componen (disfraces, músicas, comparsas, instrumentos, comidas, bebidas)*
- *Organización del mismo*
- *Duración*
- *Comportamiento tanto de los protagonistas (población local) como la de los turistas.*

- **DEMANDA TURÍSTICA**

- *Sexo*
    - Masculino
    - Femenino
- *Edad*
    - 18 a 30 Años
    - 31 a 45 Años
    - 46 a 60 Años
- *Nivel de Estudio alcanzado*
    - Secundario Incompleto
    - Secundario Completo
    - Universitario Incompleto
    - Universitario Completo
- *Ocupación/ Profesión*
- *Medio de acceso al destino*
    - Automóvil
    - Ómnibus
    - Avión
    - Otros
- *Conformación de grupo de Viaje*
    - Familia
    - Amigos
    - Pareja
    - Solo
    - Grupo de Viaje (Tour)
    - Otros
- *Motivación*
    - Turismo (Naturaleza, Cultura)
    - Descanso

- Diversión
- Vistas a amigos y/o parientes (VAP)

- *Frecuencia de visita al destino*

- *Promedio de permanencia en el destino*

- *Servicios consumidos en el destino*

  - Hotelería
  - Gastronomía
  - Entretenimiento y esparcimientos
  - Excursiones
- *Modo de información de la oferta turística*
  - Internet
  - Boca a Boca
  - Agencias de Viajes
  - Televisión
  - Diarios y revistas
  - Otros
- *Interés e interacción con la población local y su cultura*.
- *Motivo principal de visita*: El Carnaval
- *Elementos/ momentos más atractivos*
  - Las ceremonias
  - Trajes y máscaras
  - Músicas y danzas
  - Otros
- *Grado de satisfacción del destino*
  - *Limpieza*
  - *Seguridad*
  - *Transporte*
  - *Información Turística*
  - *Espacio Verdes*

- *Atractivos Culturales*
- *Alojamiento*
- *Gastronomía*
- *Accesibilidad*
- *Hospitalidad*

- *Fidelidad con el destino*

OFERTA TURISTICA

- **Atractivos**

- *Clasificación*
  - Sitios Naturales
  - Museos y Manifestaciones Culturales
  - Folklore
- *Jerarquización*
  - Jerarquía 1
  - Jerarquía 2
  - Jerarquía 3
  - Jerarquía 4
- *Características del Atractivo.*
- *Medios de acceso.*

- **Actividades Turísticas y recreacionales.**

- *Clasificación*
  - Visitas a Sitios Naturales
  - Esparcimiento
  - Asistencia a acontecimientos programados
  - Actividades deportivas.
- *Tipo de usuarios*
- *Dificultades/ obstáculos.*

PLANTA TURISTICA

- **Alojamiento**

- *Modalidad de alojamiento*
  - Hotelero
  - Extra hotelero
  - Para hotelero

- *Categoría/Jerarquía*
- *Cantidad de Plaza*

- **Alimentación**

- *Tipo de establecimientos.*
  - Restaurantes y Parrillas
  - Pizzería
  - Bares, Confiterías y pubs.
  - Heladerías

- **Otros Servicios**

- *Tipo.*
  - Agencias de Viajes
  - Información
  - Guías
  - Comercios Turísticos.
  -

INFRAESTRUCTURA

- **Transporte**

- *Terrestre*
  - Vial
  - Servicio de Transporte
  - Terminal de ómnibus.

- Aéreos.

- **Comunicaciones**

- *Postales*
- *Telefónicas e Internet*
- *Radiales*
- *Periodísticas*

- **Otros Servicios**

- *Sanidad*
- *Educación*
- *Seguridad*
- *Servicios públicos*
  - Red de agua potable
  - Gas
  - Electricidad.

SUPERESTRUCTURA

- **Organizacionales**

- *Organismo del Sector Público*
- *Organismo del Sector Privado*

- **Conceptuales**

- *Planes, programas, proyectos.*

Observación

Se trata de una forma de recoger información que generalmente se lleva a cabo en el contexto natural donde tienen lugar los acontecimientos, en el caso de esta investigación sería la observación de los diferentes momentos en los que transcurre la celebración del Carnaval. Existen tres fenómenos fundamentales para el desarrollo de la misma: constancia, es decir la permanencia de un hecho o fenómenos sociales a lo largo del tiempo; control, es decir que la observación debe realizarse con instrumentos adecuados acorde al tipo de unidad de análisis a estudiar; orientación, es decir que la observación debe estar guiada por planeamientos teóricos y conceptuales previos. La observación científica necesita intencionalidad y sistematicidad.

La observación que se realizará será no participante, sistematizada ya que se contará con una guía de antemano, pero admitiendo agregar conceptos que se observen en el campo de estudio. Por otro lado será cualitativa, ya que no se cuantificará, sino que se describirán y analizarán hechos.

A continuación se pueden observar los modelos de instrumentos que serán utilizados durante el trabajo de campo de la investigación.

Modelo de los Instrumentos

ENTREVISTA

Informantes clave: Representante de la Dirección de Turismo de la Provincia de Jujuy; Secretario de Cultura de la Municipalidad Indígena de Tilcara y Director de Turismo de Tilcara.

1. Me podría contar un poco sobre los orígenes e historia del Carnaval en la Quebrada de Humahuaca. ¿Cómo era ese Carnaval en la antigüedad? ¿Quiénes concurrían? ¿Por qué o para qué se hacía?
2. ¿Cuáles fueron los cambios producidos en los últimos años en la celebración?
3. ¿Considera usted que difiere mucho del original?
4. El Carnaval forma parte de la cultura del noroeste. ¿Por qué es tan importante esta celebración para la región?
5. ¿Cuáles son las caracterizas que lo hacen único y representativo?
6. ¿Cuál es el momento más emotivo y representativo para usted durante la celebración y por qué?
7. ¿Por qué considera que el carnaval tiene la fuerza para convertirse en atractivo de interés turístico a nivel nacional e incluso internacional?
8. ¿Fue a partir de la declaración de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad que esta celebración se fue modificando con mayor fuerza?
9. ¿La provincia se encontraba capacitada para la recepción del turismo?
10. ¿Considera que los residentes aceptan la llegada de turistas al pueblo durante esta época? ¿Por qué?
11. ¿Qué tan consientes son los turistas de los impactos del turismo? ¿y los residentes?
12. ¿Considera usted que la llegada del turismo está ayudando económicamente a la provincia o no?

13. A su parecer ¿Qué habría que hacer para que la llegada de turistas no impacte de manera negativa en las costumbres y tradiciones de la región?

14. ¿Existen proyectos que regulen la actividad turística para que pueda desarrollarse en la región un *"turismo sostenible*"?

Muchas Gracias por su ayuda y su tiempo.

ENCUESTAS

Encuesta para Turistas

Finalidad: Conocer el perfil y preferencias de los turistas que visitan la Quebrada de Humahuaca, principalmente Tilcara, y la visión que tienen los mismo sobre la Celebración del Carnaval.

Universo: Turistas que visitan la ciudad de Tilcara.

Muestra: 50 Turistas que se encuentren en la ciudad durante la celebración del Carnaval.

Tipo de muestra: Probabilística.

Segmentación: Intencionada (únicamente a turistas) y por cuotas.

Cuotas

Sexo (25 de cada sexo) Femenino – Masculino

Edad 18-30 años; 30 -45 años y 45-60 años.

Criterio de selección: La encuesta se encuentra apuntada a aquellas personas que visitan la ciudad de Tilcara durante el período en que se celebra el Carnaval de la Quebrada de Humahuaca (Marzo 2011). Para constatar que son turistas los encuestados, se buscará la muestra en aquellos puntos estratégicos donde suelen frecuentar, como por ejemplo: los principales atractivos de la ciudad (Pucará, museos, Plaza Coronel Manuel Álvarez Prado, etc.), en la puerta de hoteles, posadas, campings, agencias de viajes y turismos, centro de atención al turista, terminal de ómnibus.

Forma de realización: Personal

No me sueltes Carnaval.

Encuestador:	**Zona:**	**Día/Hora:**

Buenos días/ Buenas Tardes. Mi nombre es María Jazmín, soy estudiante de la Universidad Abierta Interamericana de la Ciudad de Buenos Aires. Estoy haciendo mi trabajo de conclusión de curso para la carrera de Lic. En Turismo. Estoy realizando una encuesta para conocer el perfil de turistas que visitan la ciudad de Tilcara y sus preferencias. La encuesta es anónima y tomará más de 5 minutos. Su colaboración será muy valiosa para la investigación. Muchas Gracias.

1. **Sexo:** Masculino Femenino **2. Edad:** 18-30 años 31-45 años 46-60 años

3 Profesión/ Ocupación: **4 Estudios Alcanzados:** **5 Lugar de Procedencia:**

6 ¿Cómo se compone el grupo que lo acompaña?

a. Familia ☐
b. Amigos ☐
c. Pareja ☐
d. Solo ☐
e. Grupo de viaje ☐
f. Otros ☐ **¿Cuáles?**

7 ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar hasta la provincia?

a. Automóvil propio ☐
b. Ómnibus ☐
c. Avión ☐
d. Otros ☐ **¿Cuál?**

8 ¿Es la primera vez que visita la ciudad? Si No **¿Con qué frecuencia?**

9 ¿Cuántas noches permanecerá en la ciudad? **Cantidad de Horas:**

10 ¿Qué servicios está consumiendo en la Ciudad de Tilcara?

a. Hotelería ☐
b. Gastronomía ☐
c. Entretenimientos y espaciamiento ☐ **¿Cuál?**
d. Excursiones ☐ **¿Cuál?**

11¿Cuál es el motivo principal de su visita?

a. Turismo (Cultura, Naturaleza) ☐
b. Descanso ☐
c. Diversión ☐
d. Visita a amigos/familia ☐
e. Otros ☐ **¿Cuáles?**

12¿Qué es lo que más le gusta de la ciudad?

13¿Qué fue lo que menos le gustó o cambiaría?

14 ¿A través de qué medios obtuvo información acerca de la ciudad?

a. Internet ☐
b. Boca a Boca ☐
c. Agencias de Viajes ☐
d. Televión ☐
e. Diarios/Revistas ☐
f. Otros **¿Cuáles?**

15¿Se interesa por conocer las costumbres, la histroria,tradiciones y artesanías locales?
Si No

16 ¿Interactúa con los lugareños para lograr un mayor conociemiento de la cultura y sus tradiciones? Si No

17 ¿Uno de los motivos por los cuáles se encuentra en Tilcara es el Carnaval?
Si No
En caso que la respuesta sea Si, sigue la encuesta. En el caso que no lo sea continua en la pregunta 18.

18 ¿Qué lo motivó para venir a conocerlo?

19¿Qué es lo que más le atrae o llama la atención de la Celebración?
a. Las ceremonias (Desentierro, Entierro, e
b. Trajes y máscaras.
c. Musicas y danzas.
d. Otros **¿Cuáles?**

20 Como calificaria los siguientes aspectos de la ciudad:

	Excelente	**Muy Bueno**	**Bueno**	**Regular**	**Malo**	**NS/NC**
Limpieza						
Seguridad						
Transporte						
Info. Turistica						
Espacios Verdes						
Atractivos Culturales						
Alojamiento						
Gastronomia						
Accesibilidad						
Hospitalidad						

21¿Volvería a la ciudad de visita? Si No **¿Por Qué?**

22 ¿Recomendaría la visita a la ciudad de Tilcara? Si No
¿Por qué?

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN Y SU TIEMPO

HASTA LUEGO

Para que los encuestados pudieran responder bajo un mismo criterio la pregunta número 20 de la encuesta se establecieron los siguientes parámetros:

Limpieza

- ✓ *Excelente:* Espacio que se encuentra extremadamente limpio, ordenado, con presencia de cestos de residuos.
- ✓ *Muy Bueno:* Espacio limpio, ordenado, con presencia de cestos de residuos.
- ✓ *Bueno:* Espacio limpio y ordenado, cuenta con presencia de residuos en la vía pública.
- ✓ *Regular:* Espacio con poca limpieza y mantenimiento. Falta de residuos.
- ✓ *Malo:* Espacio en pésimas condiciones de limpieza y mantenimiento.

Seguridad

- ✓ *Excelente:* Gran presencia de efectivos policiales. Sensación de tranquilidad absoluta. Carencia absoluta de disturbios y conflictos entre participantes de la festividad.
- ✓ *Muy Bueno:* Presencia de efectivos policiales. Tranquilidad y orden durante el desenvolvimiento de de la festividad.
- ✓ *Bueno:* Presencia de efectivos policiales en menor de medida. Algunos disturbios y conflictos entre los participantes.
- ✓ *Regular:* Escasa presencia e intervención de efectivos policiales. Sensación de inseguridad y peligro.
- ✓ *Malo:* Presencia de efectivos policiales nula. Disturbios, peleas, conflictos, robos, hurtos.

Transporte

- ✓ *Excelente:* Gran cantidad de flota vehicular. Excelentes frecuencias, horarios y conexiones.
- ✓ *Muy Bueno:* Flota suficiente para satisfacer la demanda actual. Gran cantidad de frecuencias, horarios y conexiones.
- ✓ *Bueno:* Flota necesaria para el transporte de pasajeros. Frecuencia, conexiones y horarios dispersos.
- ✓ *Regular:* Flota escasa. Pocas frecuencias, conexiones y horarios.
- ✓ *Malo:* Flota mínima para abastecer a la población local. Horarios, conexiones y frecuencias mínimos y dispersos.

Información Turística

- ✓ *Excelente:* Gran calidad y cantidad de información sobre el destino. Carteles informativos con claras y completas informaciones.
- ✓ *Muy Bueno:* Gran cantidad de información. Carteles informativos completos en el destino.
- ✓ *Bueno:* Información sobre los principales atractivos turísticos del destino. Carteles informativos únicamente en puntos estratégicos y de gran concurrencia.
- ✓ *Regular:* Escasa información sobre el destino. Cartelería confusa y escasa.
- ✓ *Malo:* Ausencia de información turística y cartelería.

Espacios Verdes

- ✓ *Excelente:* Espacios preservados y en excelente estado de conservación. Gran calidad de los mismos, llamativos e inigualables.

- ✓ *Muy Bueno:* Espacios con un buen estado de conservación y preservados. Ameritan ser conocidos.
- ✓ *Bueno:* Espacios básicos y clásicos. Carencia en cuanto a su conservación y preservación.
- ✓ *Regular:* Escases de espacios verdes. Evidente falta de conservación y mantenimiento.
- ✓ *Malo:* Ausencia de los mismos. Pésimo estado de preservación.

Atractivos Culturales.

- ✓ *Excelente:* Gran calidad y cantidad de atractivos culturales (museos, manifestaciones, ferias, ruinas). De gran relevancia e importancia para los visitantes. Excelente estado de preservación y mantenimiento.
- ✓ *Muy Bueno:* Importante calidad y cantidad de atractivos culturales. Llamativos e importantes para el destino.
- ✓ *Bueno:* Atractivos llamativos en menor medida. Estado de conservación básica. Falta de carteleria e información.
- ✓ *Regular:* Escasos atractivos. Evidente falta de mantenimiento y preservación.
- ✓ *Malo:* Ausencia de atractivos. Los existentes en pésimo estado de conservación.

Alojamiento

- ✓ *Excelente:* Suficiente cantidad de establecimientos. Excelencia en cuanto a calidad de servicios e instalaciones. Hotelería variada y accesible.
- ✓ *Muy Bueno:* Gran cantidad de establecimientos. Servicios básicos y buen mantenimiento en la instalaciones.

- ✓ *Bueno:* Hotelera variada, con carencia en cuanto a servicios. Falta de plazas.
- ✓ *Regular:* Escasez de establecimientos y pocas plazas. Servicios básicos mínimos.
- ✓ *Malo:* Poca hotelería con arquitectura, servicios e instalaciones muy deteriorados.

Gastronomía

- ✓ *Excelente:* Gran cantidad de establecimientos y variedad de platos. Buena calidad en los alimentos.
- ✓ *Muy Bueno:* Gran cantidad de establecimientos. Variedad de platos.
- ✓ *Bueno:* Establecimientos suficientes. Platos básicos.
- ✓ *Regular:* Escasos establecimientos y deteriorados. Escasez en la elección de platos. Higiene básica.
- ✓ *Malo:* Establecimientos pobres y con poca higiene. Platos pobres y básicos.

Accesibilidad

- ✓ *Excelente:* Caminos asfaltados, en buen estado de mantenimiento. Iluminados, con carteleria correcta. Presencia de rampas en las veredas.
- ✓ *Muy Bueno:* Principales arterias del destino se encuentran asfaltadas. Iluminadas, señalizadas. Rampas en las calles principales y de mayor concurrencia.
- ✓ *Bueno:* Algunas calles asfaltadas, otras son de ripio. Poca iluminación y señalización. Carencia de rampas.
- ✓ *Regular:* Ausencia casi absoluta de asfalto en el destino. Mayoría de sus calles de ripio. Iluminación mínima. Carencia en cuanto a la

señalización. Caminos en mal estado.

- ✓ *Malo:* Ausencia completa de asfalto, iluminación y señalización. Pésimo estado en los caminos.

Hospitalidad.

- ✓ *Excelente:* Personal cordial, amable, bien predispuesto. Buena capacitación y rapidez.
- ✓ *Muy Bueno:* Personal amable, servicial. Dispuesto a atender al turista.
- ✓ *Bueno:* Personal apto para la recepción de turistas. Atención básica.
- ✓ *Regular:* Personal escaso. Mal predispuesto. Demoras en el atendimiento.
- ✓ *Malo:* Ausencia de personal para la recepción adecuada del turista. Grosero, lento y mal predispuesto.

Encuestas a residentes.

Finalidad: Conocer el grado de aceptación por parte de la comunidad local en relación a la participación de los turistas en la Celebración del Carnaval en la ciudad de Tilcara.

Universo: Comunidad local de la ciudad de Tilcara.

Muestra: 50 residentes de la ciudad.

Tipo de muestra: Probabilística.

Segmentación: Intencionada (etnia colla) y por cuotas.

Cuotas

Sexo (25 de cada sexo) Femenino – Masculino

Edad 18-30 años; 30 -45 años y 45-60 años.

Criterio de selección: La encuesta se encuentra apuntada a aquellas personas (residentes de la ciudad) con rasgos y características que distinguen a la etnia Colla. Para constatar que son de dicha comunidad local, se buscará la muestra en aquellos puntos estratégicos donde suelen frecuentar los habitantes de la ciudad, como por ejemplo: en almacenes, comercios, bares, edificios gubernamentales (municipalidad, policía), iglesia, escuelas, etc. El momento de realización de las encuestadas serían los días después de la finalización del Carnaval.

Forma de realización: Personal

Encuestador:	**Zona:**	**Día/Hora:**

Buenos días/ Buenas Tardes. Mi nombre es María Jazmín, soy estudiante de la Universidad Abierta Interamericana de la Ciudad de Buenos Aires. Estoy haciendo mi trabajo de conclusión de curso para la carrera de Lic. En Turismo. Estoy realizando una encuesta para conocer y saber el grado aceptación que tienen los habitantes de la ciudad de Tilcara frente a la participación de los turistas en la Celebración del Carnaval en la ciudad. La encuesta es anónima y tomará más de 5 minutos. Su colaboración será muy valiosa para la investigación. Muchas Gracias.

2. **Sexo:** Masculino Femenino **2. Edad:** 18-30 años 30-45 años 45-60 años

3 Profesión/ Ocupación:

4 ¿Hace cuánto tiempo que vive en la ciudad de Tilcara?
1-10 años 11-20 años 21-30 años +31 años

5 ¿Qué es lo que más le gusta de la ciudad y por qué?

6 ¿Y lo qué menos le gusta? ¿Por qué?

7 ¿Participó o participa de la Celebración del Carnav ☐ Si ☐ No
En el caso que la respuesta sea NO. Seguir con pregunta número 16.

8 ¿De qué manera participa del Carnaval?
a. Simplemente miro/Espectador ☐
b. Celebro de manera particular en fam ☐
c. Formo parte de una comparsa ☐ **¿Cuál?**
d. Organización ☐

9 A su parecer ¿Cuál es el momento más representativo e importante del Carnaval?
a. Encuentro Compadre/Comadr ☐
b. Desentierro ☐
c. Señalada ☐
d. Entierro ☐
¿Por qué?

10 ¿Por qué es tan importante el Carnaval para usted?

11 ¿Percibió la presencia de turistas durante la celebración? Si No

12 ¿Le gusta que los turistas participen en el Carnaval? Si No

13 ¿Considera usted que el turista respeta las prácticas de esta celebración? Si No

14 ¿Considera que las formas y prácticas de celebrar el Carnaval fue modificandose en los últimos años? Si No
¿Puede especificar alguna?

15 ¿Cuáles cree que son los motivos de esa modificación?

16?Cuáles son los motivos por los que no participó del Carnaval? a. Trabajo b. No comparto esa costumbre c. Falta de Interés d. Otros **¿Cuáles?**
17 ¿Ha observado aumento de precios durante los días de festejo del Carnaval? Si No **¿En que rubro?**
18 ¿Considera usted que la llegada de turistas generaró mayor cantidad empleo para la comunidad local? Si No En el caso que la respuesta sea No. Continuar pregunta 19.
19 ¿Por qué? a. Falta de capacitación por parte de la comunidad local. b. Falta de inclusión de la comunidad en la actividad por parte del sector p do. c. Desconocimiento por parte de la comunidad en los beneficios de la acti d. d. Otros **¿Cuáles?**

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN Y SU TIEMPO

CAPÍTULO VII

Relevamiento del Sistema Turístico de Tilcara

FICHAS DE RELEVAMIENTO

- Relevamiento de Atractivos de la ciudad de Tilcara.
- Relevamiento de posibles actividades que pueden realizarse en Tilcara.
- Relevamiento de Planta Turística de Tilcara.
- Relevamiento de Instalaciones
- Relevamiento de Infraestructura
- Relevamiento de Superestructura Organizacional

ATRACTIVOS

Nombre del Atractivo: **CARNAVAL DE LA QUEBRADA DE HUMAHUACA**	
Categoría: Folklore	**Jerarquía:** Jerarquía I
Tipo: Manifestaciones religiosas y creencias populares	**Subtipo:** -
Localización: Se realiza en todos los pueblitos de la Quebrada de Humahuaca, Jujuy, en el mes de febrero generalmente. Una semana antes del miércoles de ceniza.	
Medios de Acceso: Se puede recorrer y conocer a través de la Ruta Nacional 9.	
Características: Esta milenaria manifestación popular fue introducida en América por la conquista español, y se fusionó con otras modalidades de festejar la fecundidad de la tierra en nuestras regiones. El carnaval es simbolizado por un *diablo* que se desentierra de forma bulliciosa de una apacheta de piedra o un lugar mágico, brindando y bailando al compás de música de las anatas, erquenchos, sicuris, detrás de las comparsas, por las calles de los pueblos. Se tiran serpentinas y harina que son parte de este ritual, que tiene mucha algarabía y jocosidad que duran varios días, luego de este festejo comienza la triste despedida del Carnaval que se manifiesta con el llanto en el momento del entierro del diablo. Se inicia con el desentierro del diablo carnavalero y termina 8 días después, cuando se lo entierra. Durante esos 9 días el diablo reina en la vida de los Tilcareños; trae alegría, baile, bebida y desenfreno. El sentido del carnaval es la transfiguración, la metamorfosis de las costumbres, la inversión de los valores, la translación del poder de Dios al Diablo.	

Nombre del Atractivo: **PUCARÁ DE TILCARA**	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales	**Jerarquía:** Jerarquía I
Tipo: Ruinas y lugares arqueológicos.	**Subtipo:** -
Localización: Ubicado en un punto estratégico a 2500 mts. de altura, en la Quebrada de Humahuaca, Provincia de Jujuy, Argentina. Se encuentra al sur de la ciudad de Tilcara, a 84 km. de la Capital Jujeña, sobre un morro, a 80 mts. de altura sobre la margen izquierda del río Grande.	
Medios de Acceso: El Pucará dista aproximadamente a 1,5 Km. de la localidad de Tilcara, cruzando el puente del río Huasamayo, a unos 300 mts.	
Cantidad de visitas: Recibe durante todo el año a miles de visitantes llegados no sólo de nuestro país, sino de los más variados sitios del mundo. Muchos de ellos, además de turistas son arqueólogos, antropólogos y científicos, que vienen atraídos por el gran valor histórico que el Pucará guarda en su interior. Es el único asentamiento arqueológico habilitado para visitas turísticas y didácticas en la Quebrada de Humahuaca. En el 2009, la provincia de Jujuy recibió 454763 turistas, el 90% de ellos argentinos. El 65% de esos turistas visitaron la Quebrada de Humahuaca, por ende la localidad de Tilcara.	
Características: Pucará es una fortaleza (en quechua) construida por los tilcaras. Se identifican varios barrios de viviendas, corrales, una necrópolis y un lugar para ceremonias sagradas, entre otros espacios. Los restos de vivienda (construcciones con piedras, de planta cuadrangular y ángulos rectos, con techos de torta de barro y paja asentados sobre tirantes de cardón) se presentan de manera agrupada con pocos espacios libres cubriendo una superficie de 6 hectáreas. La ocupación humana se extendió por varios siglos y abarca también la etapa incaica reflejada en varios sectores que se distinguen con por arquitectura, típicamente imperial, vinculada con tareas administrativas y ceremoniales. Fue descubierto por el etnógrafo Juan Bautista Ambrosetti en una de sus investigaciones en la zona del noroeste en 1908, en compañía de su discípulo, luego continuador Salvador Debenedetti. El Pucará de Tilcara fue declarado Monumento Nacional en el año 2003. Por la presencia de dicha fortaleza se la denomina a Tilcara "Capital Arqueológica de la provincia de Jujuy". Se encuentra abierto todo el año, de 09.00 a 18.00 Hrs. El precio de la entrada es 3$. Estudiantes de la Universidad Nacional de Buenos Aires no abonan el ingreso.	
Observaciones: Las ruinas fueron parcialmente ruinas reconstruidas, se encuentran en buen estado de conservación, se puede recorrerlas completamente. Cuenta con carteles informativos en cada sector. Con la entrada se puede acceder gratuitamente al Museo Arqueológico “Dr. Eduardo Casanova”. Existen visitas guidas: lunes a domingo de 9:00 a 12:00 y de 14:00 a 18:00. Los días lunes el ingreso es gratuito.	

Nombre del Atractivo: Iglesia Nuestra Señora del Rosario	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales	**Jerarquía:** Jerarquía II
Tipo: Lugares Históricos	**Subtipo:** -
Localización: Alverro esquina Lavalle.	
Medios de Acceso: Se puede acceder caminando. Se encuentra ubicada frente a la plaza José Antonio Peloc (conocida como Plaza Chica)	

Características: Fue en 1.797 cuando el primer párroco del curato, Joseph Alexo de Alverro, mandó construir un nuevo templo simultáneamente con el de Tumbaya, cabecera parroquial. A fines del Siglo XVIII se la reconstruyó .En 1.860, cuando Tilcara pasó a ser sede del curato, la Iglesia se encontraba muy deteriorada. Después de sucesivas refacciones, fue terminada en 1.865 por Juan Álvarez Prado, luego fue reconstruida nuevamente en 1.879 y 1.894. En 1.941 fue restaurada, adquiriendo el estado actual. La Iglesia se encuentra antecedida por un atrio apenas más ancho que la fachada y cerrado al sur por los locales parroquiales.

Se diferencia de la mayoría de las iglesias de la Quebrada, salvo Humahuaca, no sólo por su tamaño sino también por el doble campanario y su fachada plana que unifica en una superficie las paredes de la nave y de las torres. Apenas traspuesta la entrada se encuentra el entrepiso para el coro, sobre vigas y ménsulas talladas; la nave, amplia y luminosa, remata en un retablo de mampostería; a los costados del altar principal se ubican dos altares laterales y la sacristía y contrasacristía. Sus características constructivas responden a la tradición local, con muros de adobes revocados y blanqueados, pisos de piedra y techumbre de cardón y madera, con cubierta de tejas cerámicas.
Seis pinturas de la escuela cuzqueña, con escenas de la Vida de la Virgen, son el más valioso patrimonio artístico de esta Iglesia. La capilla, guarda en su interior los restos del Coronel Manuel Álvarez Prado, defensor de la Quebrada de Humahuaca durante las guerras de la Independencia.

La Iglesia ha sido declarada Monumento Histórico Nacional.

Observaciones: La Iglesia se encuentra abierta desdelas08.00 Hrs hasta las 12.00 Hrs todos los días. Su fachada externa como su interior se encuentra en buen estado y bien conservados. La entrada es libre y gratuita.

Nombre del Atractivo: **Museo Arqueológico Dr. Eduardo Casanova**	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales	**Jerarquía:** Jerarquía II
Tipo: Museo	**Subtipo:** -
Localización: Ubicado en Belgrano 445. Frente a la Plaza principal.	
Medios de Acceso: Se puede acceder caminando. Se encuentra ubicado en el centro de Tilcara, frente a la plaza principal.	

Características: Fue inaugurado en 1968 y es el único museo arqueológico de la provincia.
Posee una colección valiosa y representativa del área meridional (Perú, Bolivia, Norte de Chile y Noroeste argentino). Pueden mencionarse las impactantes momias con vestimentas y ajuar funerario del Norte de Chile y de la Puna, los numerosos vasos peruanos de las Culturas Nazca, Mochica, Chimú, Inca y el material boliviano de Tiahuanaco. El Museo posee además máscaras y adornos de oro hallados en sitios arqueológicos de la Quebrada de Humahuaca, collares de cuentas semi-preciosas, calabazas pirograbadas puneñas, textiles peruanos de la Cultura Paracas en excelente estado de conservación, un valioso quipú incaico, y piezas cerámicas diversas. También cuenta con elementos provenientes de las excavaciones efectuadas en el Pucará de Tilcara como instrumentos de hueso: cornetas, torteros, cucharillas, tarabitas (trabas para ajustar la carga de la llama); objetos de metal con notoria preponderancia del bronce, cobre y plata: discos pectorales efectuados con moldes, vasitos, campanillas, hachas, platos, escudillas, vasijas de distintos tamaños, figuras modeladas realizadas con cuidadosos diseños.
Los patios están integrados, en uno de ellos se muestran diversos morteros y petroglifos, otro una réplica de un monolito procedente de Mocachi (Tiahuanaco) y el tercero una casa arqueológica luego de su excavasión.
El valor de la entrada es de $ 3. Funciona todos los días de 09.00 a 18.00 Hrs.

Observaciones: El museo se encuentra en buen estado de conservación. Cuenta con carteles informativos en sus salas. Los materiales arqueológicos se exhiben en ocho salas a las que se agrega una más para exposiciones temporarias. Las salas están divididas según las diferentes regiones de procedencia.
En general el armado de las salas es clásico (vitrinas y objetos dentro). Existen tambien de salas donde se ve la organización más actualizada con mapas explicativos, con horizontes temporales y fotografías apoyando los objetos exhibidos.
Se puede acceder al museo con la misma entrada con la que se visita el Pucará de Tilcara.

Nombre del Atractivo: **Plaza Coronel Manuel Álvarez Prado**	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales	**Jerarquía:** Jerarquía II
Tipo:	**Subtipo:** -
Localización: En pleno centro de Tilcara.	
Medios de Acceso: Se puede acceder caminando. Se encuentra ubicada en el centro de Tilcara.	
Características: Es la plaza principal, dedicada en homenaje al coronel Manuel Álvarez Prado, conocida también como Plaza Grande, para diferenciarse de la Plazoleta Antonino Peloc. Es el centro de reunión y encuentro de todo el pueblo, así como también un paseo permanente de artesanos locales y de toda la quebrada de Humahuaca que ofrecen a los visitantes una extensa variedad de productos y recuerdos. Se encuentra rodeada por pequeños restaurantes, cafés y talleres artesanales, además de por la Municipalidad local y el Correo Argentino, la plaza durante las noches de verano es centro de diversas guitarreadas, recitales y peñas que desde la última década han bautizado acertadamente a este mes como el “Enero Tilcareño”.	
Observaciones: Se denota la presencia de hippies dedicados a la venta ambulante, los cuales se encuentran fuera del circuito de artesanías. En la parte central de la plaza principal de Tilcara y junto a la glorieta se levantan estas esculturas de reconocidas personalidades de la Independencia y cultura tilcareñas. Colocadas a modo de homenaje por los aniversarios del festejo del Enero Tilcareño, que representa un festejo y puesta en valor de las costumbres y tradiciones autóctonas. Lamentablemente las esculturas se hallan manchadas y agredidas, como sucede con muchos de los monumentos no enrejados de nuestro país.	

Nombre del Atractivo: **Plazoleta Antonino Peloc**	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales	**Jerarquía:** Jerarquía IV
Tipo:	**Subtipo:** -
Localización: Limitada por las calles Alverro, Lavalle, Rivadavia y Belgrano.	
Medios de Acceso: Se puede acceder caminando. Se encuentra ubicada en el centro de Tilcara.	
Características: Conocida también como Plaza Chica, para diferenciarse de la Plaza Principal. La plazoleta cuenta con un busto del Sargento Antonino Peloc, soldado de participó en las batallas por la Independencia. Junto al mismo se levanta un gran menhir, colocado en ese sitio en ocasión del Centenario de Tilcara. En la rústica piedra enclavada y tallada se halla implícita la cultura preexistente a la conquista americana. El menhir es la primer forma de monumento y escultura conseguida por el hombre primitivo.	
Observaciones: La Plaza se encuentra en buen estado de mantenimiento. Es más tranquila y menos concurrida que la Plaza Principal.	

Nombre del Atractivo: **Museo de Bellas Artes "Fundación Hugo Irureta"**	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales	**Jerarquía:** Jerarquía III
Tipo: Museo	**Subtipo:** -
Localización: Ubicado entre Bolívar y Belgrano.	
Medios de Acceso: Se puede acceder caminando. Se encuentra ubicado en el centro de Tilcara.	

Características: La fundación se constituyó el 2 de Octubre de 1987, por iniciativa del artista plástico Hugo Irureta y Maria de las Mercedes Ramírez. El Museo consta actualmente de cinco salas con un total de 220 metros cubiertos y 150 obras en exposición permanente; es visitado por más de 3000 personas por año: turistas, colegios primarios, secundarios y gente de la ciudad.

Brinda sus salas para exposiciones de Artistas de Jujuy, Salta, La Rioja, Buenos Aires, que exponen sus cuadros, esculturas, cerámicas en muestras temporarias y facilita obras de la Fundación para exposiciones en otras ciudades.

Entre los artistas cuyas obras se pueden apreciar en este museo, se encuentran: Adolfo de Ferrari, Arturo Irureta, Aurelio Macchi, Hugo Irureta, Oscar Ferrarotti, Raúl Lozza, Víctor Chab, Enrique de Larrañaga, entre otros.

Observaciones: El Museo se encuentra en buen estado de conservación. Cuenta con una exposición permanente de "Arte Argentino".

El ingreso al mismo es gratuito. Funciona de Martes a Domingos de 10.00 a 13.00 Hrs y 16.00 a 19.00 Hrs.

Nombre del Atractivo: **Museo Regional de Pintura "José A. Terry"**	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales	**Jerarquía:** Jerarquía III
Tipo: Museo	**Subtipo:** -
Localización: Ubicado en Rivadavia 459.	
Medios de Acceso: Se puede acceder caminando. Se encuentra ubicado cerca de la plaza Central de Tilcara.	

Características: Creado en 1956 en lo que supo ser la casa de la familia Terry. La importancia de este artista reside en que se transformó en el primer pintor radicado en Tilcara y difundió a través de su arte la cultura tilcara y la geografía puneña.

Este Museo es encargado de custodiar, conservar y exhibir la obra del Pintor "José Antonio Terry", promover y promocionar el desarrollo de las actividades artísticas y artesanales de la zona y de la región.

Terry es un Pintor viajero, así lo demuestran sus cuadros realizados en Italia, Madrid, París, Londres y Santiago de Chile. La crítica del Arte de la época le dedicó especiales publicaciones por sus obras.

Sus obras se exponen en tres salas:

Sala I (Obra realizada en Tilcara).

Sala II (Obra realizada en otros países y en Buenos Aires).

Sala III también llamada Sala Atelier (pertenencias del Pintor y óleos de la Pampa Argentina).

Se encuentra abierto de Martes a Sábados de 9:00 a 18:00 Hs, Domingos y Feriados de 9:00 a 12:00 Hs. y 14:00 a 18:00 Hrs

Observaciones: La casa de estilo colonial se encuentra en buen estado pudiendo apreciar que el patio interno carece del mantenimiento correspondiente (falta de pintura). El valor de la entrada es de $ 1.50

Nombre del Atractivo: **Museo Fundación "Medardo Pantoja"**	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales	**Jerarquía:** Jerarquía IV
Tipo: Museo	**Subtipo:** -
Localización: Ubicado Alverro 560.	
Medios de Acceso: Se puede acceder caminando. Se encuentra ubicado cerca de la plaza Central de Tilcara.	
Características: El museo se encuentra instalado en la casa del pintor Medardo Pantoja. Presenta básicamente la obra del artista tilcareño, uno de los más representativos de la pintura latinoamericana. Este artista es uno de los más representativos de la pintura latinoamericana. En sus obras, se refleja siempre el paisaje, la gente y las costumbres de nuestra tierra. Sus estudios se perfeccionaron en Buenos Aires bajo la dirección del maestro Lino Enea Spilimbergo. La Fundación que alberga al museo es también un centro cultural en el que se realizan exposiciones, cursos, charlas y proyección de audiovisuales. Se encuentra abierto de martes a domingos de 09:00 a 12:00 Hrs y 15:00 a 18:00 Hrs. El ingreso al museo es gratuito.	
Observaciones: En cuanto a los horarios de visita, sin ser los días que se encuentra abierto al público se tocar timbre para poder ingresar al museo.	

Nombre del Atractivo: **Museo de Ermitas**	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales	**Jerarquía:** Jerarquía IV
Tipo: Museo	**Subtipo:** -
Localización: Ubicado en Rivadavia s/n entre Ambrosetti y Jujuy.	
Medios de Acceso: Se puede acceder caminando. Se encuentra ubicado cerca de la plaza Central de Tilcara.	
Características: Se exhiben en este original museo, fundado por la familia Cáceres, obras confeccionadas con pétalos de flores y semillas de frutos diversos que se utilizan para distintas escenas del Vía Crucis alegorías de tipo religioso. Se encuentra abierto de martes a domingos de 09.oo a 12.00 y de 15.00 a 18.00	
Observaciones: El Museo se encuentra cerrado al público y su fachada externa se encuentra deteriorada. No cuenta con señalización ni pictografía informativa sobre el establecimiento.	

Nombre del Atractivo: **Museo Ernesto Soto Avendaño**	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales	**Jerarquía:** Jerarquía III
Tipo: Museo	**Subtipo:** -
Localización: Ubicado en Belgrano 577, entre Rivadavia Y Bolívar.	
Medios de Acceso: Se puede acceder caminando. Se encuentra ubicado en el centro de Tilcara, frente de la plaza central.	

Características: Ocupa la casa que perteneció al ilustre Héroe Gaucho de la Quebrada de Humahuaca en la lucha por la Independencia argentina; el Coronel Don Manuel Alvarez Prado. El edificio es considerado Monumento Histórico Provincial y fue inaugurado oficialmente como Museo el 27 de Enero de 1974, siendo Gobernador de la Provincia de Jujuy el Ingeniero Carlos Snopek. Es un Museo Estatal dependiente de la Secretaría de Estado de Cultura de la Provincia de Jujuy.

El edificio mantiene su arquitectura original de estilo Colonial. El Museo expone al público obras originales en yeso del Escultor Ernesto Soto Avendaño.

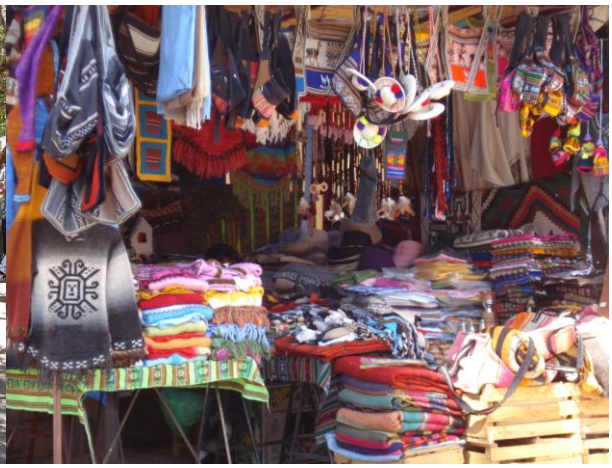
El museo exhibe obras como: Maqueta décima del Monumento a los Héroes de la Independencia, El Hombre y su Rémora, Cansancio, Trabajo, España y América, Estudio de Caballo, Gaucho Salteño, Gaucho Abanderado, Ansia de Infinito, Sueño de San Martín, Adolescentes, etc.

El valor de la entrada es de $ 2. Funciona de Miércoles a Domingos de 15.00 a 18.00 Hrs.

Observaciones: El Museo se encuentra en buen estado de conservación. Reabrió sus puertas en Enero del 2011, tras haber sufrido daños y problemas estructurales, tras un derrumbe producido por excavaciones en un lote lindero. Las esculturas del maestro Ernesto Soto Avendaño que fueron dañadas durante el derrumbe, actualmente se exhiben en las salas tras haber sido completamente restauradas por el artista Rosario Gaspar, otras de ellas fueron trasladadas al Museo Arqueológico Casanova.

El Museo realiza a lo largo del año diversas exposiciones de Pinturas, Esculturas, Cerámicas, Fotografías, Artesanías, Dibujos, Colecciones, etc. Dentro del establecimiento también se realizan talleres capacitando a quienes participan en diferentes disciplinas, como ser: Teatro, Cerámica, Comidas Regionales, Licores Caseros, Cotillón, Dibujo y Pintura, Cartapesta, Xilografía, Artesanías, etc.

En época de Carnaval, Semana Santa, Enero Tilcareño, vacaciones de invierno, el horario se amplía de 8 a 13 y de 14 a 19 hs.

Nombre del Atractivo: **Feria Artesanal de Tilcara**	
Categoría: Folclore	**Jerarquía:** Jerarquía III
Tipo: Ferias y Mercados.	**Subtipo:** -
Localización: Ubicada en la Plaza Principal de Tilcara.	
Medios de Acceso: Se puede acceder caminando. Se encuentra ubicada en el centro de Tilcara.	
	
Características: Se desarrolla en la Plaza principal Cnel. Manuel Álvarez Prado en forma permanente, existen varios puestos. Es un pintoresco paseo, en el que se puede apreciar la variedad y el colorido de la artesanía andina. Se puede observar y comprar tejidos y ropa de alpaca, llama, productos de telar, muñecas, accesorios nativos, vasijas, música regional, alfajores y dulces hechos con productos autóctonos.	
Observaciones: Los precios en la feria son accesibles, y en varios de los puestos se puede “regatear”. También se observa la presencia de algunos puestos que no venden artesanías locales y muchos vendedores ambulantes (Hippies) frente a los mismos.	

Nombre del Atractivo: **Churqui Histórico**	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas.	**Jerarquía:** Jerarquía IV
Tipo: Lugares Históricos.	**Subtipo:** -
Localización: Calle Belgrano.	
Medios de Acceso: Se puede acceder caminando. Se encuentra ubicado sobre la calle Belgrano, pasando la calle de la Sorpresa, antes de llegar al mirador de Tilcara.	
Características: Viejo algarrobo a cuyo pie fue tomado prisionero por las Tropas Españolas, el 4 de Abril de 1819, en la lucha por la Independencia, el Coronel Manuel Alvarez Prado.	
Observaciones: Viejo algarrobo histórico que si no se conoce de su presencia puede pasar desapercibido.	

Nombre del Atractivo: **Garganta del Diablo**	
Categoría: Sitios Naturales	**Jerarquía:** Jerarquía II
Tipo: Grutas y cavernas - Caídas de Agua	**Subtipo:** -
Localización: Por camino de cornisa a 8 km de Tilcara.	
Medios de Acceso: Se encuentra de Tilcara y se accede al mismo por camino de tierra, y se puede acceder tanto caminando (3 Km a pie), haciendo treeking, o en vehículo (8 Km).	

Características: Este importante atractivo turístico natural es una profunda incisión hecha por el agua en la roca viva situado en el cauce superior del río Huasamayo, desde donde se tiene una espléndida vista a lo largo de la Quebrada de Humahuaca y también se puede visualizar el nevado del Chañi. Se puede visitar durante cualquier época del año. En verano se puede llegar a dificultar el acceso por lluvias. Las actividades que se pueden realizar son observación, caminatas y cabalgatas. Cuenta con un puente con barandas donde existe una presa, a la izquierda de las mismas se puede ver la profunda cavidad en la roca de hasta 14 mts. de altura.

Se llega a la cascada más grande, caminando junto al río en contrario a la corriente del mismo. Es un camino entre paredones naturales, entre cavernas y rocas caídas hasta llegar a una pequeña cascada que antecede a la cascada más grande. El camino se encuentra natural y el agua pura da vida a esta parte del valle.

Observaciones: Se recomienda ubicar en lo posible a un guía local para visitar esta zona. Se encuentra en manos de pobladores originarios de la zona y se debe abonar $3 para su ingreso.

El acceso a pie tiene una duración aproximada 2 horas ascendiendo por la quebrada, en donde en ciertos trayectos se angosta cada vez más, teniendo dicha actividad una dificultad media alta.

El recorrido cuenta con señalización en los primeros tramos, mientras que una vez que se avanza sobre el sendero la señalización es escasa y provoca confusión.

Nombre del Atractivo: **Castillos de Huichaira**	
Categoría: Sitios Naturales	**Jerarquía:** Jerarquía II
Tipo: Caminos Pintorescos	**Subtipo:** -
Localización: Por camino de tierra a 8 km al Sur de Tilcara. Se encuentra en una meseta de 100 metros de altura, sobre el margen derecho del Río Grande en frente al Pucará de Tilcara.	
Medios de Acceso: Se accede de la Ruta Nacional Nro.9 distancia aproximada a 2 km.	
Características: Son formaciones naturales con arena a los que se llega sólo caminando o a caballo y donde se puede practicar sandboard. Se encuentran formados por rocas sedimentarias de origen continental “rocas blancas, blandas, pardas”, dan formación de cerros multicolores permitiendo un paisaje mítico del Período Cuaternario formados por la erosión de la lluvia y el viento.	
Observaciones: Se accede por camino de tierra, caminando con una duración aproximada de 3 horas. Se puede visitar todo el año. En verano se puede llegar a dificultar el acceso por lluvias. Hay que tener en cuenta que es conveniente realizar el paseo en compañía de un guía habilitado.	

Nombre del Atractivo: **Cuevas del Wayra**	
Categoría: Sitios Naturales	**Jerarquía:** Jerarquía II
Tipo: Grutas y Cavernas	**Subtipo:** Cueva
Localización: Ubicado al oeste de Tilcara, a 4 km aproximadamente.	
Medios de Acceso: Sendero de piedras sinuoso y angosto.	

Características: Las Cuevas del Wayra (o del Viento) es una formación de túneles naturales que atraviesan un cerro de un lado a otro. Las cuevas se encuentran situadas a una altitud de 2900 m.s.n.m; es decir, tan sólo 440 metros por encima de Tilcara. Es un lugar virgen de piedras volcánicas, cardones y helechos.

A lo largo del camino y luego de arribar allí se puede disfrutar de los cultivos en terrazas, pinturas rupestres, morteros, restos arqueológicos de otras eras (sedimentos marinos, caracoles, rocas) que marcan un pasado climático y ubicación sobre el nivel del mar muy diferente a la actual.

Las Cuevas de Wayra poseen una profundidad aproximada de 50 metros, posee una salida a la Quebrada de Huichaira y desde la cual se pueden obtener fotos panorámicas típicas del paseo realizado.

Observaciones: El recorrido comienzo en la Dirección de Turismo con un guía habilitado. A las cuevas no se puede entrar caminando, hay que hacerlo trepando y sosteniéndose de las paredes rocosas. La complejidad de la misma es media/alta, solo puede recorrerse con guía habilitado, y cuesta alrededor de $35 por persona. Se debe llevar linterna, ya que las cuevas son muy oscuras. La excursión dura aproximadamente 4 horas, depende del ritmo de la caminata.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Nombre de la actividad: Caravana de Llamas

Especie de la Actividad: Esparcimiento

Descripción: Se trata de caminatas de diferente dificultad y duración por los lugares más recónditos del norte argentino. Los *trekking* pueden ser de medio día, de día completo o de varios días, haciendo noche en diferentes comunidades aborígenes. Es necesario destacar que las llamas no se pueden montar como los caballos, sino que son utilizadas para llevar el equipaje de la jornada. Todos los viajes van acompañados de equipos de campamento, abundante comida y vino. En Tilcara se intenta recrear esa práctica ancestral recorriendo distintos senderos de la región con los que se visitan antiguas ruinas, salinas, valles, quebradas y volcanes.

Ubicación: La caminata junto a la caravana de llamas comienza directamente en las calles de Tilcara. En pocos minutos van quedando atrás las últimas casas de adobe desperdigadas en los suburbios de Tilcara y se comienza a internar en las resecas montañas de los valles tilcareños, siguiendo el cauce del río Huasamayo por unos caminos que antiguamente unían la zona de Humahuaca con la selva de Las Yungas.

Tarifas:
Excursiones de medio día: ADL Entre $ 160 y $240; CHD Entre $120 y $200 (Tilcara, Pucará de Juella, Maimará, Salinas Grandes)
Excursiones de día entero/hasta 12 Días: ADL Entre $ 320 y $3600; CHD Entre $256 y $3600 (dependiendo de la cantidad de días de la expedición que varían desde día completo hasta 12 días)

Tipos de usuarios: Cualquier persona puede llevar a cabo dicha actividad. De la edad y el estado físico de los usuarios, y lógicamente el interés, depende la duración y dificultad de las caravana. Se recomienda llevar sombrero, abrigo, zapatos de trekking, protección solar y anteojos de sol.

Obstáculos: El clima puede influir en el desarrollo de esta actividad.

Nombre de la actividad: Mountain Bike
Especie de la Actividad: Esparcimiento
Descripción: La bicicleta de montaña (en inglés, mountain bike) es el tipo de bicicleta diseñada para viajes por la montaña o campo a través. En español también es habitual la denominación de bicicleta todo terreno (BTT). Se caracteriza por unos componentes (cuadro, ruedas, sistemas de cambio, etc.) más resistentes a los impactos del terreno y por estar provistas, en muchos casos, con un sistema de suspensión.
Ubicación: Se puede recorrer tanto la ciudad como sus alrededores, donde pueden apreciarse la fauna y la flora dela región.
Tipos de usuarios: Cualquier persona puede llevar a cabo dicha actividad. De la edad y el estado físico de los usuarios, y lógicamente el interés, depende la duración y dificultad de los caminos. En algunos caminos se requiere experiencia, se necesitan entrenamientos previos, ya que son rutas en montañas con subidas fuertes en donde debes tener un buen manejo técnico.
Obstáculos: Estado físico y el clima.

Nombre de la actividad: Escalada y Rappel

Especie de la Actividad: Actividades Deportivas

Descripción: La escalada, es una actividad que consiste en realizar ascensos sobre paredes de fuerte pendiente valiéndose de la fuerza física y mental propia. Se considera escalada todo ascenso que siendo fácil, difícil o imposible de realizar (según el estado físico de la persona) con las extremidades inferiores (pies y piernas) y las extremidades superiores (brazos y manos).

El rápel es el sistema de descenso autónomo más ampliamente utilizado, ya que para realizar un descenso sólo se requiere, además de conocer la técnica adecuad-, llevar consigo (puesto) un mínimo equipo y una cuerda. El rápel es utilizado en excursionismo, montañismo, escalada en roca, espeleología, barranquismo y otras actividades que requieren ejecutar descensos verticales. Esta actividad también es utilizada en rescate, tanto en los medios naturales como en los urbanos, así como en operaciones militares.

Los elementos que deben utilizarse para realizar esta actividad son: Cuerda, Arnés, Descensor Ocho, mosquetón con seguro, Casco de protección, guantes (para el descenso), zapatillas de escalada.

Ubicación: Se puede practicar en Juella a 8 Km al Norte de la localidad de Tilcara, en la pared conocida como Los Amarillos. Los escaladores de Jujuy la conocen como "pared-escuela" por tener vías de escalada bastante simples, aptas para principiantes. Se aconseja ir con guías de escalada; las excursiones proveen equipamiento y enseñan lo básico para poder subir escalando y bajar rapelando. Se puede llegar en auto, caminando o a caballo.

Tipos de usuarios: Actividad para aquellos que buscan superación, desafíos y trabajo en equipo. Sin embargo no es necesario tener conocimientos previos, sólo el deseo de intentar algo distinto en el lugar indicado.

Obstáculos: El usuario debe contar con un adecuado estado físico. El equipo debe ser el adecuado preservando las normas de seguridad de la UIAA (Unión Internacional de Alpinas Asociados). La naturaleza vertical de la práctica del ráppel lo hace peligroso si no se realiza adecuadamente, se requieren conocimientos técnicos adecuados, por ello siempre que no se tengan debe realizarse bajo la supervisión de una persona cualificada para la actividad.

Nombre de la actividad: Sandboar en el Huancar de Juella

Especie de l Actividad: Actividades Deportivas

Descripción: Es un deporte que consiste en el descenso de dunas o cerros de arena (Huancar), con tablas especiales parecidas a las del Snowboarding. Pertenece a la categoría de deportes extremos por el aumento de adrenalina que experimentan quienes lo practican. Uno de los principales atractivos de este deporte es la apreciación de la naturaleza y los paisajes que esta regala. Cada lugar tiene una historia y una belleza particular. El estilo de vida de un sandboarder lo lleva a conocer lugares increíbles muchas veces casi vírgenes del hombre y la contaminación.

Las creencias populares dicen que un Huancar, es el lugar donde se realiza la Salamanca o bien donde se reúnen los Diablos y Brujas a celebrar, la verdad que son medanos de arena muy fina recostadas en laderas de cerros rocosos, las cuales todavía no se sabe cómo llegaron o formaron.

Ubicación: Con sus rampas naturales, formadas por la acción del viento, el Huancar de Juella es el lugar propicio para el freeride, con vegetación salvaje que agrega adrenalina a cada bajada, ubicado a 8 km al norte de la localidad de Tilcara.

Sitios actuales: Huancar de Abra Pampa, Huancar de Susques, Huancar Yacoaite y El Moreno.

Importancia: Tal como hoy se lo conoce, nació en las brasileras playas de Florianópolis durante la década del ’80, cada año, en plena puna jujeña, el Festival Huancar también convoca a grandes exponentes del sandboard para desplegar todas sus destrezas y competir, como si surfearan olas pero sobre la arena.

Tipos de usuarios: El sandboard es un deporte para todos, pero teniendo en cuenta los límites de cada uno. Las primeras veces que se practica, es preferible elegir bajadas por dunas pequeñas, hasta aprender a regular la velocidad.

Obstáculos: Para conseguir llegar a estos escenarios naturales generalmente se deben recorrer largas distancias, no solo en vehículo sino también a pié. Se requiere de buen estado físico.

Nombre de la actividad: Trekking

Especie de la Actividad: Visitas a Sitios Naturales

Descripción: El trekking o senderismo consiste en caminar por senderos sobre escenarios naturales como sierras, montañas valles y quebradas, orillas de arroyos, ríos, lagos y lagunas. A lo largo del trayecto pueden apreciarse una variedad de paisajes, con su flora y fauna y climas tan diversos que lo transforman en un área geográfica ideal para esta actividad. El fin de estas caminatas es obtener un mayor contacto con la naturaleza teniendo como objetivo una cumbre de media o alta montaña, el nacimiento o desembocadura de un arroyo o una simple caminata de observación de aves sobre terreno llano. Se debe contar con el calzado adecuado para este tipo de actividad. Se recomienda llevar agua.

Circuitos de trekking en Tilcara (con Guía):

- **Cuevas de Waira o Garganta del diablo** (4 Hrs) Horarios de Salida: 10hs.-15hs.
- **Garganta del diablo en Vehiculo y Trekking** (02.30 Hrs) Horarios de Salida: 10hs.-15hs
- **Cuevas Waira y Castillos de Huichaira (06 Hrs)** Horarios de Salida: 9hs.

Ubicación: En la oficina de Turismo de Tilcara comienza el recorrido, en donde primeramente se conoce al que será el guía de la excursión.

Tipos de usuarios: El trekking puede hacerse en distintos niveles de dificultad, desde principiante hasta profesional avanzado, dependiendo de la capacidad de cada uno.

Obstáculos: Cuando realizamos una excursión de trekking auto guiada es importante saber los tiempos que demora la caminata como así también el horario de caída del sol. El clima influye mucho en el desarrollo de esta actividad.

INSTALACIONES

INSTALACION
Nombre de la instalación: **PASARELAS DE LA GARGANTA DEL DIABLO**
Categoría: De Montaña
Descripción: Pasarelas que posibilitan recorrer y observar la profunda incisión hecha por el agua en la roca viva, situada en el cauce superior del Río Huasamayo.
Otros Datos Técnicos: Es de madera y hierro. Largo aproximado de 3 mts.

INSTALACION
Nombre de la instalación: PUENTE DEL RIO HUASAMAYO
Categoría: De Montaña
Descripción: Ubicado a 300 mts. Del Pucará, comunica la fortaleza con la ciudad de Tilcara, y a su vez conduce a la Garganta del Diablo. Tiene 400 mts. De altura. Solo puede transitar un vehículo a la vez. Es uno de los lugares más turísticos y fotografiados de Tilcara es un viejo puente ferroviario (de metal y madera tipico de los ferrocarriles andinos) que cruza sobre el Rio Huasamayo.
Otros Datos Técnicos: Es de madera y hierro.

PLANTA TURÍSTICA

Alojamiento

Como se puede observar en el cuadro la ciudad de Tilcara cuenta con una variada hotelería que ofrece alojamiento de 1 a 5 estrellas (*), a su vez también posee varios hostel (11) y dos campings. Para dicho relevamiento se tomó como referencia a aquellos alojamientos que se encontraban en el centro de la ciudad, ya que la misma también cuenta con alojamiento rural (estancias y chacras) dentro del Municipio de Tilcara en sí mismo. Dentro del servicio de alojamiento también ofrece cabañas y casas de alquiler.

Tilcara cuenta actualmente con 2577 plazas de alojamiento.

	Nombre	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Ubicación	Tarifa			Plazas
						SGL	DBL	TPL	
ALOJAMIENTO	**Las Terrazas**	Hotelero	Hotel Boutique	4*	Calle De la Sorpresa esquina San Martín	$ 330	$ 420		18
	Viento Norte	Hotelero	Hotel	3*	Jujuy 536	$ 370	$ 460		22
	Las Marías	Hotelero	Hotel Boutique	5*	Calle Sorpresa 573	$ 450	$ 540	$ 650	24
	Canto del Viento	Hotelero	Hostería	3*	Al final de la Quebrada de Sarahuaico	$ 200	$ 240	$ 300	28
	Posada de Luz	Hotelero	Posada	3*	Ambrosetti 661		$ 310		12
	Rincón de Fuego	Hotelero	Hostería	3*	Ambrosetti 445	$ 300	$ 340		18
	Punta Corral	Hotelero	Hotel	3*	Belgrano 72	$ 300	$ 310	$ 420	60
	Posada Don Juan	Hotelero	Posada	3*	Lavalle esquina Ejercito del Norte		$ 250		14
	Pueblo Indio	Hotelero	Hostal	3*	Belgrano 377	$ 240	$ 295		10
	Alas Al Alma	Parahotelero	Cabañas	4*	Ernesto Padilla 437	Cabaña $250			16
	Casa de Amena	Extrahotelero	Casa		Media cuadra de la Plaza principal	Por día $350			4
	Cabañas del Cielo	Parahotelero	Cabañas		Bustamante 219	Por día $350			6
	Pachakusi	Parahotelero	Cabañas		Cno a Chicapa Valle del Pucará s/n	Por día $150			8
	Patio Alto Hotel & Hostel	Hotelero	Hotel	4*	Torrico 645, esquina Alberro	$ 360	$ 390		16
		Hotelero	Hostel			$ 98 por pax			12
	Posada Tanpu Mayu	Hotelero	Posada	4*	Av. Costanera entre Rivadavia y Alberro		$ 300		22
	Posada Suri Huasi	Hotelero	Posada		Villa Florida. Entre Sarahuaico y Las Palmeras		$ 160	$ 210	14
	Hostel Malka	Parahotelero	Albergue		San Martin 155	Desde $70 por pax			48
	GAIA Habitaciones Boutique	Hotelero	Hotel Boutique		Belgrano 472		$ 290		13
	Hosteria La Morada	Hotelero	Hostería	2*	Debenedetti 460		$ 160		16
	Refugio del Pintor	Hotelero	Hostería	3*	Alberro s/n	$ 220	$ 275		26

	Nombre	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Ubicación	Tarifa			Plazas
						SGL	DBL	TPL	
ALOJAMIENTO	**Complejo Turístico El Jardín**	Hotelero	Hotel	1*	Belgrano 700	$ 140	$ 280	$ 420	34
		Parahotelero	Camping			$ 20 por pax			800
	La Posadita	Hotelero	Hostería	4*	La Sorpresa s/n		$ 240	$ 280	8
	Uwa Wasi	Hotelero	Hostería	2*	Lavalle 564	$ 140	$ 240		14
	El Antigal	Hotelero	Hostería	2*	Rivadavia 455	$ 180	$ 280	$ 390	48
	Diablito Hostel	Parahotelero	Albergue		San Martin 450	$ 40 por pax			22
	El Mirador del Cóndor	Extrahotelero	Cabañas	2*	Paraje Sarahuaico	$ 80	$ 80	$ 110	8
	Posada de la Peña	Hotelero	Hostería	3*	Belgrano 899		$ 200	$ 280	10
	Posada Don Juan	Hotelero	Posada	3*	Av. Villafañe esquina Eva Perón		$ 250	$ 320	14
	Al Sereno	Hotelero	Hostería		Padilla 593	$ 250	$ 300	$ 370	23
	Tilcara Hostel	Parahotelero	Albergue		Belgrano 685	$60 por pax			25
	Aguacant Cabañas	Extrahotelero	Cabañas		Manuel Corte 333		$ 270		15
	Quinta La Paceña	Hotelero	Hostería	3*	Padilla esquina Ambrosetti		$ 120	$ 160	12
	Hotel de Turismo	Hotelero	Hotel	3*	Belgrano 590	$ 210	$ 270	$ 390	50
	El Reposo del Diablo	Hotelero	Hotel	4*	Alberro 1049		$ 420	$ 520	20
	Posada Con los Angeles	Hotelero	Hostería	3*	Gorriti 156		$ 310	$ 410	22
	Portal de la Quebrada	Hotelero	Hostería	3*	17 de Octubre s/n. Ruta 9 Acceso Norte	$ 215	$ 270	$ 330	48
	Norte Rupestre	Hotelero	Hostería	3*	Ambrosetti 63	$ 230	$ 280	$ 390	16
	Hostel Casa Tunas	Parahotelero	Albergue		Padilla 765 esquina Sarmiento	$ 120	$ 170		30
	La Albahaca Hostel	Parahotelero	Albergue		Padilla s/n entre Ambrosetti y Sarmiento	$ 50 por pax			20
	Pucara Hostel	Parahotelero	Albergue		Erneste Padilla s/n		$ 35	$ 45	80

	Nombre	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Ubicación	Tarifa			Plazas
						SGL	DBL	TPL	
ALOJAMIENTO	**Waira Hostel- Camping**	Parahotelero	Camping		Padilla 596	$ 25 por pax			600
			Albergue			$ 50	$ 180	$ 210	100
	Hostel Casa Colores	Parahotelero	Albergue		Radio Estación s/n	$ 35	$ 45	$ 40	20
	El Andariego Hostel	Parahotelero	Albergue		Belgrano 727	$50 por pax			26
	Hostel El Burrito	Parahotelero	Albergue		Belgrano 332	$ 60 por pax			40
	Hosteria Tía María	Hotelero	Hostería		Lavalle 776		$ 180	$ 200	10
	Casa Los Airampos	Hotelero	Hostería		Soldado Emeterio Condori s/n	$ 210	$ 280	$ 350	7
	Casas de Tilcara	Extrahotelero	Casa		Belgrano Esquina Alverro	$ 100	$ 200		12
	Hosteria Jatun Mayu	Hotelero	Hostería		Av. Costanera 625	$ 150	$ 300		20

Alimentación

La ciudad de Tilcara ofrece servicios de gastronomía variada que van desde restaurantes y parrillas, pizzerías, confiterías, bares, pubs y heladerías. Se puedo observar a su vez, durante la salida de campo, la venta ambulante de bebidas (gaseosas y alcohólicas) y "carritos" que ofrecen principalmente empanadas y bollos.

A continuación se detallan los establecimientos que ofrecen servicios de alimentos y bebidas:

	Tipo	Nombre	Ubicación
ALIMENTACIÓN	Restaurantes y Parrillas	A la Payla	Rivadavia 425
		El Antigal	Rivadavia 455
		El Nuevo Progreso 1917	Lavalle 351
		El Portal de la Quebrada	Av. 17 de Octubre s/n
		Esperanza	Belgrano 547
		Killa	Belgrano 377
		Hotel de Turismo	Belgrano 590
		Pucará	Padilla s/n
		Rincón de Fuego	Ambrosetti 445
		Pacha Mama	Belgrano 590
		Yacon	Rivadavia 222
		La Estación	Ruta Nacional Nº 9. En la entrada de Tilcara
		Kanka Huasi	Frente a la Plaza Principal
		La Rotisería	Belgrano s/n
		Restaurante San Jorge	Villafañe esq. Belgrano
		El Colonial	Lavalle 348
		Don Chalú	Frente a la Plaza Principal
		Peña Altitud	Belgrano 319
		La Peña de Carlitos	Lavalle esquina Rivadavia
		El Patio	Lavalle 352
	Pizzería	Q'omer	Belgrano 417
	Bares, Confiterías y Pubs	Casa de Champa	Belgrano 249
		El Mate	Belgrano s/n
		El Cafecito	Rivadavia esquina Belgrano
		La Cachana	Belgrano 470
		Khuska Resto Bar	Padilla s/n
		Peña Del Engrupo	Lavalle s/n, Alverro
	Heladería	La Heladería	Lavalle 454

Esparcimiento

La ciudad no cuenta con establecimientos de esparcimiento propiamente

dichos. Durante los días de carnaval suelen armarse en las calles y abrirse peñas en donde grupos musicales locales animan al público.

La Peña Del En Grupo funciona como restaurante hasta las 12.00 Hrs. Luego de ese período comienza a cobrar un ingreso en el local y en donde comienza a funcionar una especie de discoteca, en donde se baila al ritmo de música folklórica.

Otros Servicios

	Tipo	Nombre	Datos
OTROS	Agencias de Viajes	Altitud Norte	Padilla s/n
		Pachamama Viajes	Belgrano s/n
		Rupestre Aventuras	Padilla esquina Belgrano s/n
		Be-Dor Leg 3990	Lavalle 295
		Fati Tour	Ramírez de Velasco 321
		Tilcara Bikes	Belgrano 700
		Ases Tur EVT	Belgrano al 1400
		Uma Travel	Belgrano 692
	Información	Dirección de Turismo	Belgrano s/n
		Asociación de Turismo de la Quebrada de Humahuaca	Av. Villafañe
	Guías	Tilcara Trekking	David A. Torres
		Sendas Andinas	Belgrano 127
		Tilcara Mantha	Rivadavia 516 y Belgrano
		Moises	mmoisestour@hotmail.com
		Diego Alvarez	diesayri@hotmail.com
		Carlos Valdés	tilcarita@hotmail.com
		Annelsa Lepore	Alemán, Inglés, Italiano
		Andrés Schultz	Alverro 141
	Comercios	Mercado Artesanal	Plaza Coronel M.A.Prado
		Taller del Molle	Belgrano y Padilla
		Artesanías Don Bigote	Villafañe s/n
		Paseo Tierra Azul	Belgrano 472
		Taller Utama	Belgrano 425
		Taller del telar	Padilla esq. 25 de Mayo
		Vis, regalarías y artesanías	Belgrano casi esq. Bolivar

Infraestructura

El tercer elemento que integra la Planta Turística es la Infraestructura. En

relación a la Infraestructura con la que cuenta Tilcara se pueden mencionar los siguientes bienes y servicios con los cuales la ciudad sostiene su estructura social y productiva:

- **Red vial:** Nueve empresas de transporte de pasajeros prestan servicio desde San Salvador de Jujuy a distintos puntos de la Quebrada de Humahuaca por Ruta Nacional Nº 9, algunos de esos servicios son con destino final la Quebrada y otros con destino La Quiaca, con paradas en puntos intermedios.

La terminal de buses de Tilcara se encuentra ubicada entre la calle Belgrano Y ÉXODO. Es una instalación muy básica, pequeña y sencilla en una calle completamente de tierra, que cuenta con 4 dársenas para la llegada y partidas de buses. Cuenta con una galería cubierta donde se encuentran las boleterías de las empresas que unen el pueblo con otros destinos. Posee 2 quioscos y dispone de baños públicos (que se debe abonar una pequeña contribución para usarlos). El lugar carece de asientos para esperar los buses. Por otro lado en la esquina se encuentra la parada de los taxis y remis que realizan traslados tanto dentro de Tilcara como a cualquier otro pueblo de la Quebrada.

Dentro de las empresas que unen Tilcara con la capital jujeña y los pueblos de la Quebrada se encuentran: Evelia, El Quiaqueño, Balut, Panamericano; JAMA; COTTA Norte, con salidas con frecuencias de 1 hora desde S.S. de Jujuy, y tardan aproximadamente una hora y media.

Antiguamente existía, pero actualmente se encuentra fuera de funcionamiento, sólo queda la estructura de la Vieja Estación de Tren.

INFRAESTRUCTURA – TRANSPORTE TERRESTE

Empresa	Origen	Escalas	Destino	Distancia	Duracion Aprox.	Frecuencias	Servicio	Tarifas
Balut	Buenos Aires	Liniers- Rosario- Termas de Rio Hondo- S.M. Tucumán-Salta	San Salvador de Jujuy	1654 KM	22 hrs. 15 min	3diarios	Semi Cama	$ 410
					21 hrs. 30 min	2 diarios	Cama Ejecutiva	$ 458
	San Salvador de Jujuy		Tilcara	84 KM	1 hr. 50 min	8 diarios	Semi Cama	$ 13
						2 diarios	Común c/aire	$ 13
Rápido Tata	Buenos Aires	Liniers- Santa Fé- Termas de Rio Hondo- S.M. Tucumán-Salta	San Salvador de Jujuy	1654 KM	21 hrs	1 diario	Semi Cama	$ 410
						1 diario	Cama	$ 442
						1 diario	Ejecutivo	$ 467
						1 diario	Suite	$ 541
Almirante Brown	Buenos Aires		San Salvador de Jujuy	1654 KM	20 hs.	2 diarios	Semi Cama	$ 410
Rutas del Norte(Flecha Bus)	Buenos Aires	Liniers- Paraná- Santa Fe- S. Del Estero - S.M Tucumán- Salta	San Salvador de Jujuy	1654 KM	21 hrs. 10 min	1 diario	Semi Cama	$ 410
						2 diarios	Cama Ejecutivo	$ 442
						1 diario	Cama Suite	$ 541
	San Salvador de Jujuy		Tilcara	84 KM		2 diarios	Semi Cama	$ 16
Andesmar	Buenos Aires	Liniers -Córdoba- Santiago del Estero - S.M Tucumán- Salta	San Salvador de Jujuy	1654 KM	22 hrs. 25 min	1 diario	Semi Cama	$ 419
						1 diario	Cama Ejecutivo	$ 467
Plus Ultra -Mercobus	Buenos Aires	Rosario -Córdoba - Santiago del Estero - S. M Tucumán- Salta	San Salvador de Jujuy	1654 KM	22 hrs	1 diario	Semi Cama	$ 410
La Veloz del Norte	Buenos Aires		San Salvador de Jujuy	1654 KM	1 hr. 10 min	2 diarios	Semi Cama	$ 420

Empresa	Origen	Escalas	Destino	Distancia	Duracion Aprox.	Frecuencias	Servicio	Tarifas
General Urquiza	Buenos Aires	Rosario -Termas de Rio Hondo - S. M Tucumán- Salta	San Salvador de Jujuy	1654 KM	21 hrs	1 diario	Semi Cama	$ 410
						1 diario	Cama	$ 442
						1 diario	Ejecutivo	$ 467
						1 diario	Suite	$ 541
El Rápido Internacional	Buenos Aires		San Salvador de Jujuy	1654 KM	23 hrs.	1 diario	Semi Cama	$ 410
						1 diario	Ejecutivo	$ 467
Quirquincho	San Salvador de Jujuy	Volcán, Purmamarca, Maimará	Tilcara	84 KM	1.30 Hrs	10 diarios	Semi Cama	$ 16
El Quiaqueño	San Salvador de Jujuy	Volcán, Purmamarca, Maimará	Tilcara	84 KM	1.30 Hrs	10 diarios	Semi Cama	$ 16
Jama Bus	San Salvador de Jujuy	Volcán, Purmamarca, Maimará	Tilcara	84 KM	1.30 Hrs	10 diarios	Semi Cama	$ 16
Panamericano	San Salvador de Jujuy	Volcán, Purmamarca, Maimará	Tilcara	84 KM	1.30 Hrs	10 diarios	Semi Cama	$ 16
Evelia	San Salvador de Jujuy	Volcán, Purmamarca, Maimará	Tilcara	84 KM	1.30 Hrs	10 diarios	Semi Cama	$ 16
Arco Iris	San Salvador de Jujuy	Volcán, Purmamarca, Maimará	Tilcara	84 KM	1.30 Hrs	10 diarios	Semi Cama	$ 16

INFRAESTRUCTURA – TRANSPORTE AÉREO

Origen	Escala	Destino	Duración	Frecuencia	Clase	Tarifa
Aeroparque Jorge Newbery (AEP)	0	Aeropuerto Internacional Dr. Horacio Guzmán (San Salvador de Jujuy)	2 hrs. 15 min	1 diario	Turista	$ 1.069
Aeroparque Jorge Newbery (AEP)	1 (Salta)	Aeropuerto Internacional Dr. Horacio Guzmán (San Salvador de Jujuy)	2 hrs. 05 min	1 diario	B	$ 942
					H	$ 894
					K	$ 849
					S	$ 711

INFRAESTRUCTURA – RUTAS DE ACCESO

Nombre de la ruta	Origen	Destino	Tramos/Distancia	Tipo de Asfalto	Servicios	Peajes
Ruta Nacional 9	Capital Federal	San Salvador de Jujuy	1521 KM	Autopista Buenos Aires - Córdoba y Pavimento	Estaciones de servicio Shell e YPF. Postes con S.O.S	Nueve estaciones de peaje en: Zárate, General Lagos, Carcarañá, James Craik, La Florida, Molle Yaco y Cabeza de Buey, Toledo y Júarez Celman.
	San Salvador de Jujuy	Tilcara	84 KM		Tampu I Estación de Servicios y gasolinera, confitería en el acceso a Tilcara	0
Ruta Nacional 34	Rosario (Santa Fe)	Salta	1021 KM	Pavimento	Estaciones de servicio Shell e YPF. Postes con S.O.S	3

- **Educación:** Cuenta con Educación Inicial, Educación EGB / Media, Educación Polimodal y una Escuela Profesional. Cuenta a su vez con una Biblioteca Popular.

- **Salud:** Cuenta con un hospital cuyo nombre es "Dr. Salvador Mazza" y farmacias.

- **Comunicaciones**: No posee con diarios y revistas propios, pero cuenta con aquellos provenientes de su capital (San Salvador de Jujuy) entre los mismos se pueden mencionar La Voz de Jujuy, El Libertario, entre otros así como también los diarios y revistas a nivel Nacional (La Nación, Clarín, etc); cuenta también con medios digitales pero a nivel provincial (no locales) como La Hora de Jujuy – Diario Digital y Jujuy On Line noticias**;** 3 emisoras de radio las cuales son Radio Rin 98.7 FM, Radio Azul FM 95.90 y Radio Manantial de Vida FM 104.50. Cuenta también con una empresa de correo privado (Correo Argentino). El servicio telefónico está a cargo de Telefónica de Argentina, quien ofrece servicio de Discado Directo Internacional y facilidades para adquirir líneas de teléfonos, faxes y líneas de transmisión de datos. La empresa Claro, junto con Movistar (Telefónica de Argentina) brindan el servicio de telefonía celular, desarrollado en gran expansión, que abarca en su área de cobertura a las principales localidades a nivel nacional e internacional. En la ciudad existen también dos nodos locales de Internet.

- **Seguridad:** Cuenta con un Cuartel de Bomberos Voluntarios y una seccional de Policía.

- **Agua Potable:** La localidad cuenta con servicio de agua corriente y de cloacas (Agua de los Andes) solo en el casco urbano; mientras que en las afueras el agua es de pozo.

- **Recolección de Residuos:** Recolección municipal y deposición en vertedero.

- **Energía Eléctrica:** La empresa que opera en el área es EJESA (Empresa Jujeña de Energía S.A.), que tiene más de 5.160 clientes. La red eléctrica tiene una extensión de 89 Km. para la de media tensión en 33 kV, 179 Km. la trifásica de 13,2 kV, 31 Km. la bifásica de 13,2 kV, 65 Km. la de 7,6 kV y 190 Km. para la de baja tensión. La operación y mantenimiento del alumbrado público lo realiza esta empresa, excepto en Tilcara que la hace el municipio.

- **Gas:** El casco urbano cuanta con servicios de gas natural, encontrando en las afueras, generalmente, garrafas.

Policía - Seccional Nº 14	Lavalle esquina Marcelino Vargas - Tel. 0388 – 4955004
Hospital "Dr. Salvador Mazza"	Lavalle 552 - Tel. 0388 – 4955001
Cajero Automático	Calle Marcelino Vargas - Al lado de la Municipalidad
Farmacia	Belgrano s/n - Frente Ejesa
Ejesa	Belgrano 531 - Tel. 0388 – 4955007
Agua de los Andes	Alvear s/n - Tel. 0388 – 4955088
Servicentro YPF Tampu I	Ruta Nº 9 - Acceso Tilcara - Tel. Fax 0388 – 4955016 Combustibles líquidos y GNC
Telecentro Tilcara	Lavalle 448 - Tel. 0388 – 4955200
Telecabina Tilcara II	Villafañe s/n - Tel. 0388 – 4955222
Correo Argentino	Belgrano esquina Rivadavia
Escuelas	Nº 7 "Domingo Faustino Sarmiento" - Nivel Primario
	Normal Superior "Dr. Eduardo Casanova" - Nivel Medio
	Normal Superior "Dr. Eduardo Casanova" - Nivel Inicial
	Bachillerato Nocturno para Adultos Nº 2 - Nivel Medio
	Escuela Profesional Nº 5
Biblioteca Popular Bartolomé Mitre	Rivadavia 378 - Tel. 0388 – 4955332
Registro Civil	Bolívar s/n - Frente Mercado Municipal - Tel. 0388 – 4955136
Mercado Municipal	Bolívar s/n
Municipalidad Indígena de Tilcara	Marcelino Vargas 489 - Tel. 54 - 0388 - 4955226 - E - Mail mun_tilcara@cootepal.com.ar
Concejo Deliberante	Bolívar s/n - Frente Mercado Municipal

Superestructura

Para que el sistema turístico funcione adecuadamente, requiere además de infraestructura, del auxilio de un subsistema superior que regule todo el sistema, al que llamamos superestructura. En relación a la superestructura con la que cuenta Tilcara se puede nombrar:

- **Secretaria de Turismo y Cultura de la Provincia de Jujuy**
- **Cámara de Turismo de la Provincia de Jujuy**
- **Cámara de Turismo de la Quebrada y Puna.**
- **Asociación de Turismo de la Quebrada de Humahuaca y Puna Jujeña.**
- **Asociación de Guías de Jujuy**
- **Cámara de Hoteles de Jujuy y Afines.**
- **Dirección de Turismo de Tilcara.**

SUPERESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Organismo	Tipo	Dirección	Teléfono	Web / e-mail	Autoridad Responsable	Cargo	Observaciones
Secretaria de Turismo y Cultura de la Provincia de Jujuy	Público	Canónigo Gorriti 295 - San Salvador de Jujuy	(388) 4221325 / 4221326	www.turismo.jujuy.gov.ar turismo@jujuy.gov.a	Dr. Jorge Noceti	Secretario General	Cuenta con correo electrónico para otorgar información, la cual llega rápidamente.
					Lic. Juan José Martearena	Director de Turismo	
Cámara de Turismo de la Provincia de Jujuy	Público	Senador Pérez 154 - San Salvador de Jujuy	0388-4223938	camturjuj@yahoo.com.ar	Quiroga, Yolanda	Presidente	
Cámara de Turismo de Quebrada y Puna	Público	Urquiza 550 - San Salvador de Jujuy	0388-4236553	www.quebradaypuna.org.ar			
Asociación de Turismo de la Quebrada Humahuaca y Puna Jujeña	ONG	Av. Villafañe, pasando el puente de entrada a Tilcara		www.quebradaypuna.org.ar info@quebradaypuna.org.ar	Beatriz "Negrita" Cabana	Presidente	
Asociación de Guías de Jujuy	Público	Av.El Éxodo 215 - San Salvador de Jujuy (Secre. Planificación y Desarrollo).	0388 - 154092310 - 4226871	www.sansalvadordejujuy.gov.ar agt_jujuy@yahoo.com.ar	Boutet, Matilde	Secretaria	La lista con la información para el contacto con los guías se encuentra en la página de la Secretaria de Planificación y Desarrollo
Cámara de Hoteles de Jujuy y Afines	Público	Independencia 680. Of. 4, San Salvador de Jujuy	0388 -4232495	filialjujuy@ahtra.com.ar	Marina Nougués	Secretaria	Difícil acceso directo con los responsables
Dirección de Turismo de Tilcara	Público	Belgrano 590. Municipalidad Indígena de Tilcara		www.tilcaradigital.com.ar direccion@tilcaradigital.com.ar	Rosa Liliana Quipildor	Directora de Turismo	Tiene el formato de un bolg más que de una página oficial.

Inventario de Leyes y Decretos que hacen al Turismo y a aquello que tenga que ver con el desarrollo de la actividad turística de la ciudad de Tilcara:

- **Ley Nacional de Turismo.**
- **Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable.**
- **Ley Provincial de Turismo de Jujuy**
- **Ley Emprendimientos Turísticos Alternativos**
- **Ley de Fomento y promoción del Desarrollo Turístico.**
- **Decreto de Fomento y promoción del Desarrollo Turístico.**
- **Ley Provincial Paisaje Protegido a la Quebrada de Humahuaca**
- **Decreto: Carnavalito: música y baile regional**

SUPERESTRUCUTRA ORGANIZACIONAL LEGISTALIVA

Nombre del Documento	Normativa	Año de Sanción	Objetivo Principal	Responsables de la Aplicación	Beneficiarios	Otros Aspectos
Ley Nacional de Turismo	Ley N° 25997	Sancionada 16 de Diciembre de 2004, promulgada el 5 de enero de 2005. Publicada en el Boletín Oficial el 7 de enero de 2005.	Fomento, desarrollo, promoción y regulación de la actividad turística y del recurso turismo mediante la determinación de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.	Ministerio de Turismo	Habitantes de la Nación Argentina	Regula la actividad turística a nivel nacional
Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable		El proceso de planificación iniciado por la Secretaria de Turismo de la Nación en agosto 2004	Guiar las acciones con impacto espacial hacia un crecimiento equilibrado, integrado, sustentable y socialmente más adecuado para aprovechas las oportunidades de desarrollo	Ministerio de Turismo	Comunidad local, inversores públicos y privados de la región.	Integra la Provincia de Jujuy en el ANEXO 1, Región Norte.

Nombre del Documento	Normativa	Año de Sanción	Objetivo Principal	Responsables de la Aplicación	Beneficiarios	Otros Aspectos
Ley Provincial de Turismo de Jujuy	Ley N° 5198		Tiene por objeto el desarrollo integral del turismo en lo concerniente en materia de protección, creación, planificación y aprovechamiento de atractivos y recursos; fomento, ordenamiento y promoción de actividades y servicios; formación y capacitación de los recursos humanos afectados a ellos; y el resguardo del turista o visitante, en todo el ámbito del territorio Provincial.	Secretaria de Turismo y Cultura de la Provincia de Jujuy		
Emprendimientos Turísticos Alternativos	Ley N° 5372	Publicación en el Boletín Oficial el 26 de Noviembre del 2003	Establece normas para el desarrollo de la Provincia para Emprendimientos Turísticos	Secretaria de Turismo y Cultura de la Provincia de Jujuy	Empresarios Turísticos	
Fomento y Promoción del Desarrollo Turístico	Ley N° 5428	Publicación en el Boletín Oficial el 6 de Diciembre del 2004	Ley de fomento y promoción para el desarrollo turístico	Secretaria de Turismo y Cultura de la Provincia de Jujuy		

Nombre del Documento	Normativa	Año de Sanción	Objetivo Principal	Responsables de la Aplicación	Beneficiarios	Otros Aspectos
Fomento y promoción del Desarrollo Turístico	Decreto N° 8041/2007	Publicación en el Boletín Oficial el 17 de septiembre del 2007	Ley de fomento y promoción para el desarrollo turístico a Sujetos excluidos - Actividades promovidas - Beneficios - Requisitos para acceder a los beneficios	No especifica	Sujetos excluidos de la actividad Turística	
Paisaje Protegido a la Quebrada de Humahuaca	Ley Provincial Nº 5206/00	19 de Octubre del 2000	Designa como Paisaje Protegido a la Quebrada de Humahuaca en toda su extensión	Poder Ejecutivo Provincial		
Carnavalito: música y baile regional	Decreto N° 3621	30 de Septiembre de 1954	Declaró el Carnavalito el baile y la música regional	Poder Ejecutivo Provincial		

ANÁLISIS DE DATOS

Encuestas a los Turistas que visitan Tilcara durante el Carnaval

Tablas de estadísticas y Gráficos

A continuación se presentará la tabulación de los datos obtenidos en la salida de campo, la confección de gráficos y su respectivo análisis.

El total de encuestas obtenidas fue de 50 encuestas a turistas.

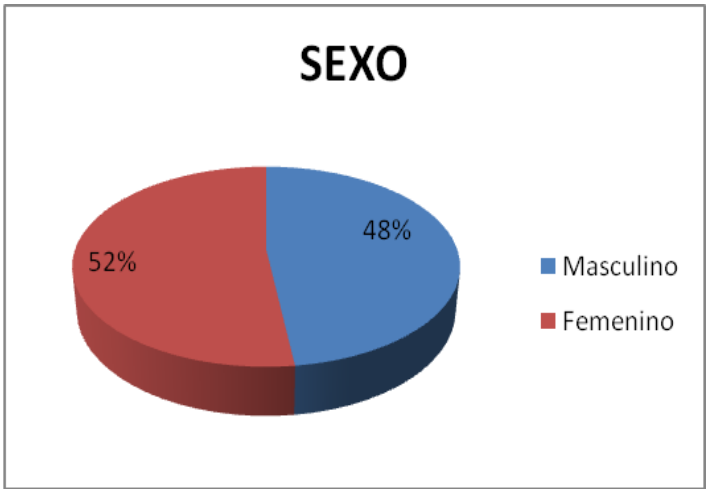
La información se presenta en cinco (5) diferentes variables:

- Perfil del Turista (Sexo/Género; Lugar de Residencia; Grupo Etario; Modo de Viajar y Nivel Educativo)
- Motivaciones
- Gustos y Preferencias
- Precepción del carnaval
    - Nivel de Satisfacción frente al destino

Teniendo en cuenta la información recolectada de las encuestas realizadas en la Ciudad de Tilcara entre los días 05 y 07 de Marzo del 2011, se pueden deducir las siguientes conclusiones:

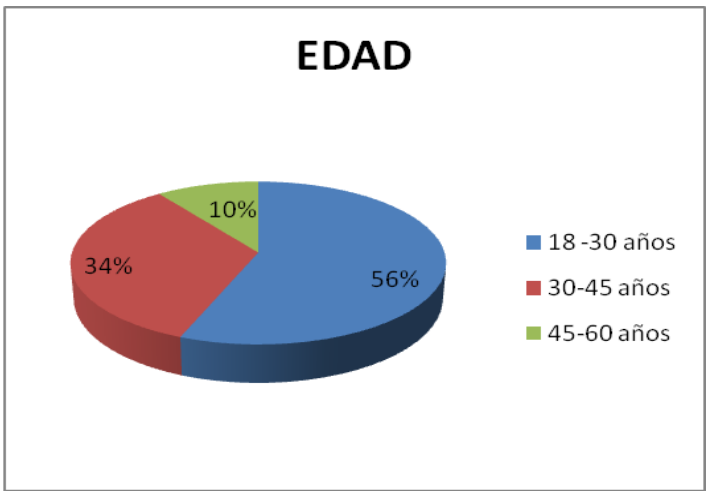
1. Perfil del Turista

a) Género Predominante



Del total de los turistas entrevistados que visitaron Tilcara durante el Carnaval 2011, se puede decir que fueron en su mayoría MUJERES con un porcentaje del 52 %, siendo con el 47 % restante fueron los HOMBRES quienes se animaron a responder la serie de preguntas para la investigación. Se puede decir entonces que, prácticamente es igualitario en cuanto al género (femenino como masculino), quienes se movilizan hasta Tilcara durante la celebración del carnaval.

b) Género Predominante



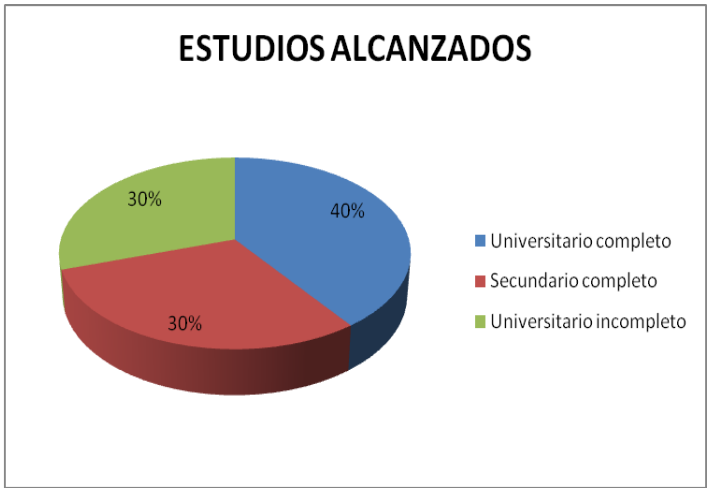
Por otro lado, los turistas entrevistados pertenecen en primer lugar al grupo

etario que oscila entre los 18 - 30 AÑOS con el 56%, siguiéndoles con el 34% el grupo etario de 30 - 45 años, y finalmente en menor medida con el 10% turistas entre 45 a 60 años.

Como se puede observar los principales visitantes del destino pertenecen a la población económicamente activa, es decir aquellos que realizan trabajos y reciben una remuneración por el mismo, lo que los posibilita a través de sus ingresos poder concertar un viaje.

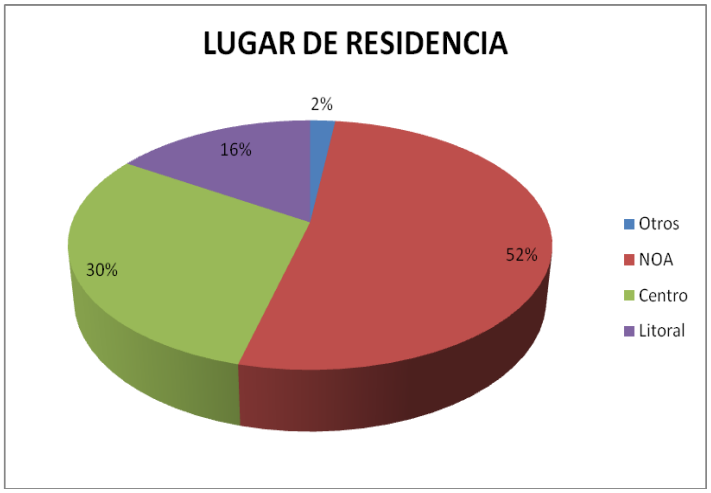
También se puede decir que son principalmente los jóvenes, en su mayoría, quienes visitan el destino durante el Carnaval.

c) Estudios alcanzados



En el siguiente gráfico se puede apreciar el nivel educativo alcanzado por los turistas que eligen conocer el destino. En primer lugar, con un 40 % los visitantes de Tilcara cuentan con estudios universitarios completos, destacándose profesiones como: Contador Público, Docente, Ingeniero, abogado y médicos. Por otro lado se puede observar que el porcentaje restante se divide, ambos con un 30% cada uno, entre aquellos turistas que cuentan con estudios universitarios incompletos (entendiéndose a los mismo como estudiantes universitarios, propiamente dicho) y aquellos que solo cuentan con el secundario completo, donde se puede ubicar a aquellos turistas que son comerciantes, amas de casa, trabajadores independientes, etc.

d) Procedencia

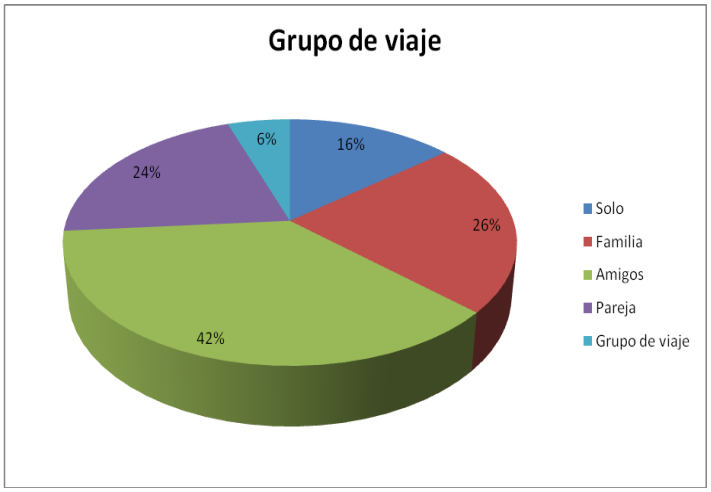


De todos aquellos turistas entrevistados, el lugar de procedencia que tuvo mayor predominio en la visita a Tilcara, con un 52 %, es decir más de la mitad de los turistas y/o visitantes, proceden de la región del Noroeste, siendo las principales provincias emisoras Jujuy, Salta, Tucumán y Santiago del Estero; siguiéndole en segundo lugar con un 30% aquellos turistas procedentes de la región Centro, hallándose Córdoba y Buenos Aires como las principales provincias emisoras de turistas a la ciudad. En tercer lugar se ubica con un 16% la región del Litoral, cuyos visitantes provienen de las provincias de Santa Fe y Entre Ríos.

Finalmente en menor medida con un 2% se encuentran aquellos turistas internacionales, cuyos países emisores son Francia y España.

Se puede deducir entonces, que las personas que visitan Tilcara, en su mayoría, son provenientes de la misma provincia (Jujuy) o de las provincias limítrofes, siendo las principales emisoras la Ciudad de Salta y de San Miguel de Tucumán.

e) Conformación del Grupo de Viaje



En lo que refiere a la conformación del Grupo de Viaje de los turistas que llegan a la Ciudad de Tilcara se puede deducir que, el 42% viaja con amigos. Esto puede verse y tener relación con la edad y nivel de estudios alcanzados de los mismos, ya que en su mayoría los turistas y/o visitantes de la ciudad son jóvenes estudiantes, quienes actualmente suelen realizar sus viajes en compañía de su grupo de amigos.

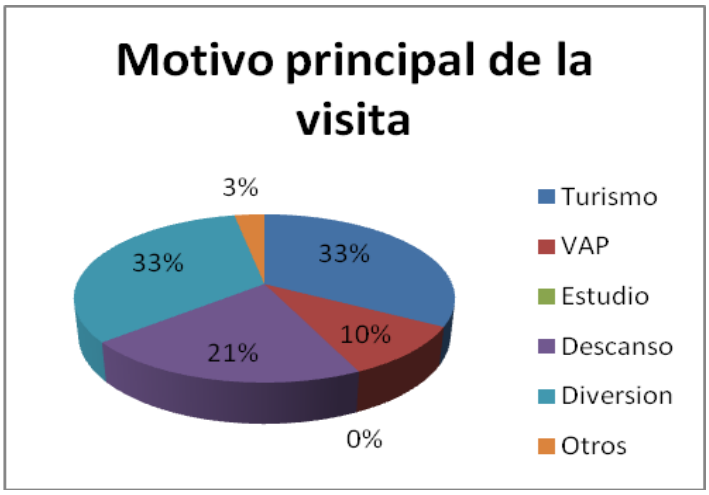
Por otro lado con el 26% los turistas que visitan la ciudad lo hacen en compañía de su familia, y el 24% en pareja, siendo que muchos de éstos lo realizan no sólo en compañía de un único grupo sino que suelen mezclarse, es decir, viajan en familia, en pareja, o con amigos pero suelen viajar en conjuntamente.

Por otro lado, con el 16% muchos de los visitantes realizan su viaje de manera individual, es decir solos, ya que muchos de los encuestados aclaran que en viajes de estas características suelen hacerse amigos durante el recorrido y con quienes comparten posteriormente dichas experiencias.

Finalmente el 6% de los encuestados visitó Tilcara a través de un tour (grupo de viaje), acompañados por un guía y generalmente sin pernocte en el destino.

2. Motivación del viaje

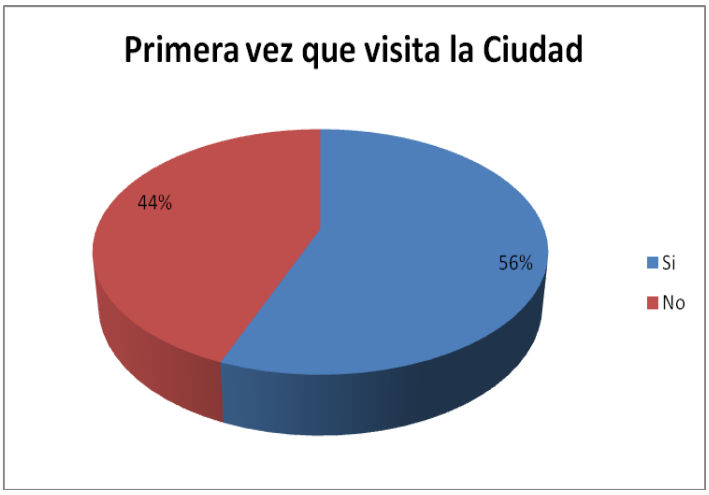
f) Motivo principal de visita



En lo que refiere a la motivación principal del viaje, el 33% de los turistas llegó al destino con las intenciones de visitar y conocer el pueblo (Turismo), la Quebrada de Humahuaca, sus paisajes y sus pueblitos; por otro lado llegan en busca de diversión (33%), de participar y disfrutar del carnaval norteño; mientras que el 21% llegó al lugar en busca de descanso, intensiones que no fueron concretadas ya que el destino se encontraba en pleno festejo y celebración del carnaval. Finalmente el 10% llegó a Tilcara para visitar a familiares y/o amigos, siendo que muchos de ellos tienen su familia en el pueblo y por cuestiones personales o laborales migraron a la ciudad de San Salvador de Jujuy (principalmente) u otra ciudad.

Por otro lado varios de los visitantes y turistas combinan varias motivaciones, ya sea VAP (Visitas a amigos y parientes) con turismo, diversión o descanso.

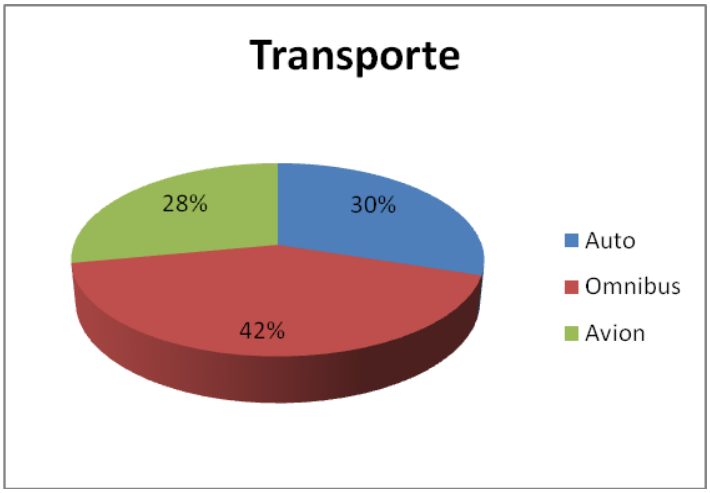
g) Frecuencia de visita a la ciudad



Del total de los 50 turistas encuestados, se puede observar que, el 56% de los mismos era la por primera vez (en marzo del 2011) que visitaba el destino. Por otro lado el 44% restante ya conoce el pueblo, siendo que la mayoría frecuenta el destino entre 1(una) a 4 (cuatro) veces al año. Muchos de ellos retornan al lugar ya que cuentan con familiares o amigos en el mismo; otros tienen su residencia próxima a la Quebrada de Humahuaca, y por dicho motivo la eligen como lugar de paseo o de estadía.

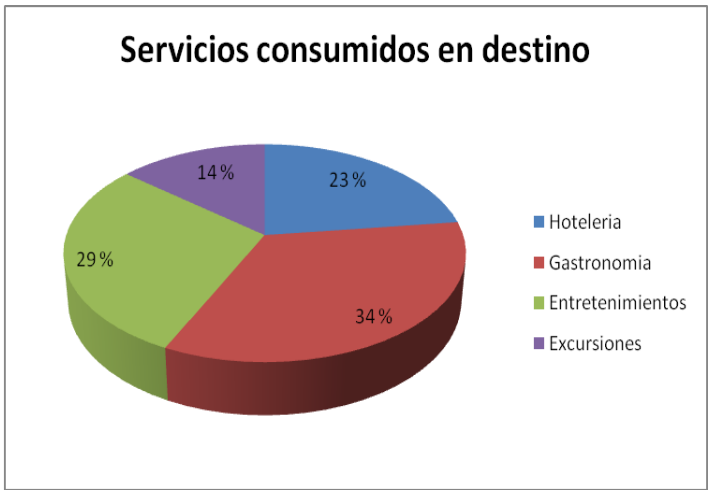
3. Gustos y preferencias

h) Medio de acceso



El principal medio de acceso hasta destino con un 42% es el ómnibus, colocándose con un 30% en segundo lugar el auto y en menor medida con el 28% el avión.

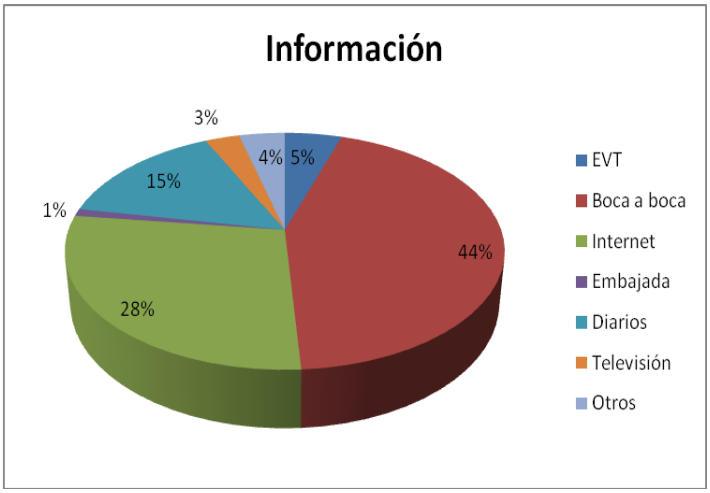
i) Servicios consumidos



En lo que respecta a los servicios consumidos en el destino por los turistas se destaca con el 34% la gastronomía, ya que muchos de los visitantes solo utiliza el destino (e incluso la Quebrada de Humahuaca) como centro de excursión (el 14%) permaneciendo en el mismo por horas (2/3 Horas) y luego retorna a la capital de la provincia e incluso a la ciudad de Salta. Por otro lado con el 29% el segundo servicio más consumido por los turistas son los entretenimientos, entendiéndose a estos como el ingreso a la “Peña de Los Tekis”, ya que el grupo folklórico jujeño realizó shows el sábado 5 y el domingo 6 de Marzo en el municipio de Tilcara.

Con el 23% se ubica el alojamiento (hotelería), siendo que 86% de los encuestados pernoctan en el destino, y la estadía promedio de los mismos es de 3 a 4 noches. Finalmente por el 14% la contratación de excursiones en destino como cabalgatas, rappel, trekking, Sandboard, etc.

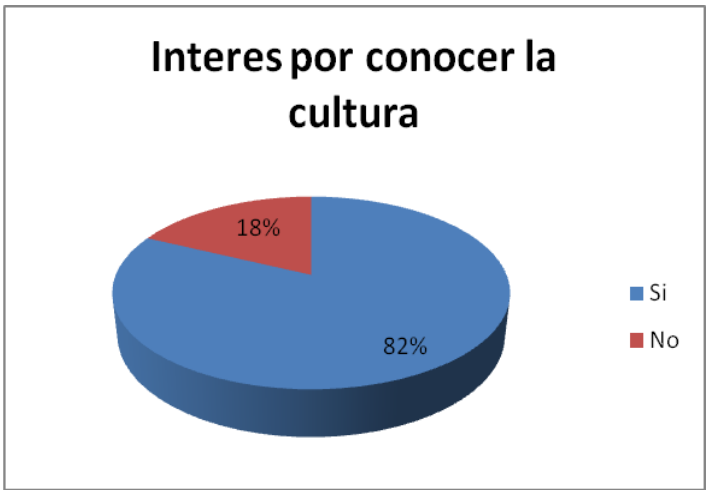
j) Medio por el que se informó sobre el destino.



Como puede observase en el gráfico, el principal medio a través del cual los turistas se informan sobre el destino es el famoso “boca a boca”, ya sea por familiares, amigos y/conocidos con el 44% del total de los encuestados. Seguido con el 28% Internet como medio a través del cual los turistas conocen Tilcara. Se puede decir que actualmente Internet funciona como una herramienta de promoción y publicidad para la actividad turística consiguiendo llegar a diversos lugares y destinos. Por otro lado con el 15% los encuestados se informaron sobre la ciudad a través de Diarios y Revistas.

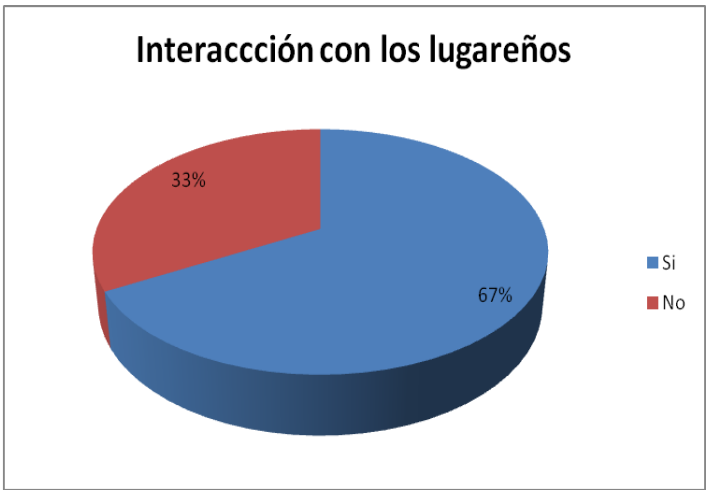
Finalmente en menor medida con el 5% se encuentran las agencias de viajes y turismo, con el 3% los medios de comunicaciones (televisión) que cumplen el papel de informar y promocionar el país; con el 1% las Embajadas Argentinas en los distintos países emisores de turistas a nuestro país, y con el 4% otros medios, en este caso argumentan que fue por trabajo y otras posibilidades a través de las cuales los turistas tomaron conocimiento sobre el destino, también se encuentran dentro de este grupo las guías de viajes, libros y universidades.

k) Interés por la cultura local



Por otro lado siendo que el TURISMO es uno de los principales motivos por los cuales los turistas llegan al destino, el hecho de conocer y contemplar paisajes naturales y lugares históricos, el 82% de los encuestados se interesa por conocer la cultura del Noroeste. Por otro lado con el 18% de los turistas expresa no interesarte por la cultura local.

l) Intereacción con los lugarños para un mejor entendimiento de la Cultura



Siendo que el 82% de los encuestados se interesa por conocer la cultura local, el 67% de los mismos interactúa con los lugareños para un mejor entendimiento y comprensión de las prácticas y costumbres del Noroeste Argentino. El 33% del los encuestados expresa no interactuar con la gente del lugar.

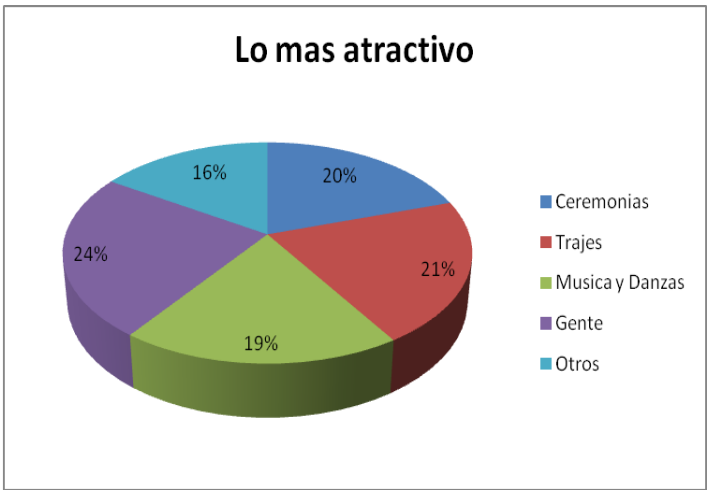
4. Percepción del Carnaval

m) Carnaval como motivo principal de visita

En el gráfico se puede observar que uno de los principales motivos de visita al destino en marzo del 2011 fue la asistencia y participación en la celebración del Carnaval de la Quebrada de Humahuaca, siendo que el 66% de los encuestados se encontraban en la región por dichos festejos, siendo que solo el 34% fueron por otros motivos, pero mismo así, estuvieron observando e incluso participando del carnaval.

Aquellos que expresan que el carnaval del noroeste fue el principal motivo de su visita a la región, fueron turistas en busca de la alegría norteña que contagia a quien visita la Quebrada para participar de los festejos, los cuales convocan a todos a mover los pies, soltar los brazos, saltar, cantar y participar de verdad de esta fiesta, en donde la única palabra que prevalece es una sola: diversión.

n) Lo más atractivo del Carnaval



En relación a lo que más atrae y llama la atención a los turistas que observan y participan de los festejos del singular carnaval, se destacan con el 24% los mismos partícipes de la celebración (lugareños), en donde las personas salen a las calles disfrazadas y bailan frenéticamente al ritmo de los sikus, el erquencho y el charango, al lado de los tradicionales “diablitos”.

Con el 21% se encuentran en segundo lugar como lo más atractivo de los carnavales sus trajes, ya que sus participantes visten con llamativos colores, espejos, lentejuelas; usan máscaras con grandes ojos y un agujero en la boca para tomar chicha. Además portan cascabeles y hablan con voz aguda para que nadie los reconozca. En las calles también se pueden ver personas disfrazadas de doctor, varias mujeres de gitanas. También se ven mujeres collas vistiendo su indumentaria tradicional con sombrero ovejón, coloridos pompones, manta para sostener a la “guagüita” sobre la espalda y ojotas de cuero crudo.

Los diferentes momentos del carnaval (ceremonias) son con el 20%, otros de los componentes que atraen tanto a los turistas como a los visitantes. Entendiéndose como ceremonias a: Jueves de Compadre y Comadre; el Desentierro (donde se desentierra el “pujllay” sepultado el año anterior y estruendos retumban abriéndole simbólicamente las puertas al diablo para que

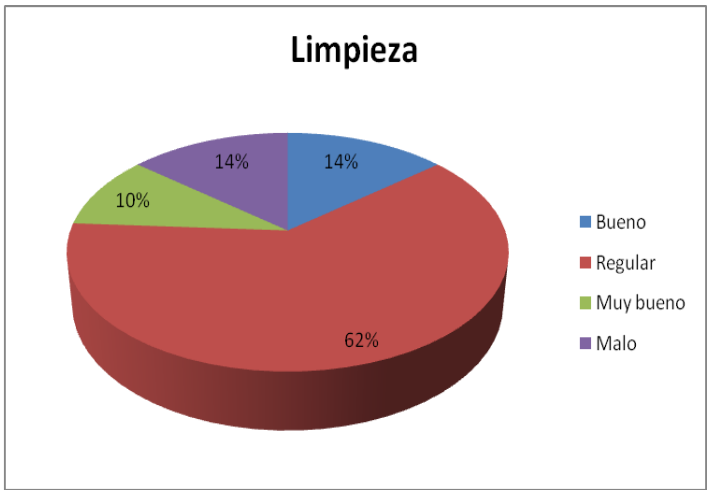
salga a divertirse entre la gente) donde de inmediato aparecen por todos lados los diablos y las comparsas desciende del cerro bailando carnavalitos, y en lugar de agua (como se arroja en la mayoría de los carnavales), aquí se arroja talco , a tal punto que todas las prendas quedan blancas, y la fiesta dura 8 días; finalmente llega el Entierro, después de 8 días de bailar, tomar y comer sin límites, la fiesta concluye con el entierro del Carnaval. Cada comparsa se dirige a su mojón donde se enciende una gran fogata junto a la “apacheta” y se entierra al pujllay.

Posteriormente con el 19% la música y sus danzas son otros de los elementos centrales y atractivos del Carnaval. Los celebrantes forman comparsas y bailan recorriendo las calles al compás de charangos, anatas, bombos, quenas, cajas, erkes y erkenchos, entre otros instrumentos autóctonos, cantan sus coplas y hacen sus ruedas de caja. El carnavalito es la danza que predomina en los festejos, la misma es bailada en toda la Quebrada de Humahuaca, es una danza colectiva, prehistórica (de origen incaico) compuesta por rondas, serpentinas, filas, alas, puente, molino, canasta, rueda, calles, desarme, caracol y final, y cuyo paso se trata de un trotecito ágil (no violento ni saldando).

Finalmente con el 16%, el descontrol y la diversión que se origina a lo largo de la celebración es otro de los elementos que llaman la atención a los turistas. Se puede observar a lo largo de los días, la conducta de los participantes, quienes en su mayoría, puede percibirse que no son lugareños, los cuales participan y festejan a su manera, perturbando y distorsionando la verdadera esencia del carnaval humahuaqueño; siendo que los lugareños conmemoran esta tradicional fiesta norteña, cada año disfrutándola y respetándola como debe ser.

5. Nivel de Satisfacción del Destino

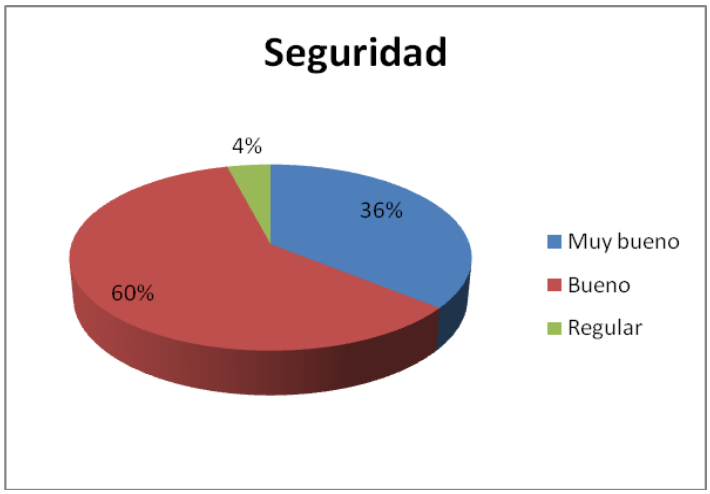
o) Limpieza



Para analizar el nivel de satisfacción del turista se tomaron diferentes aspectos para conocer como perciben la ciudad de Tilcara. Uno de ellos fue la limpieza, respecto a esta el 62% la consideró como regular, se debe tener en cuenta que las encuestas se realizaron en pleno festejo el carnaval, donde la ciudad se encontró desbordada de turistas y por ende sus calles se hallaban repletas de envases de “rey momo” (elemento muy utilizado en esta fiesta), embases de botellas (principalmente de alcohol), entre otros residuos, lo cual condicionó la respuesta del visitante (si era recién llegado y su primer visita en la ciudad) como ocurrió en muchos casos.

El 14% del total de los encuestados, consideraron por un lado la limpieza de la ciudad como mala, por los mismos motivos expresados anteriormente; por otro lado, un 14% la consideró buena, siendo que éstos junto con el 10% restante los turistas entrevistados la consideraron muy buena, ya que muchos de ellos suelen ser visitantes frecuentes de la Quebrada de Humahuaca, y conocen la realidad por la que atraviesa la región en épocas de carnaval.

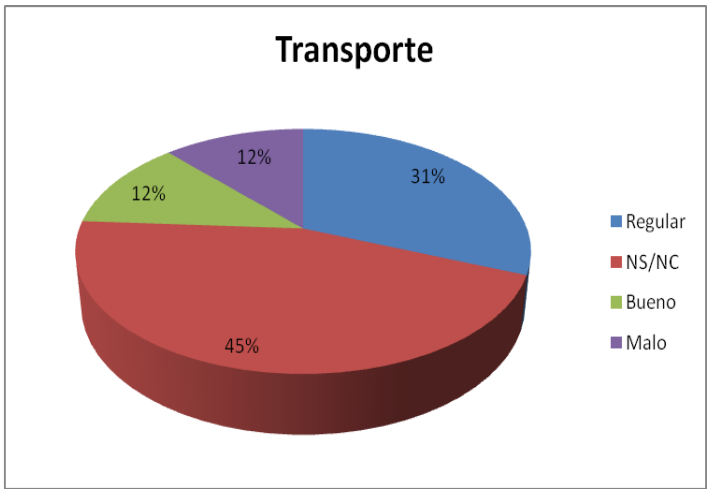
p) Seguridad



La seguridad es otro de los aspectos tomados en cuenta para analizar la percepción de la ciudad de parte de los turistas.

El 60% de los encuestados consideró que la seguridad es Buena, el 36% muy buena, y sólo el 4% la consideró regular. Puede percibirse que la ciudad es general es considerada por sus visitantes como un destino seguro, siendo que ninguno de los encuestados expresó haber sido víctima ni de robos ni hurtos y declara sentirse tranquilo en el lugar. Quienes consideraron la seguridad del destino regular, argumentaron que fue a raíz de los disturbios que se generan entre diferentes grupos durante los festejos (peleas entre lugareños, hippies y turistas).

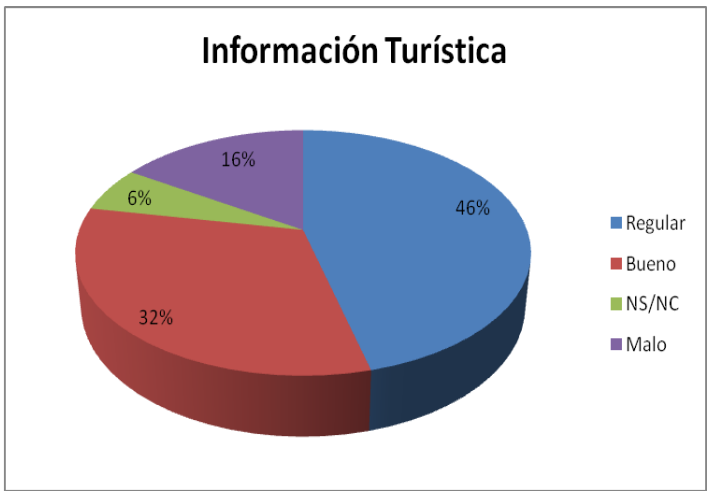
q) Transporte



Con respecto al transporte interurbano (ya que la ciudad no cuenta con transporte público) que ofrece la ciudad, el 45% de los turistas lo expresó no saber sobre el mismo. Es difícil determinar la evaluación de los turistas respecto de este aspecto, puesto que muchos de ellos llegaron al destino en automóvil lo que les imposibilitó el uso de buses o micros interurbanos. Por otro lado un 31% lo consideró regular y otro 12% lo calificó como malo, puesto que a pesar de que las empresas de transportes aumentaron su flota e incrementaron sus frecuencias y escalas desde la ciudad de San Salvador de Jujuy hacia la quebrada, la cantidad de turistas que se movilizó durante ese período superó la disponibilidad de los transportistas. Muchos expresaron que debieron viajar parados en los pasillos de los buses mismo habiendo abonado el boleto correspondiente; otros se molestaron ya que las frecuencias de las buses no eran continuas y debían esperar por en las terminales largas horas.

Finalmente el 12% restante de los encuestados consideró el transporte como bueno.

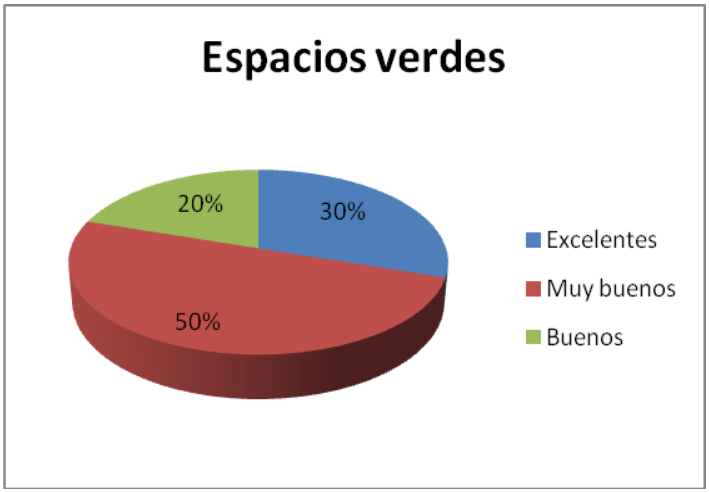
r) Información Turística



En relación con la información turística, el 46% de los turistas consideró quela misma es regular, ya que la Dirección de Turismo de la ciudad (único puesto donde puede pedirse información turística) se encontraba cerrada en

algunos momentos del día, y cuando se encontraba abierta al público no contaban con la folletería necesaria ni la información correcta; el 32% consideró la información turística como buena, algunos turistas consideraban esto teniendo en cuenta la información disponible en internet, las guías turísticas y plano que tenían e inclusive la información que le brindaban los residentes a la hora de guiarlos y orientarlos en su recorrido por la ciudad. Un 16 % consideró que la información turística es mala, esto se debe a que muchos de los visitantes manifestaron la falta de puestos de información turística o falta de personal capacitado para guiarlos o esclarecer dudas. Finalmente el 6% de los encuestados no respondió la pregunta (NS/NC) ya que manifestó que no necesitaba información para desplazarse por la ciudad.

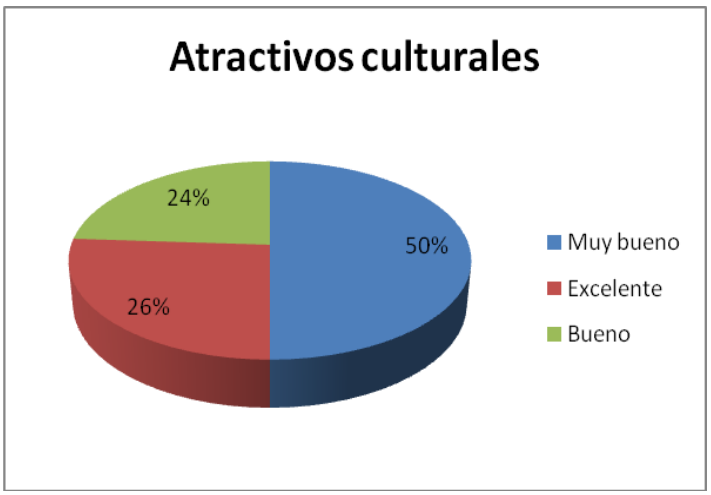
s) Espacios verdes



El 50 % calificó a los espacios verdes de Tilcara como muy buenos, hay que destacar que no sólo Tilcara, sino la Quebrada de Humahuaca en general, posee una riqueza natural y paisajística impresionante. Por otro lado el 30% considera los espacios verdes como excelentes y finalmente el 20% como bueno.

Vale la pena destacar la belleza y variedad de este valle montañoso con sus cerros coloridos, sus ríos, su fauna y vegetación, elementos importantes y atractivos para todos aquellos que visitan la región.

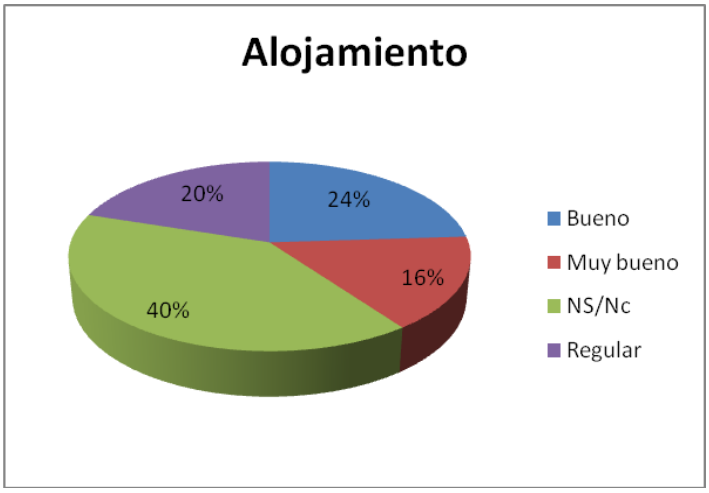
t) Atractivos Culturales



En cuanto a los atractivos culturales que ofrece la ciudad, el 50% considera que la misma es muy buena y variada, mientras que el 26% la calificó como excelente y el 24% restante de los encuestados considera que los atractivos culturales de Tilcara son buenos. Resaltan como importante la carga histórica que presenta la Quebrada, ya que la misma cuenta con años de historia y han atravesado por la misma diferentes civilizaciones (incaicas, prehispánicas, españolas, etc) y fue escenario de diferentes acontecimientos históricos. No solo en la ciudad (con su visita obligada al famoso Pucará de Tilcara y sus museos), sino la región se encuentra cargada de sitios arqueológicos y de edificios, capillas e iglesias históricas, sumado a su patrimonio intangible como son sus fiestas, ritos, creencias, arte y ceremonias tradicionales.

Se puede decir que la magnífica combinación de impresionantes ***paisajes, creencias, arte, ceremonias*** y restos arqueológicos en el Noroeste Argentino es un rasgo distinguido, aceptado y atractivo por la mayoría de los turistas que visitan la ciudad.

u) Alojamiento

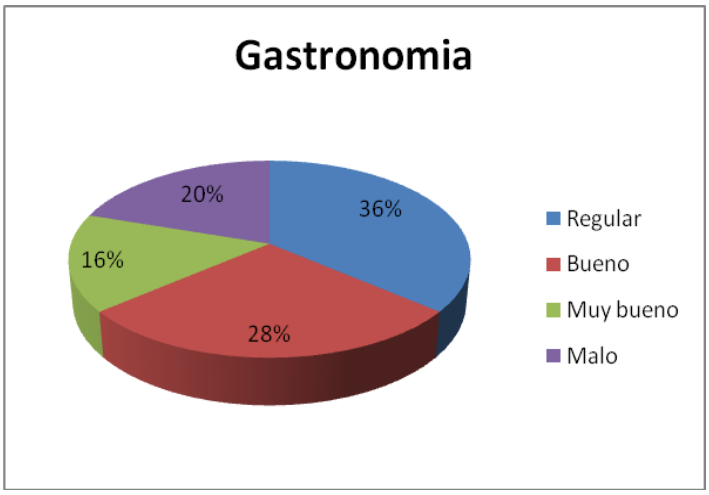


En relación a la oferta hotelera de Tilcara el 40% de los turistas encuestados no pudo responder sobre la calidad de este servicio, ya que los mismos no pernoctaban en la localidad. Esto se debe a muchos de ellos son visitantes o excursionistas, y por dicho motivo no pernoctan en el destino.

Por otro lado el 24% de los encuestados considera a la misma como buena, mientras que el 20% la califica como regular, y solo el 16% conceptúa a la oferta hotelera de la ciudad como muy buena. Si bien la oferta hotelera de la ciudad de Tilcara es amplia y variada, todos los establecimientos cuentan con los servicios básicos, aumentando sus servicios según la categoría de cada establecimiento.

El destino cuenta con hotelería de 5 (cinco) a 1 (una) estrella, pasando también por hosterías, posadas, casa de familia, albergues juveniles, campings, etc. Siendo que el principal inconveniente de todos los establecimientos, sin discriminar categoría alguna, fue la falta de agua debido a la sobrecarga en el destino, ya que la infraestructura de la localidad no se encuentra preparada para la gran demandan de turistas que visitaron la ciudad.

v) Gastronomía



En lo que respecta a la gastronomía que ofrece la ciudad, la misma cuenta con gran variedad, destacándose la gastronomía argentina principalmente, siendo que la misma se enfatiza por combinar ciertos usos e ingredientes de la culinaria italiana, española, criolla, indígena (de los distintos pueblos originarios, sobre todo los de esta región).

Si bien el 36 % de los encuestados la calificaron como regular y otro 20% como mala, esto correspondió a la falta de comida que existió en la ciudad, ya que los establecimientos gastronómicos se vieron desbordados ante la cantidad de personas que pretendían almorzar o cenar en el destino; así como existieron inconvenientes con el alojamiento (principalmente con el agua), la falta de desarrollo de la infraestructura de la ciudad se hizo notar ante la llegada masiva de turistas, ya que no solo fue la falta de " lugares o mesas" en los establecimientos (siendo que si se toma a esto como el problema sería una falla de la planta turística), sino también la falta de comida no sólo en restaurantes sino también en almacenes y mercados fue notable.

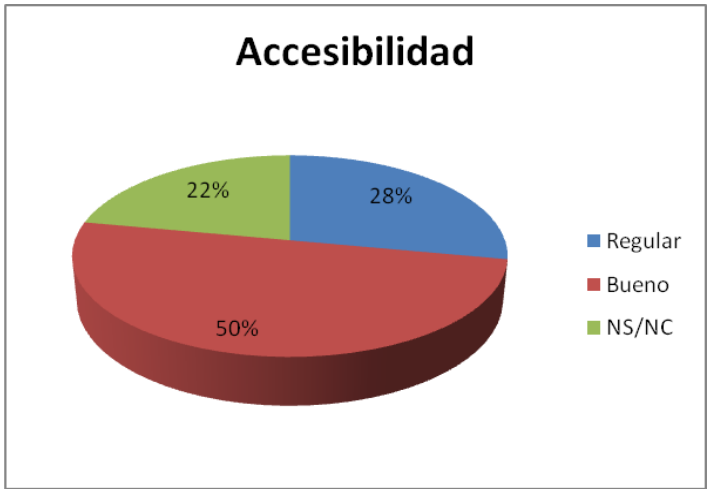
El 28 % de los encuestados calificó la gastronomía como buena y el 16 % restante como muy buena, destacando las reconocidas empanadas de carne, de queso y cebolla (especialidad de las casas gastronómicas del noroeste argentino). Si bien existe aquí, como en casi todo el resto del país, una importante presencia de ganadería vacuna, toman relevancia otros animales en

esta región: los autóctonos (camélidos, y en especial la llama), siendo que con todos estos animales, además de embutidos, guisos, pucheros, empanadas y asados se prepara charqui.

Otro plato típico de la región (si bien difundido a todo el país) es el locro (un suculento guiso preparado principalmente con granos de maíz y porotos), considerado casi como el plato nacional argentino. Por otra parte, en esta zona es frecuente la preparación de tamales y humitas en chala. Otras especialidades culinarias de esta región argentina son los alfeñiques y el pastel de choclo.

Finalmente un postre simple típico del Noroeste Argentino es el quesillo de cabra con miel de caña o con dulce de cayote, bien aceptado por la mayoría de los turistas que visitan la ciudad.

w) Accesibilidad

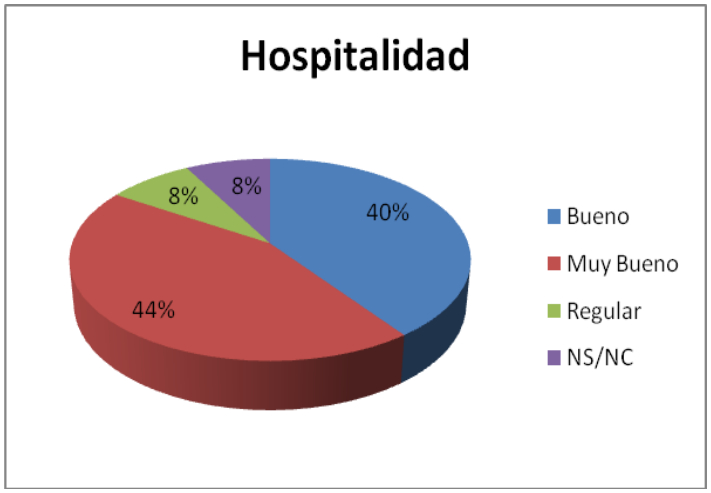


En lo que se refiere a la accesibilidad del destino, el 50% de los encuestados encuentra a la misma como buena ya que la ciudad cumple con los requisitos para cubrir las necesidades básicas para el desplazamiento de los turistas por la misma, siempre siendo conscientes de que son destinos sentados en una quebrada. El otro 28% califica a la misma como regular, ya que que las calles y los ingresos a establecimientos gastronómicos, hoteleros, museos, tiendas son estrechos; las veredas son pequeñas y de tierra, lo que dificulta el

desplazamiento de aquellas personas que tienen movilidad reducida.

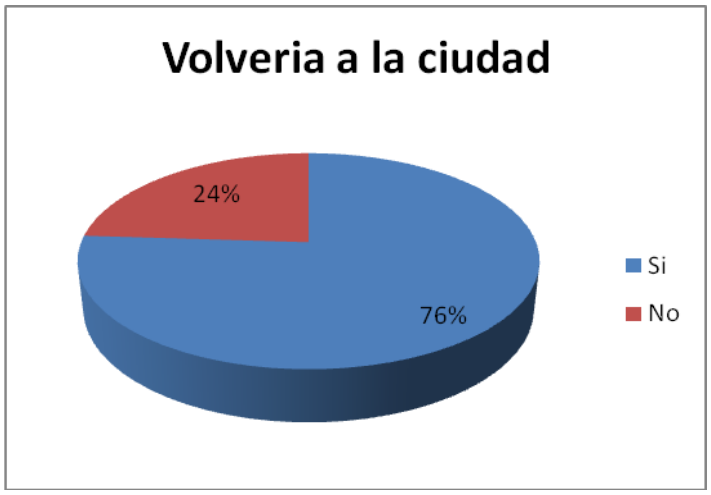
Finalmente el 22 % no respondió (NS/NC), ya que muchos de los turistas no comprendieron a que se refería el tema de accesibilidad por dicho motivo no respondieron este ítem de la encuesta.

x) Hospitalidad



En cuanto al nivel de satisfacción en relación con la hospitalidad por parte de la comunidad local de la Ciudad de Tilcara el 44% considera a la misma muy buena ya que gran parte de los residentes intentan ayudarlos y guiarlos en lo que están buscando o necesitando, mismo teniendo obstáculos con el idioma, siendo que el 40% la encuentra buena, ya que algunas de las personas encuestadas resaltan la falta de predisposición de algunos comerciantes en la atención; con un 8% los encuestados la califican como regular ya que los lugareños muchas veces se niegan a atenderlos en algunos establecimientos (principalmente gastronómicos), y con el 8% final los turistas no calificaron este aspecto ya que dicen no haber tenido contacto con los tilcareños hasta el momento.

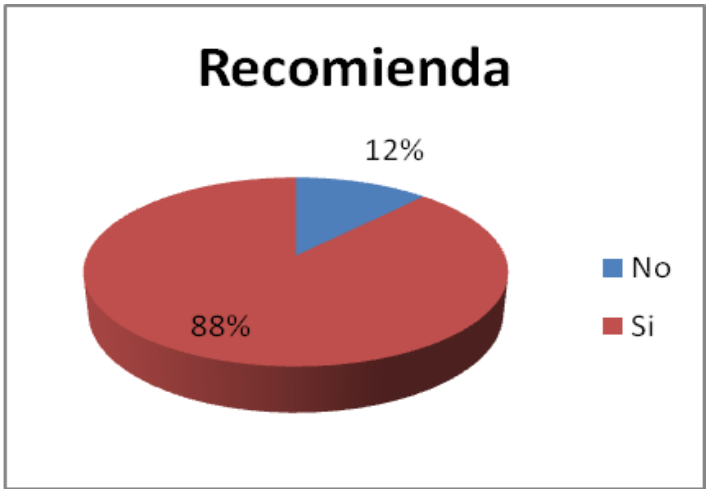
y) Regreso a la ciudad



El 76 % de los encuestados volverían a la Ciudad de Tilcara, muchos de ellos destacan que pretenden volver a festejar otro carnaval norteño, o visitar el destino en otra oportunidad que se encuentre con tanta movilización y así poder recorrer y conocer la ciudad desde otra perspectiva.

Por otro lado el 24 % de los encuestados expresa que no volvería a la ciudad, principalmente por el descontrol y disturbios que hay en la ciudad durante ese periodo. La falta de agua, de comida y de combustible son otros de los motivos por los cuales muchos de los visitantes no volverían a Tilcara.

z) Remendaría el destino



Como puede verse en el último gráfico, el 88% de los turistas encuestados recomendarían el destino, ya que consideran al mismo atractivo, interesante, accesible, con variedad de oferta turística.

Más allá de la paleta de colores que exhibe esta tierra a lo largo de toda la Quebrada, este pequeño pueblo también es llamativo por su trazado urbano, y sumado a la naturaleza del lugar se le suman la combinación de una interesante historia con tradiciones ancestrales muy particulares, ya que aquí es posible encontrar arquitecturas ancestrales, fortalezas indígenas, cavernas prehistóricas (vestigios de antiguas civilizaciones), museos, iglesias, casas históricas y su feria artesanal dispuesta para que el turista se lleve un recuerdo autóctono.

Finalmente el 12% que no recomendaría el destino expresa que en carnaval no es el momento apropiado para visitar la Quebrada de Humahuaca, ya que ante los festejos no se puede recorrer no visitar tranquilo Tilcara, pero que si lo recomendarían en otra época del año.

ANÁLISIS DE DATOS

Encuestas a los Residentes de la ciudad de Tilcara

Tablas de estadísticas y Gráficos

A continuación se presentará la tabulación de los datos obtenidos en la salida de campo, la confección de gráficos y su respectivo análisis.

El total de encuestas obtenidas fue de 50 encuestas a residentes.

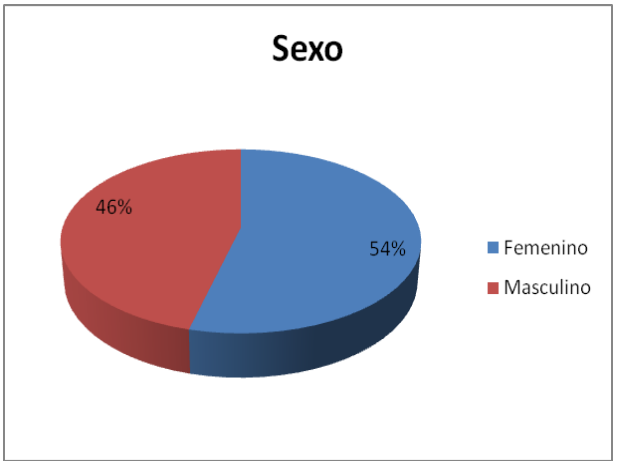
La información se presenta en cinco (4) diferentes variables:

- Perfil del Residente (Sexo/Género; Grupo Etario; Profesión/ Ocupación)
- Tiempo de residencia en la Ciudad; Gustos y Preferencias de la ciudad
- Participación y percepción del carnaval
- Percepción del Turismo

Teniendo en cuenta la información recolectada de las encuestas realizadas en la Ciudad de Tilcara entre los días 05 y 08 de Marzo del 2011, se pueden deducir las siguientes conclusiones:

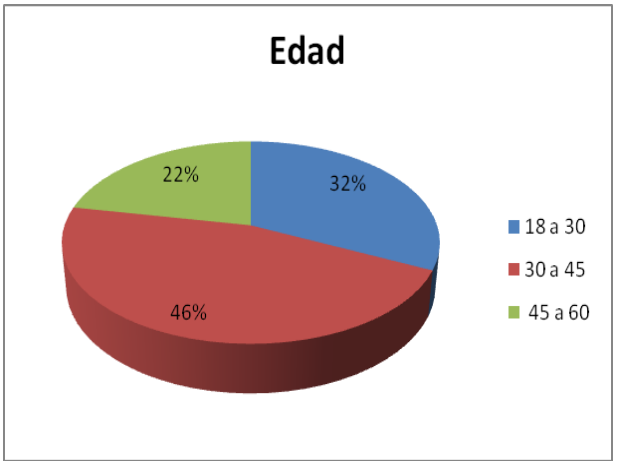
1. Perfil del Residentes

a) Género Predominante



Del total de los residentes entrevistados, durante el Carnaval 2011, se puede decir que fueron en su mayoría MUJERES con un total de 54 %, siendo con el 46 % restante fueron los HOMBRES quienes respondieron las preguntas para la investigación.

b) Grupo Etario



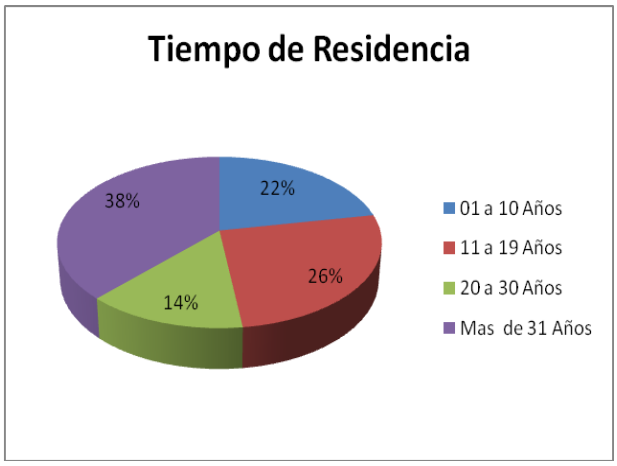
En cuanto al grupo etario de los residentes, oscila entre los 30 – 45 AÑOS con el 46%, siguiéndole con el 32% el grupo etario de 18 a 29 años, y

finalmente en menor medida con el 22% turistas entre 45 a 60 años.

Se puede observar los residentes del destino pertenecen a la población económicamente activa, siendo los comerciantes, artesanos, agricultores y amas de casa los principales oficios de los residentes de las ciudad.

2. Gustos y preferencias

c) Tiempo de residencia en la ciudad



En cuanto al tiempo de residencia de los habitantes de la ciudad, se puede observar que el 38% de los encuestados hace más de 31 años que reside en el destino. Con el 26% quienes viven en Tilcara se encuentran aquí hace 11 - 19 años; se puede observar, con el 22%, la cantidad de personas que migraron a la ciudad en el último tiempo, ya que su tiempo de residencia en el destino se encuentra entre 01 a 10 años.

Finalmente con el 14% de los encuestados radica en el destino entre 30-20 años. Se puede deducir entonces, que la mayor parte de los residentes de la ciudad son nativos de la ciudad, pero una gran ola migratoria se encuentra poblando cada vez más la ciudad de Tilcara.

La mayor parte de los encuestados considera que lo más atractivo de la ciudad es la gente del lugar, su forma de vida, sus costumbre, la tranquilidad y el ritmo de vida que se lleva. El ambiente geográfico que la rodea es otro de los aspectos que los mismos residentes del destino consideran como atractivo y

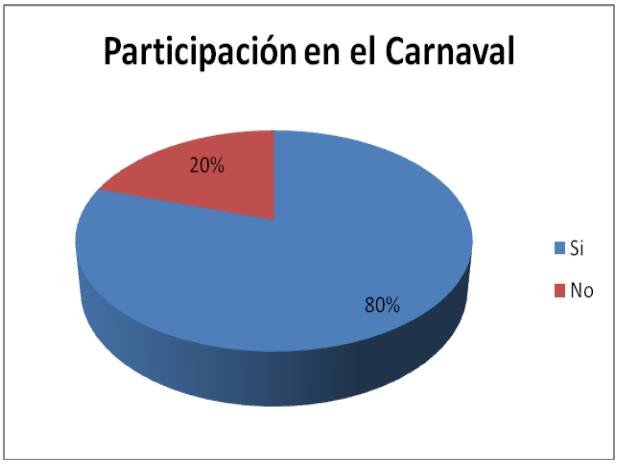
llamativo, resaltando el colorido de sus cerros y su vegetación.

En cuanto a lo que menos hallan atractivo o menos les gusta son los problemas ocasionados con la llegada de los “hippies”, ya que consideran que a partir de la llegada de estos grupos la ciudad comenzó a ser gobernada por el descontrol y las drogas, problemas que hace algunos años no ocurrían. Expresan que dichos grupos son los generadores de disturbios en las calles, principalmente en la Plaza Principal (peleas y discusiones entre los pobladores originarios y los hippies), ya que pretenden comercializar sus productos arrojados en el suelo (productos que no coinciden con la personalidad y naturaleza de la región) sin pagar los stands provistos por la Municipalidad Indígena de Tilcara.

La falta de agua y de alimentos durante la llegada masiva de turistas (Enero Tilcareño y Carnaval principalmente), son otros de los aspectos que los residentes consideran que deben ser modificados. Sumado a los disturbios que generan los visitantes y turistas en la ciudad, ya que los mismos dañan la ciudad, arrojando residuos en las calles, destruyendo las plazas, acampando no se debe, haciendo sus necesidades fisiológicas en cualquier lugar.

3. Participación y percepción del Carnaval

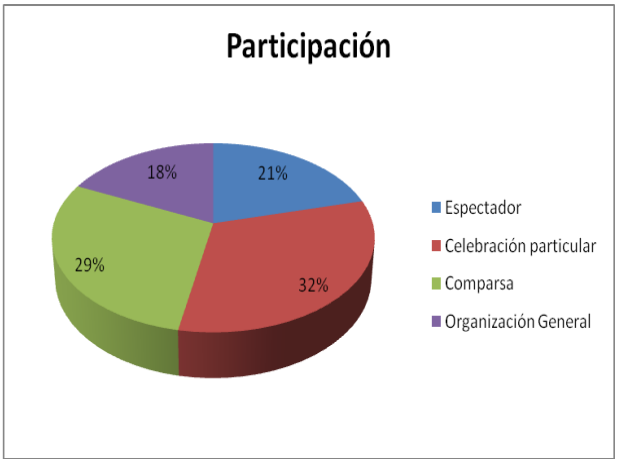
d) Participación en el Carnaval 2011



El 80% de los residentes encuestados expresa participar del carnaval, ya sea formando parte de la organización, comparsa o como espectador.

Siendo que solo el 20% expresa no participar de la celebración por motivos varios.

e) Modo de participación



En cuanto a la forma de participación en la celebración del Carnaval, el 32% de los encuestados expresa que los festejo de dicha fiesta los realiza de manera personal y privada con su familia, si bien participa como espectador observando los festejos de las diferentes comparsas de la ciudad, prefieren realizar esta celebración íntimamente con su familia y amigos cercanos.

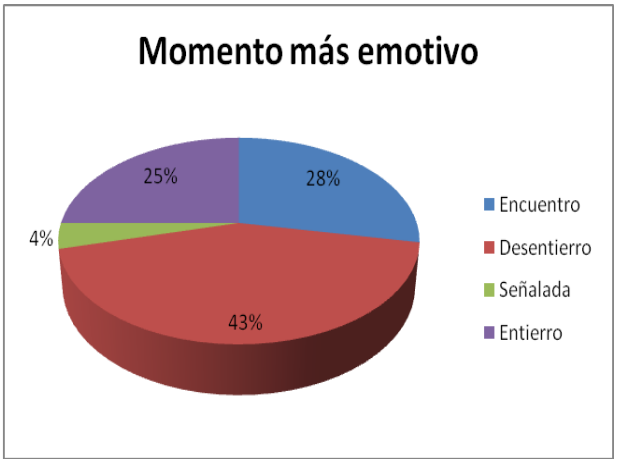
Con el 29%, los residentes de la ciudad celebran el carnaval participando de alguna de sus comparsas, dentro de las cuales se destacan Pocos pero Locos, Los Pechas Pechas, Los Caprichosos, Los Ahijaditos, Los Alegres de Malka, etc.

Si bien se dice que el carnaval es una fiesta en la que todos participan y en donde las clases y condiciones sociales desaparecen, el 21% participa del festejo como espectador. Finalmente el 18% forma parte de la organización general de la celebración, la mayoría de los mismos trabajan en la Municipalidad Indígena de Tilcara, siendo que dicho organismo es el encargado de la organización y auspiciante del Carnaval.

f) Motivos por los que no participó

Aquellos encuestados que expresan no participar de la celebración del Carnaval explican con el 47% que el motivo por el cual no forman parte del festejo es por trabajo (comercio, alojamiento, restaurante), el 37% no participa por falta de interés frente a esta costumbre, le da igual estar o no en sus festejos; y el 16% expresa que no comparte dicha costumbre.

g) Momento más emotivo del Carnaval



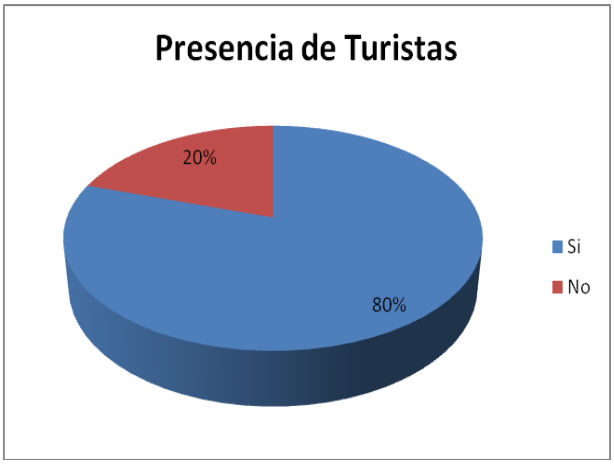
En cuanto al momento más emotivo del Carnaval, para el 43% de los encuestados coincide que el Destierro es el momento más esperado y emotivo de la celebración, instante donde la alegría y la diversión comienza a reinar en

cada uno de los participantes; con el 28% el Encuentro de Compadres y Comadres es otro los momentos especiales para los residentes de la ciudad. Con el 25% el Entierro del Carnaval es considerado emotivo para los residentes de la ciudad, a diferencia del Desentierro que es el momento de alegría y diversión, el Entierro del carnaval es triste ya que se entierra el Pujllay hasta el próximo año. Finalmente con el 4% consideran que la Señalada es llamativa e importante durante la celebración del Carnaval.

Los oriundos de la ciudad de Tilcara expresan que el Carnaval es importante para ellos ya que es el momento en donde el pueblo festeja de manera comunitaria, es una fiesta del pueblo para el pueblo, en donde los prejuicios y las diferencias no existen, todos son iguales, y gobierna la alegría y diversión.

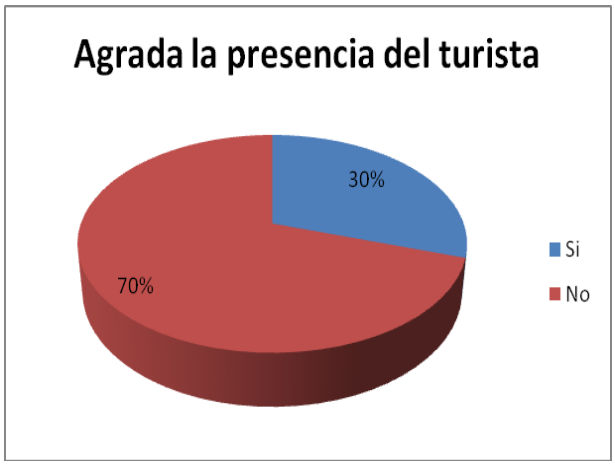
4. Percepción del Turismo

h) Presencia de Turistas



En cuanto a la presencia de turistas durante el Carnaval, el 80% de los residentes expresó haber percibido la existencia de los mismos, siendo que el 20% restante dijo no estar al tanto de la llegada de dichos visitantes, fundamentando que últimamente la ciudad cuenta cada vez más con personas que no son nativas de la región.

i) Simpatiza presencia de turistas



El 70% de los residentes confesó que no le agrada la presencia ni participación de los turistas en la celebración del Carnaval, ya que consideran que los mismos desvirtúan y faltan el respeto a las prácticas y costumbres propias de la celebración. Muchas veces son agresivos en el momento de jugar con talco y con la espuma, arrojando dichos elementos en los ojos de otras personas de manera grosera, situación que dista muchísimo de la original en donde el talco es colocado sobre la cabeza del participante y deslizado de manera suave con la mano hacia el rostro.

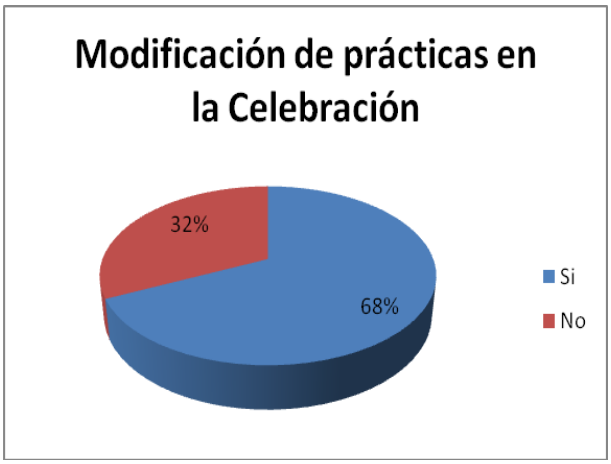
Po otro lado el 30% de los residentes expresó estar de acuerdo con la llegada de estos visitantes y con su participación en el Carnaval.

j) Respeto por las prácticas

Así como el 70 % de los encuestados confesó no agradarle la presencia de

los turistas durante la celebración del Carnaval, el 82% de los residentes considera que los turistas no respetan las prácticas de la celebración y desvirtúan la esencia de dicha costumbre. Solo el 18% de los encuestados considera que los turistas son respetuosos frente a esta celebración.

k) Modificación en el Carnaval



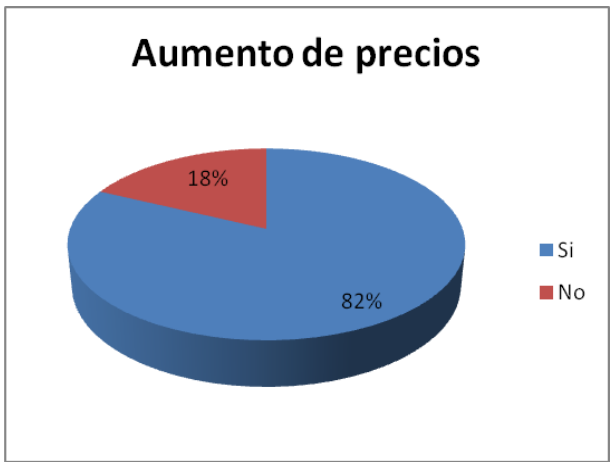
El 68% de los encuestados considera que a lo largo del tiempo las formas y las prácticas de la celebración del Carnaval fueron modificándose; en contraposición con el 32% restante que considera que las prácticas siguen siendo las mismas, hay que tener en cuenta que gran parte de los “residentes” de la ciudad no son originarios de la región, sino que llegaron hace algunos años y se radicaron en Tilcara.

Por otro lado el 68% que opina que fue modificándose esta celebración, atribuye dichos cambios a la llegada de personas “extrañas y ajenas” a la región, expresando que son ellas quienes distorsionan la verdadera esencia del Carnaval, ya que los mismos buscan lucrar con esta costumbre, y no se preocupan por conservarla y preservarla, sino que intentan promocionarla y convertirla en una mercadería atractiva de consumo masivo, lo que los lleva a desfigurar y transformar la verdadera naturaleza de esta práctica ancestral para conseguir agradar y atraer la mayor cantidad de segmentos del mercado.

Otros de los motivos que utilizan los residentes para explicar las causas de dichas modificaciones en el Carnaval, son las llegadas de diferentes grupos a lo largo de la historia, desde la llegada de otros grupos aborígenes a la región

(Incas), luego con la llegada de los colonizadores (españoles), y posteriormente con las sucesivas corrientes migratorias que fue recibiendo la región.

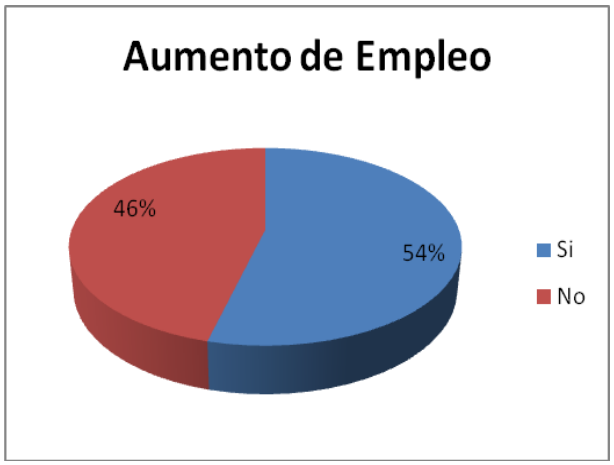
l) Incremento de precios



En relación al incremento de precios durante la celebración del Carnaval, el 82% de los encuestados considera que durante los días de festejo los precios en los comercios aumentan, principalmente el sector alimenticio/gastronómico (bebidas alcohólicas, talco, harina), seguido por la industria hotelera.

El 18% considera que los precios no aumentan durante este periodo, siendo que muchos de los encuestados expresa no consumir determinados productos o servicios generalmente.

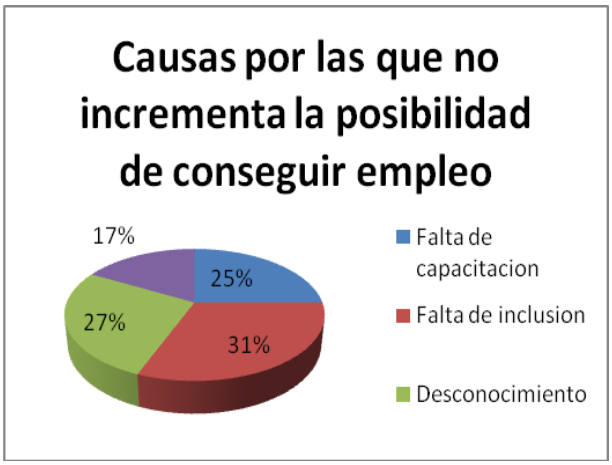
m) Aumento de Empleo



Por otro lado el 54% de los encuestados considera que la llegada del turismo aumentó de empleo en le región, es decir conceptúa a la actividad como una generada de empleo tanto directo como indirecto.

Siendo que el 46% de los residentes considera que el turismo no es una fuente generadora de empleo en la ciudad, ya que gran parte de la mano de obra empleada por los principales emprendimientos no es nativa de la región.

n) Causas por los que se considera que no se incrementa el empleo en la región



Del 46% de los encuestados que considera que el turismo no está incrementando las fuentes de trabajo en la región, el 31% de los mismos expresa que la causa por la cual la población local no se beneficia con la posibilidad de encontrar trabajo es por la falta de inclusión de la comunidad local por parte del sector privado, ya que gran parte de los emprendimientos se encuentran en manos de personas procedentes de otras regiones del país e incluso de extranjeros, quienes contratan mano de obra de afuera (Salta, Buenos Aires, Córdoba, etc.); por otro lado el 27% considera que las causas por las cuales no aumenta la posibilidad de conseguir empleo en la ciudad, se debe al desconocimiento por parte de la población local sobre los beneficios que genera el desenvolvimiento de la actividad turística el empleo.

El 25% de los encuestados atribuye la falta de capacitación por parte de la población local, como la causa por la cual el empleo en la ciudad no se incrementa de la mano de la actividad turística; finalmente el 17% de los

residentes encuestados expresa que algunas de las causas por las cuales la población local no accede a cubrir los puestos de empleo que genera la actividad se debe a que esta actividad presenta condiciones particulares, como por ejemplo su remuneración es baja en comparación con otras actividades y por otro lado su estacionalidad limita a la población local a elegirlo como un puesto de trabajo rentable y beneficioso.

Análisis – Consideraciones Finales.

El Carnaval de la Quebrada de Humahuaca, ha sobrevivido hasta la actualidad y a su vez se ha transformado en un bien de consumo, principalmente para la actividad turística.

Uno de los aspectos más destacados de la historia reciente de la Quebrada de Humahuaca, que comparte con varios lugares de la Argentina, es su crecimiento como destino turístico. El mismo no sólo se debe a su declaración patrimonial, la cual formaba parte de una política turística, sino que dicho crecimiento y la llegada masiva de turistas a la región viene de anteriores décadas.

Recordemos que fue recién el 2 de Julio de 2003, que la UNESCO declara a la Quebrada de Humahuaca "Patrimonio de la Humanidad", en la categoría "Paisaje cultural", lo que quiere decir que el destino, anteriormente a ser reconocido internacionalmente como Patrimonio de la Humanidad, ya recibía la llegada masiva de turistas, y "*de esto dan cuenta las cifras acerca de los arribos a las localidades de la Quebrada desde mediados de la década de 1990, los cuales se incrementan durante la década siguiente. Las cifras oficiales que brinda la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy muestran que el arribo de turistas entre 1994 y 2006 creció más de quince veces (de 7.175 pasó a 109.057 arribos)"*[78].

Por otro lado durante la entrevista al Ex Director de Turismo de Tilcara (Anexo III), Eduardo Escobar, también explica que anteriormente a la declaración de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad ya existía una tendencia de crecimiento en la actividad turística en la región,

[78]TRONCOSO, Claudia Alejandra. *Turismo, desarrollo y participación. La experiencia de Quebrada de Humahuaca Jujuy. Argentina.* Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina. Redalyc. Sistema de Información Científica**.** Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal Aportes y Transferencias, vol. 12, núm. 2, 2008, pp. 110-130

pero que fue a partir de ese momento que, dándole una mayor jerarquía a la región, comenzó a potenciarse todo tipo de interés por el destino.

Es por eso que "*Se trata de un destino caracterizado, entre otras cosas, por mostrar un acelerado crecimiento del volumen de turistas que reciben, y por el hecho de que en el mismo el turismo es incentivado como una estrategia para superar situaciones de crisis y estancamiento local*". (TRONCOSO; 2008)

Hay que tener cuenta que luego de la crisis económica y devaluación por la que atravesó el país en diciembre del 2001 se produjo, por un lado, la inestabilidad política y la sensación de inseguridad creciente que experimentó Argentina, la cual alcanzó difusión internacional, y que la misma tuvo un impacto negativo en su demanda turística, lo que se reflejó en el descenso de la llegada de turistas internacionales al país en el año 2001.

Por otro lado, una vez estabilizada la situación social dentro del país durante el año 2002, los efectos de la devaluación del peso argentino repercutieron favorablemente sobre el turismo nacional. Esta situación de "moneda débil" contrastó con la que existía durante el periodo de convertibilidad, en el gobierno de Carlos S. Menem (1991-2000), en donde la Argentina era principalmente emisora de turistas y no receptora. Fue durante el 2002 que comenzó a revertirse esta tendencia negativa y se incrementó notablemente el ingreso de los turistas internacionales. De este modo, Argentina dejó de ser un destino turístico caro para convertirse en un lugar accesible desde el punto de vista económico, y competitivo dentro del área del cono sur americano.

En el caso del turismo interno, se produjo una disminución considerable del turismo emisivo que, como dijimos anteriormente, había caracterizado a la actividad en la década del 90 en Argentina. En los años posteriores, la desventaja en el tipo de cambio (con respecto al dólar) significó un vuelco para la actividad turística ya que los turistas nacionales comenzaron a viajar dentro del país. Por dicho motivo en los años 2004-2005 se percibió mayor cantidad de turistas argentinos que eligieron como destino para sus vacaciones, su

propio país.

Esto no sólo fue percibido y medido por organismos estatales, sino también las poblaciones locales. En el caso de Tilcara, los residentes afirman que la actividad turística creció considerablemente durante los últimos años, y principalmente luego de la devaluación del dólar en el país 2001-2002, en donde la diferencia cambiaria favoreció al turismo extranjero, y también al nacional, debido a que los imposibilitó, de cierta forma, viajar al exterior, y comenzaron a conocer y descubrir nuestro propio país.

Frente a este contexto podemos decir que se apeló al turismo para activar a la deprimida economía nacional, y teniendo en cuenta nuestro estudio de caso, a la economía provincial. Por eso se dice que, la propuesta de que la Quebrada de Humahuaca sea declarada Patrimonio de la Humanidad, fue una estrategia para impulsar y activar la economía en la provincia de Jujuy. "*La distinción otorgada por la UNESCO fue buscada por el gobierno provincial y uno de los argumentos que se esgrimían era que una vez reconocida como Patrimonio de la Humanidad, la Quebrada atraería turistas (y recursos económicos) que redundarían en beneficios para la población local, contribuyendo al desarrollo. Por otra parte, el crecimiento del turismo y los beneficios que esto generaría estarían garantizados al ofrecer un atractivo turístico de primer nivel como es la condición de sitio Patrimonio de la Humanidad.*". (TRONCOSO; 2008).

Ahora bien, al comenzar con la presente investigación, se planteó como objetivo primordial determinar cuáles eran los impactos socio-culturales y económicos causados por la llegada de turistas en la ciudad de Tilcara, durante la celebración del Carnaval en Marzo del 2011. Para comprender dicha situación debemos saber que la llegada y el desarrollo del turismo sin una planificación adecuada, sin una gestión y un control apropiado puede generar, no solo en ciudades pequeñas como Tilcara sino en cualquier destino, notables efectos de índole físicos, económicos, sociales y culturales, y traer consigo una serie de problemas que desarrollaremos a lo largo del análisis, así como también conocer los beneficios que dejó el desenvolvimiento de la actividad en la región.

En la mayoría de los casos, éste en particular, la actividad turística fue vista como una alternativa posible para aumentar la rentabilidad en la región, generando así, la creación y aumento de empleos, desarrollo de infraestructura, posicionarse como un gran potencial para atraer inversiones, entre otros. Pero muchos de estos beneficios fueron opacados por los costes e impactos negativos que produce la actividad en la región.

Para esto, como primera medida fue preciso conocer y analizar profundamente el Carnaval, cómo es vivido por sus participantes “natos” y por los turistas; qué representa y qué significado tiene esta celebración en la cultura del Noroeste Argentino; cuáles son los momentos más importantes y como perciben los residentes la llegada de turistas durante el festejo tan esperado durante todo el año.

Por otro lado también analizamos las características de cada uno de los elementos que componen el sistema turístico de Tilcara, y la interrelación que existe entre los mismos.

Fue mediante distintos instrumentos metodológicos, entiendo a los mismos como, entrevistas, encuestas y observaciones, que se logró recolectar la información necesaria para el presente análisis.

Carnaval

El feriado nacional de lunes y martes de carnaval, que la última dictadura militar, comandada por Jorge Videla, había quitado del calendario en 1976, fue restituido como parte de la recuperación de la identidad, la memoria y la alegría que representan los festejos de esta histórica fiesta popular, y tras un largo reclamo de las agrupaciones carnavaleras.

La iniciativa fue tomada por la presidente, Cristina Fernández de Kirchner, a principios de septiembre de 2009, cuando anunció desde la Casa de Gobierno el proyecto sobre el nuevo esquema de feriados donde se incorporó el de lunes y martes de carnaval, el que ante la falta de debate en el Congreso el Gobierno Nacional fue definido por decreto.

Los festejos se venían realizando cada año en todo el país con las particularidades regionales de cada uno de ellos. A pesar de la falta del feriado, encontraron después de 35 años, un impulso y un sostén desde el Estado y la concreción de una reivindicación histórica de las agrupaciones de carnaval.

En este marco, los festejos que en los últimos años se realizan los fines de semana de febrero y en algunas provincias en enero también, se sumaron en el verano del 2011 el lunes 7 y martes 8 de marzo, según el calendario y la tradición que fija el carnaval 40 días antes de Pascuas.

Éste es un paso en la recuperación de nuestra memoria, de la de nuestros padres y abuelos, de nuestra identidad, de nuestra historia, en donde se desentierra al Diablo y se desciende a la ciudad cantando coplas y arrojando agua, harina, talco y serpentinas.

Patricia Vismara, subscretaria de Promoción Turística de la Nación, en una entrevista con el Diario Digital de Jujuy (Publicado el 3 de Marzo del 2011) expresó "*Los carnavales serán un aliciente importante para fomentar el turismo interno".* Y no se equivocó ya que según la Secretaría de Cultura de la Nación *"Hubo más de un millón de personas en los 80 carnavales que apoyamos en el país*".

Siendo que unos 2,5 millones de personas se movilizaron por el país en todo el fin de semana largo. Según la Cámara Argentina de la Mediana Empresa (CAME), alcanzó un nivel de ocupación hotelera del 88%, y su presidente, Osvaldo Cornide, lo definió como "*un éxito para el turismo nacional*". Además, sostuvo que "*por el movimiento comercial que se generó, el fin de semana de Carnaval, luego de 35 años de ausencia, se puede comparar con los mejores fines de semana largos del año: Semana Santa y 12 de octubre*".

Patricia Vismara por otro lado destacó que "*el Carnaval del Norte, que no era tan difundido o tan conocido, este año salió con mucho vigor a captar una*

porción de mercado para los fines de semana largos, y en especial el de Carnaval".

Para comenzar a entender e interpretar la situación actual que atraviesa la ciudad de Tilcara, tendríamos que plantearnos inicialmente: *¿Qué es el Carnaval para los Tilcareños?*

En Tilcara, el sábado 5 de Marzo a partir de las 14.00 Hrs, en toda la jurisdicción municipal, se llevó a cabo el desentierro del Carnaval Tilcareño 2011. Participaron del mismo 26 comparsas, agrupaciones, varios fortines y el municipio invitó a todos los jujeños y turistas a participar de esta gran fiesta.

Juan Carlos Torrejón, Secretario de Cultura de Tilcara, argumentó sobre la importancia del significado del carnaval para los tilcareños: *"el diablo es un personaje del sincretismo cultural, a través del cual la gente se protege para hacer todas las picardías del carnaval. Las personas que participan se olvidan de todos sus problemas y del estrés cotidiano. El trabajo de los trajes de las comparsas es artesanal y para su confección se demanda un año, lleva muchos bordados y espejos*".

La mayoría de los tilcareños entiende al Carnaval como "La Fiesta del Pueblo, para pueblo". El 80% de los residentes participa de manera activa del mismo, ya sea celebrando de manera particular en familia, formando parte de la organización general, comparsa o como espectador.

El momento del Carnaval es el momento para la diversión, alegría, agradecimiento, en donde los estratos y clases sociales desaparecen, todos participan del festejo, hombres, mujeres, ancianos, jóvenes y niños. El anonimato es fundamental en el festejo.

El carnaval cae en verano, generalmente entre los meses de febrero y marzo, los días dependen del calendario litúrgico de la Iglesia Católica, ya que el mismo finaliza con el comienzo de la Semana Santa, durante el Domingo de Ramos/ Miércoles de Ceniza.

Hay que tener en cuenta que el 90% de la población local tiene descendencia indígena, siendo en su mayoría agricultores y artesanos, por dicho motivo podemos decir que la fiesta se encuentra relacionada directamente con la agricultura. El verano es la época del crecimiento y florecimiento de las cosechas, y que mejor momento para festejar y agradecer a la Madre Tierra (Pachamama) por todo lo que les entregó a lo largo del año.

En una de las entrevistas, el Secretario de Cultura de Tilcara, Juan Carlos Torrejón (Anexo II) nos explica la verdadera esencia del Carnaval: "*La gente era agricultora, y hacia este carnaval en base a la interpretación de la madre naturaleza. Como esta época es época de lluvia, de apareamiento y florecimiento entonces todo estaba en auge, ¿no? como dice la Pachamama, y la gente invitaba, los vecinos que se invitaban entre ellos, siempre sacaban las cosechas y entregaban eso en agradecimiento. Cosa que se ha ido manteniendo por mucho tiempo hasta la llegada del español*".

Como nos explica Torrejón, es una fiesta para agradecer, invitar, compartir, celebrar la abundancia y lo que fue entregado durante el año por la Pachamama.

Eduardo Escobar, ex Director de Turismo de Tilcara, describe la importancia del carnaval como *"Una época en que nosotros tenemos las cosechas, entonces es un tiempo de abundancia, de alegría. Todo esto es lo que de alguna manera contrasta con mundo católico, porque si tomamos en cuenta que el Carnaval después se va a cortar abruptamente con la Semana Santa… la Semana Santa es una cuestión impuesta de cierta manera, que trajeron los españoles que está ligado a la época de carencia total, que es lo que sucede en Europa, por ejemplo. Acá en cambio, eso contrasta porque nosotros estamos en la época de la abundancia, la época de la alegría, en donde todos los productos de la tierra están saliendo, donde tenemos en maíz, todas las frutas, es una época de abundancia total. Es una época en que el ser humano al levantar toda esa cosecha y tener toda esa abundancia, necesita tener este tiempo para él, para agradecer, para bailar, para todo eso… Ahí se ve que se*

borran las diferencias de edades, se borran las diferencias sociales, todo el mundo va a salir a carnavalear. Somos iguales, es el único tiempo en que somos todos iguales… Y esto le da todos los aditivos que tenemos que tenemos, por ejemplo el taparse la cara, enharinarse y todas esas cosas hace que la persona que está detrás de todo eso no es esa persona común y corriente, sino que ahora está predispuesto y está libre para la alegría y festejar. Entonces es esto, forma parte de la cultura, a la mujer y el hombre andino no le podés decir que el Carnaval no existe, tiene que existir, es su tiempo, su tiempo de catarsis" (Anexo III)

Para concluir con la idea, se puede decir que la celebración del Carnaval representa el agradecimiento del pueblo por las buenas cosechas y por la abundancia a la Madre Tierra. El carnaval forma parte de la cultura andina, es vivida y recreada cada año por los pueblos que componen la Quebrada de Humahuaca. El norteño no concibe su vida sin el Carnaval.

Por dicho motivo los residentes del Municipio de Tilcara, esperan la llegada del Carnaval cada año ya que es el único momento de festejo comunitario, encuentro y diversión, en donde todos son iguales, desaparecen todo tipo de diferencias. "*La idea de disfrazarse, constituye una transformación de la personalidad, representa el anonimato, al igual que la idea del talco y las máscaras"* (Explica Luis Vargas, integrante de la Comparsa Los Ahijaditos de Tilcara). La salida del diablo a la tierra es vivida como un momento de transgresión, en donde todo es válido y permitido, es el momento de hacer las picardías.

Por lo general el Desentierro del Carnaval es un día sábado, siempre se lo saluda con las bombas de estruendo alertando e invitando a los vecinos a reunirse en el mojón, primero se entrega la ofrenda a la Pachamama, pidiendo el correspondiente permiso, luego el Presidente de la Comparsa y toda la Comisión Directiva, padrinos de bandera, de comida, de bebida, la orquesta y los seguidores desatan la alegría, y comienza el Carnaval con el desentierro del Pujllay.

Como puede observarse en la foto (1), el diablo durante el carnaval se encuentra representado de dos maneras: por un lado por un muñeco de tela, el cual es desenterrado del interior de la tierra, y dicho desentierro marca el inicio del Carnaval, y encabeza cada comparsa; por otro lado se encuentran los Diablitos (Foto 2), los cuales son los integrantes de cada comparsa que, son elegidos para representar al diablo a lo largo de todo el Carnaval, en sus disfraces encontramos colores, espejos, lentejuelas, y por supuesto su máscara (anonimato). La función de los mismos es incentivar e invitar a los presentes a bailar y cantar.

Foto 1: Pujllay. Comparsa Caprichosos de Tilcara.

En cuanto a los momentos más importantes y representativos de la celebración, para el 43% de los residentes de Tilcara es por supuesto el Desentierro del Carnaval, ya que es el instante donde la alegría y la diversión comienza a reinar en cada uno de los participantes, el momento más esperado por todos, el diablo comienza a reinar en la tierra, y durante 8 días el pueblo vive una fiesta continua.

Esto coincide con la idea que Eduardo Escobar expresa en la entrevista (Anexo III), que también considera que el Desentierro es el momento más representativo e importante, en donde lo describe como "*un momento muy emotivo porque por un lado es el momento en que se saca al Diablo del interior de la tierra y que es el momento que ahora si todo está como permitido, es el momento de la alegría. Entonces creo que tiene una cosa especial*".

Por otro lado, para J. Carlos Torrejón difiere con la idea anterior, resaltando que son otros los elementos más representativos y que a su vez hacen que este Carnaval sea único, es el hecho de que todos participan. Torrejón explica que, a diferencia del Carnaval de Oruro (Bolivia), en donde el turista debe pagar para participar, en los carnavales quebradeños el turista comparte de la gente del lugar, forma parte del carnaval, lo vive. *"Nosotros aquí, lo que nos distingue es que vos compartís con la gente, o sea aquí no hay corsos, aquí no hay espectadores, si vos participás del carnaval simplemente tenés que medirte a la altura que tiene la idiosincrasia en su costumbre. Por ahí con la gracia que causa, por supuesto este tema de la visita, que te dicen cosas que nosotros mismos no lo hacemos pero que lo quisiéramos hacer, como por ejemplo, tenés que saltar a la par del diablo, compartir con el diablo. Y bueno con esas cosas a la conclusión que llegás es que todos compartimos, participamos todos, no pagás entrada, no tenés que sentarte en una tribuna, participas con todos ellos. Eso es lo que nos diferencia de los demás carnavales"* (Anexo II).

Foto 2: Diablitos de la Comparsa Los Ahijaditos

El Encuentro de Compadres y Comadres es otro los momentos especiales para la comunidad local, ya que el primer jueves el momento para ellos, los hombres, donde se juntan, coplean, tocan, bailan, comen y beben; y el jueves siguiente es el encuentro de ellas, las comadres, que repiten la misma diversión de los hombres.

El Entierro del Carnaval es considerado otro de los momentos emotivo por los Tilcareños, pero a diferencia del Desentierro que es el momento de alegría y diversión, éste es triste, como explica Luis Vargas de la Comparsa los Ahijaditos de Tilcara: "*es triste porque es el último día de carnaval, donde las comparsas se dirigen a sus mojones, generalmente ya al anochecer, en donde*

cavan un hoyo que se llama "la boca de la Pachamama", y se "corpacha", es decir, se depositan cigarrillos, coca, serpentinas, chicha, alimentos (maíz, papas). Luego se le reza a la Pacha, para que haya diversión el próximo año. Finalmente, el pujllay se entierra allí o se arroja entre las llamas de un churqui ardiendo".

El Carnaval de ayer y hoy

	Ayer	***Hoy***
Momentos	Jueves Compadres Jueves Comadres Señalada/ Flechada Desentierro Entierro	Jueves de Ahijados Jueves de Compadres Jueves Comadres Señalada (Ya casi no se estila) Desentierro Entierro
Instrumentos	Erke, Erkencho, Caja, Anata, Siku.	Se agregaron trompetas, acordeones y redoblantes.
Música	Coplas, Saltaditos, Bailecito y Carnavalitos.	Se agregaron las sayas, también se escuchan cumbias, y fusiones de ritmos (música andina con rock)
Comparsas	Compuestas por integrantes de la localidad a la cual pertenecen. Eran pocas.	Comparsas fundadas por nuevos residentes de la ciudad (hippies). Gran cantidad de comparsas
Disfraces	Diablos/as, guachos, doctores, gitanas.	Personajes de la farándula y de la política.
Elementos de festejo	Talco, serpentinas, papel picado, albahaca.	Rey Momo, harina.

Modo de festejo	Se reunían en sus viviendas para coplear, para señalar sus animales. Carnavales individuales y pequeños.	Carnavales masivos, el desentierro del diablo en el mojón incentiva la llegada gran cantidad de personas. Se contratan bandas para dar inicio al Carnaval.
Fortines	Gratitud total. La gente era convidada, se compartía. Eran gratuitos.	Se debe abonar un ingreso (tarjeta).

Cuadro de elaboración propia.

Como puede observarse en el cuadro, el Carnaval fue modificándose a lo largo del tiempo, dejando de lado ciertas prácticas, creando nuevas, incorporando nuevos elementos e instrumentos, dejando de lado otros.

Hay que tener en cuenta que el Carnaval es una costumbre, por ende forma parte de una cultura, y como todos sabemos la misma no es estática, por el contrario, es dinámica, es decir cambiante. Es un proceso social que va transformándose y adaptándose según las variaciones de distintos procesos históricos. Los materiales, instrumentos son productos creados por el hombre para la transformación de su entorno y la satisfacción de sus necesidades (si nos referimos a la cultura material), y las ideas y pensamientos (cultural inmaterial) son aquellos códigos y formas de vida, constituidos por creencias, hábitos, costumbres, conocimientos, ideas, valores, formas de percibir y sentir. Todos ellos van transformándose y conformándose de acuerdo a la variación del desarrollo social de una comunidad.

Para comenzar a analizar los cambios que fue sufriendo el Carnaval podemos tomar como ejemplo los momentos que lo conforman. Como se puede observar en el cuadro, antiguamente los momentos que conformaban la celebración al cabo de los 8 días de festejo eran: El Jueves de Compadre y Comadre, desarrollados anteriormente, el Desentierro y Entierro, y la Señalada y Flechada. Éstos últimos, actualmente solo suelen practicarse únicamente en

aquellos pueblitos y sectores del municipio de difícil acceso (como La Banda y Juella), debido al estado en el cual se encuentran los caminos, lo que dificulta la llegada de turistas, y es allí en donde todavía se conserva y se realiza el carnaval propiamente dicho. Como explica el representante de la Dirección de de Turismo de la provincia de Jujuy, Sr. Raúl Alberto Guerra "*El carnaval cae en verano cuando llueve muchísimo, entonces es difícil llegar a esos lugares, ya que se cortan los caminos…" (*Anexo I)

La señalada de animales, suele verse durante el trayecto de la Ruta Nacional 9, entre pueblo y pueblo de la Quebrada, en donde las llamas se encuentran adornadas con pequeños "pompones" de lana de diferentes colores. (Ver foto 3).

Como explicó Luis Vargas de la comparsa Los Ahijaditos, *"En la Señalada se procede a realizar el casamiento entre la mejor hembrita y el mejor machito, se los enflora, se los junta con binchas, serpentinas, se les da de beber chicha y coca. Luego de eso comienza la señalada en donde los hombres agarran los corderos, o las llamitas uno por uno y el dueño de casa les corta las orejas (teniendo en cuenta el modelo de señal), los pedazos de esas orejas se los va guardando en la chuspa (saco) del padrino. Después de cortar la oreja se los enflora con pomponcitos de lana de colores, una a una las ovejas son señalada. Para terminar los asistentes deben llevar cada uno una piedrita que simboliza un cordero, así se llega a la apacheta y se colocan las piedras pidiendo por mas animales para el año que viene".*

Por otro lado la *flechada*, se dejó de realizar en el pueblo (centro), y solo suele practicarse en algunos poblados aledaños a Tilcara. La misma consiste en "flechar" las casas nuevas con huevos, y señalarla con la sangre de un cordero sacrificado, como nos explica A. Guerra, *"Quien lograba hacer su casita, ellos le dicen la "flechada". La flechada es cuando llega el carnaval y vos tenés tu casa que recién acabas de construir, invitas a la comparsa para que vaya, y ¿Qué es lo que hace la comparsa? Bueno se carnea un cordero, y con la sangre de ese cordero se hacia la flechada haciendo una cruz en el casa, también se tiraba huevo. Y lo que dice la gente es que el huevo era la atracción del diablo y la sangre era por el color rojo, del diablo ¿no? Entonces por eso flechaban las casas, y eso se hace en esta época. Eso se hacía antes, ahora casi no se estila más*."(Anexo I)

Foto 3: Llama señalada

Como una nueva modificación en la celebración del Carnaval, comenzó a festejarse hace un tiempo atrás, una semana antes del Jueves de Compadres, el *jueves de los Ahijados*. "*Hace unos años atrás nació lo que es el Jueves de Ahijados, que es anterior al Jueves de Compadre, eso debe haber nacido hace unos 10 años*" (A. Guerra)

Luis Vargas nos explica que "*Comenzó a celebrarse este día con el objetivo de transmitir la cultura de la copla en niños y jóvenes de la región para que aprendan y conozcan más sobre nuestra cultura*".

Como venimos explicando hasta el momento, es difícil encontrar un carnaval puramente tradicional, con las ruedas de canto con caja, el erkencho, sikus, y danzas como el saltadito, el bailecito. Lamentablemente en el pueblo, ya el

progreso y otras cuestiones han permitido el atropello de esta cultura ancestral, ya es todo más comercial, hasta en la música, los ritmos son extraños y contradictorios a los originales. Para intentar conocer el carnaval originario se debe ir a parajes como La banda o Juella, así nos explica A. Guerra: "*En Tilcara por ejemplo, se estila mucho el coplear… Tiene pueblitos aledaños a Tilcara que son donde se festeja el carnaval ahí bien propio, que es donde coplean realmente, el tema de tocar el erkencho, el tocar la anata, porque es como lo mas autóctono, en las orillas de Tilcara, no en centro mismo*". (Anexo I)

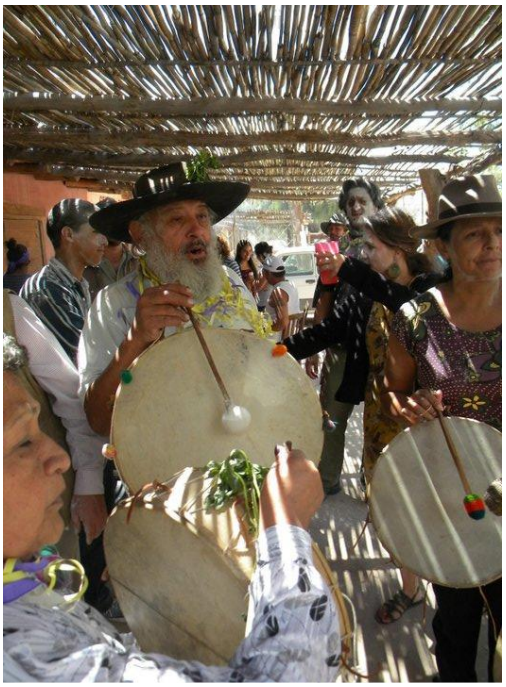


Foto 4: Copleros en Tilcara

Si bien todos los instrumentos musicales mencionados anteriormente siguen presentes en los festejos, únicamente aparecen en los momentos centrales como Jueves de Compadre/Compadre, el Desentierro y el Entierro en el mojón, y en la Señalada (Foto 4). Pero a lo largo de los 8 días de festejo, la música y los bailes que se inician en la celebración son fusiones entre la música folklórica con el rock, por ejemplo, o música popular como lo es la Cumbia.

En relación a los instrumentos, la incorporación de instrumentos metálicos (Foto 5) es atribuía a las corrientes migratorias provenientes de países limítrofes del norte, ya que fueron ellos quienes ingresaron las trompetas y el redoblante en la región, esto se debe a que "*Tilcara es un corredor obligado para la gente que baja de la parte andina, sobre todo la zona de Perú y Bolivia, es un corredor obligado. Así que tenemos intercambio de conocimientos en la parte cultural permanente, modificaciones de nuestra forma de vivir, porque llegan desde las épocas ancestrales hasta ahora fue un corredor obligado.*"

"*Vamos a tener la trompeta que son de Bolivia, que no son de acá, pero bueno que hacen el aguante al carnaval con repertorio de la gente que es de*

acá. Y de noche vas a tener el espectáculo bailable dónde vas a tener música taquillera que no tiene nada que ver con el carnaval nuestro, pero que están ahí para la consumición de gente joven que le gusta, que se impacta con todo lo de la tele, la radio e internet, es más comercial. Te vuelvo a repetir está de moda aquí todo el tema de lo que hace Tinelli durante el año, que son cosas que van sumando y bueno que son cosas de la globalización y del mercado." (Anexo II)

La descripción de Torrejón sobre los modelos que, inconscientemente impone la Globalización y el mercado, pudieron verse durante el Desentierro del mojón de la Comparsa Pocos Pero Locos. El desentierro estaba programado para el sábado 5 de Marzo a las 12.00 hrs, en el Barrio Pueblo Nuevo, pero el mismo se comenzó oficialmente a las 18.00 Hrs. con la llegada del Grupo Folklórico Jujeño *Los Tekis*, quienes al ofrecer un show gratuito convocaron miles de personas, y el mismo tuvo una cobertura Nacional, con la presencia Canal 13 (TN Todo Noticias) y de otros medios.

Foto 5: Trompeta – Comparsa Los Ahijaditos

Los preparativos tuvieron un espacio de más de 6 horas, las personas que se disfrazaron fueron llegando con sus disfraces en una bolsa o mochila al lugar destinado para ponerse el traje de Diablo, durante ese tiempo de espera para dar inicio al Carnaval, el mojón contó con "bandas soporte" que animaban a los participantes y espectadores del Carnaval, pero los mismo eran conjuntos musicales de cumbia, que nada que ver tenían con el estilo musical folklórico que poseen los ritmos musicales que se estila tocar durante los festejos del Carnaval.

El descontento por estos grupos musicales, que poco tienen de autóctonos, puede observarse nuevamente en la declaración Carlos Torrejón, en donde explica: *"La mayoría de los espectáculos que se va a ver en el programa solamente nosotros colocamos la fecha nomás, y no colocamos la cartelera porque no estamos de acuerdo con estos espectáculos que vienen, que es exclusivamente comercial, porque el empresario que trae al grupo se lleva toda la recaudación y a nosotros nos deja un impuesto mínimo. Entonces también éste es otro impacto que provoca el turismo receptivo*". (Anexo II)

Otra fusión que pudo verse durante este Carnaval 2011, fue el rock nacional con folklore, ya que el jueves 3 de marzo Rata Blanca (Grupo Musical de Rock), tocó junto a una artista local reconocida por sus melodías con la quena. Si bien los residentes y el municipio de Tilcara no compartieron la idea, el evento se llevó a cabo igualmente, ya que gran cantidad de jóvenes, no solo turistas sino también ciudadanos de Tilcara concurrieron al espectáculo. Entonces podemos decir que la llegada y convocatoria de estos tipos de fusiones musicales se debe a las nuevas generaciones, que adaptan las costumbres ancestrales a sus preferencias "modernas". Esto nos explica A. Guerra durante la entrevista el cual marca: "*Estas generaciones más jóvenes ya han estilado de traer bandas, que distiende del carnaval más "costumbrista". Por eso te digo que las generaciones nuevas son las que están modificando el carnaval, porque son las que contratan conjuntos más modernos, llevan orquestas, llevan bandas que antes no habían*" (Anexo I)

Con respecto a la fusión de estos estilos musicales Torrejón expresa su disgusto, y a su vez la aceptación del mismo: "*La fusión esa que se hace entre la música andina con el rock, no me gusta, pero bueno hay gente que consume ese tipo de música y le gusta, entonces nosotros no les decimos que no, porque si no suena a discriminación o suena un poco a le estamos privando un derecho dentro de la Nación Argentina. Peor más allá de eso hay gente que le gusta y va, y a otros que no les gusta y bueno no va… Y bueno nosotros no los molestamos, los dejamos que hagan sus cosas, solo le pedimos que respeten*

nuestras costumbres y nosotros hacemos lo que tenemos que hacer".

Con estas declaraciones se puede observar cómo se "mercantiliza" una costumbre ancestral, ya que gran parte de los turistas o visitantes que llegan a Tilcara en la época del Carnaval, no vienen en búsqueda de conocer lo autóctono y tradicional de la región, sino detrás de su banda o grupo musical favorito, que poco tiene que ver con el contexto y la realidad social que vive la población local.

Otras nuevas incorporaciones en lo que respecta a las danzas son todos aquellos bailes netamente bolivianos, que antes no solían verse en la Quebrada con la abundancia que ahora lo hacen, ya que en los últimos años además de carnavalito se baila caporales y la saya.

El siguiente aspecto de análisis sobre las modificaciones que fue sufriendo el Carnaval a lo largo del tiempo son sus comparsas. Tilcara cuenta actualmente con gran cantidad de comparsas y agrupaciones (19 aproximadamente), en donde las mismas trabajan durante todo el año, y se divierten durante el festejo .Las mismas están integradas por personas de cualquier lugar, no solo son de un barrio ni de la ciudad. Cada una de ellas tiene sus propias organizaciones, sus propios cánticos y tonadas, y cuentan con sus mojones en algún lugar de Tilcara (Como puede observarse en el Anexo IV). Cada una tiene una historia, una bandera, un color diferente, sus diablos, sus músicos, sus canciones. Lo que tienen como común denominador todos ellas es la energía para divertirse, y hacer divertir a quien se acerque a compartir con ellos la fiesta.

Foto 7: Festejo de Los Caprichosos de Tilcara

Cada una de las comparsas elige sus autoridades que generalmente consiste en presidentes, vicepresidentes, secretarios, tesoreros, vocales y los padrinos de: banderas, mojón, distintivos, músicos, gorras, etc.

Antiguamente nos explica A. Guerra (Anexo I) *"se elegía el padrino, bajo el ritual de padrinazgo… Que es como el que va a ser el cacique de la comparsa para el año… Ahora se le dice presidente, también hasta eso ya cambió un poco"*. Hoy en día se elije a través de la votación por parte los integrantes de cada agrupación, al presidente de comparsa, quien antiguamente se lo llamaba cacique.

Cada comparsa se reúne generalmente alrededor del medio día, para salir a divertirse y en donde los músicos, acompañan por todo el itinerario elaborado para el día, ejecutando ritmos carnavaleros. Durante el festejo pueden verse bebidas como la saratoga, chicha, cerveza, mucho talco y papel picado. (Foto 7)

Las banderas junto al diablito van encabezando cada comparsa. La antigüedad de las comparsas puede verse en ellas, ya que figuran en sus bordados el año de fundación. La presencia de la comparsa en la casa de alguno de sus integrantes se encuentra marcada por estas banderas, que quedan escoltando la vivienda, señalando la presencia de la misma. (Foto 6)

Foto 6: Banderas de Los Caprichosos de Tilcara

Junto a las banderas de las comparsas, puede observarse en cada agrupación una de dominio común: La Bandera de los Pueblo Originarios, no se encuentra ausente en ninguna de las agrupaciones. La misma está compuesta de cuadrangulares de siete colores (colores del arcoíris), y en

donde cada uno representa diferentes elementos fundamentales para estos pueblos, como por ejemplo la tierra, la cultura, la sociedad, y es usada por todas las etnias de los Andes.

El Carnaval Tilcareño 2011 (Anexo IV) fue organizado y auspiciado por la Municipalidad Indígena de Tilcara. A continuación pueden observarse las comparsas y los fortines que participaron del festejo:

Fortines Tilcareños

1. Los Mimosos
2. Las Salamancas
3. Los Porotos
4. Los Chupachichis
5. Los Pinlpintos
6. Los Tilcareños
7. Los Orejanos

Mojones de las comparsas en la ciudad de Tilcara

1. Pocos Pero Locos
2. Los Caprichosos
3. Los Compadres
4. Puente de la Diversión
5. Los Alegres de Malka
6. Fortineros de Tilcara
7. Los Ahijaditos
8. Los Pecha Pecha
9. Los Gozairas
10. Viejos Choclos
11. Flor de Cortadera

Mojones de las comparsas en las afueras

1. Los Paseanderos de Juella
2. La Flor del Durazno
3. Los Alegres de la Banda
4. Los Pimpas
5. Los Barreños
6. Flor de cardón
7. Sumay Tacos
8. Corazones Alegres.

Como puede apreciarse existen gran cantidad de comparsas actualmente en Tilcara. Antiguamente existían pocas agrupaciones en cada pueblo. Hoy en día con el crecimiento demográfico y la llegada masiva de "*gringos*" en los últimos años, éstas fueron multiplicándose.

En las encuestas realizadas a la comunidad local de Tilcara, durante el trabajo de campo, se pudo denotar que en relación al tiempo de residencia el 26% de quienes viven aquí se encuentran hace 11 - 19 años, siendo que el 22 % se localiza en el destino desde hace 01 a 10 años. Con este 48% de residentes se puede graficar fácilmente la cantidad de personas que migraron al pueblo en los últimos años; y por ende la masiva llegada de estos nuevos habitantes al lugar aumentó no solo la cantidad de participantes en las comparsas existentes, sino también la creación de nuevas comparsas.

"*Antes había dos o tres comparsas por pueblo, y ahora hay muchas más. Hay comparsa que vos a lo mejor puedas ver cuán viejas son, cuando ves las banderas porque se ven los años que llevan. Y por otro lado hay comparsas que dicen "fundadas en el año 2005, 2004, 2003" por ejemplo, que es cuando se declara Patrimonio la Quebrada, y por otro lado comienza a aumentar la población en la zona, y no precisamente pobladores locales".* (Anexo I)

Eduardo Escobar explica alguno de los motivos de la existencia de gran cantidad de comparsas en Tilcara "*Hay una gran demanda de espacio para formar mojones, porque como el mojón es una representación, es la madre*

tierra, la Pachamama. Pero también es poder, si vos tenés un mojón vos tenés poder ¿Entendes? Si no mañana me peleo con mi comparsa, después me voy a otro mojón y hago otra comparsa. Y no sé hasta qué punto se sigue manteniendo esa profundidad que tiene que tener". Actualmente existen más de 19 comparsas en el Municipio de Tilcara, pero no todas ellas se componen ni comparten la verdadera esencia del carnaval.

Escobar sigue analizando el crecimiento desmedido de comparsas expresando que: "*En el programa, elaborado por el poder, es decir por la Municipalidad, que es la que maneja esto, estamos viendo claramente… Los Cucharones por ejemplo, salen dos chicos golpeando cucharones y eso parece que es representativo y forma parte de la cultura ¿Cómo puede ser que dos personas salgan golpeando dos cucharones y sean representativos de la cultura? Me parece que no, y no parecen cosas que por ahí son mucho más profundas"*

El problema del desarrollo de nuevas comparsas radica en el momento en el cual el turista viaja y conoce el destino, imaginando que lo que está observando y de lo que está formando parte y participando es una costumbre ancestral original, que representa a la cultura del norte, generando así una terrible confusión, porque el mismo piensa que lo que está observando es lo autentico, y no lo es, ya que algunas de las comparsas, fundamentalmente las que se encuentra en el centro, no se caracterizan por poseer la verdadera esencia y respeto por el Carnaval, la Pachamama y el Pujllay. Toda la cultura va cambiando y modificándose a lo largo del tiempo, porque forma parte de la naturaleza de la misma al ser una representación social, pero lo que no se debe perder nunca es su esencia.

Carlos Torrejón explica cuáles son las comparsas más tradicionalistas y originales del municipio y cuáles no. Siendo las más tradicionales aquellas comparsas que se encuentran en las afueras del pueblo, es decir comparsas como Los Pimpas, Flor de Durazno, Corazones Alegres, Los Barreños, entre otras. Son comparsas que todavía guardan la verdadera naturaleza del Carnaval, no buscan agradar "al de afuera", sino que continúan con sus

festejos como vienen realizándolo hace centenares de años.

Por otro lado Torrejón revela que las comparsas que se encuentran en el centro, ya tienen elementos y “efectos occidentalizados”, por así decir, ya que el contacto con culturas de afuera, con gente de las grandes ciudades los lleva a tomar parte de ellas como algo propio, incluso cuando no lo es. Por ejemplo encontramos comparsas viejas como Los Caprichosos, fundada el 3 de febrero del año 1983; Los Pecha Pecha que es una de las comparsas más antiguas con más de 20 años de existencia; y otras más jóvenes como Pocos Pero Locos, tal cual como su nombre, nacen de tal manera, siendo unos pocos que buscaban alegría por doquier especialmente en el Barrio Pueblo Nuevo; Los Ahijaditos, quienes tienen como fundador a don Luis Alberto Ayarde, más conocido como “negro”, siendo esta comparsa e una separación de los Pecha Pecha, en sus comienzo solían divertirse juntos.

La participación de los residentes en las comparsas de Tilcara puede denotarse en los resultados obtenidos en las encuestas a los mismos ya que 29% de los residentes de Tilcara forman parte del carnaval participando en alguna de sus comparsas, dentro de las cuales se destacaron Pocos pero Locos, Los Pechas Pechas, Los Caprichosos, Los Ahijaditos, Los Alegres de Malka, etc.

Los Alegres de Malka son una agrupación particular, ya que no salen por las calles sino que tienen un local donde almuerzan y se divierten durante toda la tarde, junto a una orquesta especialmente contratada para todo el carnaval, se caracteriza por en general lo integran en su mayoría la generación intermedia de 25 a 50 años.

Los fortines por su lado, son una manera distinta de festejar y divertirse durante el Carnaval, y se da únicamente en Tilcara (no se conocen en todos los pueblos de la quebrada). Los realizan las familias tradicionales de Tilcara y cada día se realiza en un lugar distinto. (Foto 7)

Antiguamente los fortines eran convidados, y la buena voluntad del vecino

era ofrecerte lo que producía durante el año. *"El carnaval antiguo era la gratuidad total, o sea que, eran invitaciones que te hacían donde la gente comía, donde almorzaba, era un compartir… Hoy en día esto se ha mercantilizado tremendamente también. Es el caso de los fortines por ejemplo, que vos podés ir a ver cuánto cobran una tarjeta o cuánto cuesta formar parte de ese círculo… Eso no existía, vos ibas a la casa o a un fortín, si bien eso suena como a milico ¿no? Fortín es como algo militar pero vos tenías la libertad de ir, de divertirte y te convidaban las cosas, era un compartir. Pero hoy con esta cuestión masiva, donde todo es mercantilismo, es difícil todo esto".* (Anexo III)

Como explica Eduardo Escobar los fortines son otros de los elementos que muestran cómo se encuentra mercantilizada una costumbre ancestral en la actualidad, en donde para ingresar a los fortines hace algunos años era gratuito, y ahora se debe abonar una tarjeta que incluye bebida y menú carnavalero, que normalmente se encuentra compuesto por asado, papas hervidas, queso de cabra, locro, empanadas y Yajua (picante). Los fortines son abiertos al público, cualquier persona puede ingresar tanto los residentes como los turistas. Luego del almuerzo comienza el festejo en donde todos bailan y se divierten. En algunos fortines existe el bastonero que es el encargo de animar y guiar el festejo, quien no se integra y no cumple con lo que el bastonero manda es "fusilado" (castigado) y debe beber un vaso de vino.

Foto 7: Fortín Los Mimosos

Los más conocidos de Tilcara son Los Mimosos, los Tilcareños, los Orejanos, entre otros.

Cada agrupación como vimos anteriormente tiene sus diablos quienes son los encargados de organizar el carnaval y divertir a la gente, acercándose al mojón sorpresivamente, trayendo al diablito escondido y golpeando con sus colas a quienes tienen delante de ellos. Todos los diablos tienen máscara, la cual permiten mantener oculta la identidad y le otorga mayor libertad para actuar con desenfreno. La función de los disfraces, y principalmente de la máscara es el anonimato, la libertad de acción sin ser reconocido. Antiguamente los participantes se disfrazaban de diablitos, de doctores, de gitanas. Actualmente a esos prototipos de disfraces se sumaron otros cuya función es parodiar a la farándula y a los políticos. Este cambio se debe a lo que venimos desarrollando a lo largo del análisis, la globalización, a esta "*Tendencia de los mercados y las empresas a extenderse alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales*"[79]. Este proceso económico, tecnológico, social y cultural que continúa creciendo rápidamente a través de los medios de comunicación como Internet, televisión, cine, radio, establece indirectamente interrelaciones y a su vez interdependencia entre los diferentes países del mundo, unificando sociedades, culturas y mercados, que antiguamente se encontraban dividas y distanciadas, no solo geográficamente sino también en el ámbito social, cultural y económico.

Foto 8: Festejo del Carnaval

Volviendo al tema de los disfraces y las máscaras, en los últimos años comenzaron a incluirse dentro de las formas de conseguir el “anonimato” como

[79] REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, “Diccionario de la Lengua Española”, Editorial Espasa Calpe S.A., Argentina, 2005

dijimos anteriormente, caretas que representan a personajes de la televisión o del ámbito político. "*Ahora van a salir un montón de personajes de la farándula. Están comprando por internet, las comparsas, las máscaras de la farándula. El otro día por ejemplo ya apareció Kirchner, Cristina de Kirchner también, ahora va a parecer Ricardo Fort*" (Anexo III)

En cada rincón donde se festeja el Carnaval se pueden observar elementos que son característicos del mismo. Los participantes bebiendo y cantando recorren las calles del pueblo, jugando con agua, y especialmente, talco, en donde se "entalcan" la cara como una forma de aceptación e inclusión al festejo y se colocan la hojita o ramito de albahaca en la oreja (señalando aquellas personas que se encuentran solteras), se arrojan papel picado y serpentinas. Todos estos elementos son utilizados con un sentido de seducción entre las posibles parejas. (Foto 8).

Foto 9: Pequeña alcanzada por la nieve espuma durante el Carnaval

A todos estos elementos se fueron sumando aquellos que la globalización fue aportando y agregando en pueblos pequeños como Tilcara. Se añadieron elementos, como por ejemplo, el uso de la nieve-espuma (Rey Momo), y lanzar otros elementos como los envases de la espuma, botellas, que desvirtúan completamente festejo.

El uso indebido de la espuma, genera complicaciones en el festejo, convirtiendo aquello que debe ser un momento de alegría, de compartir con los demás, de disfrutar, en un problema. En varias ocasiones suele hallarse personas que utilizan este componente de manera indebida, lanzando nieve a cualquier persona sin importar la edad (Foto 9) y en lugares del cuerpo que puede ocasionar lesiones. Algunos participantes al ser alcanzados por la nieve espuma sufren lesiones como irritación en el rostro, principalmente en los ojos y la piel enrojecida.

Estas actitudes y muchas más que comenzaremos a desarrollar a continuación, son los momentos en los cuales los residentes de Tilcara repudian la llegada de turistas, ya que son ellos quienes comienzan a desvirtuar el festejo esperado por la comunidad durante todo el año. El 70% de los residentes encuestados durante el Carnaval confesó que no le agrada la presencia ni participación de los turistas en la celebración del Carnaval, ya que consideran que los mismos desvirtúan y faltan el respeto a las prácticas y costumbres propias del festejo, argumentando que en muchas ocasiones son agresivos en el momento de "jugar" con el talco (o harina, ya que muchos utilizan este elemento para sus travesuras) y con la espuma, arrojando dichos elementos en los ojos de otros individuos de manera grosera y agresiva, provocando no solo malestar en los participantes sino que los residentes se sienten ofendidos frente a dicha situación, ya que la misma dista muchísimo de la original en donde el talco ,por ejemplo, es colocado sobre la cabeza del participante y deslizado de manera suave con la mano hacia el rostro, como muestra de aceptación.

Finalmente conseguimos englobar las principales modificaciones y cambios

Foto 10: Carnavales en las afueras de Tilcara.

en esta costumbre ancestral típica del Norte Argentino. Podemos decir que frente a esta "sensación de invasión" que provoca la llegada masiva de turistas durante los festejos del Carnaval, y por otro lado la llegada de los "nuevos residentes" (entendiéndose por aquellas personas que escapando de las

grandes ciudades, y viendo a la Quebrada como un excelente destino para las inversiones decidieron radicarse en el destino), varias agrupaciones decidieron distanciarse del pueblo, algunas por cuestiones de incomodidad y malestar, y otras porque desde sus comienzos se encontraban aisladas geográficamente, como el caso de Juella o La Banda. El distanciamiento de aquellas agrupaciones que residen en el centro del pueblo tiene como objetivo la preservación y conservación de sus costumbres. Puede observarse en las imágenes (Foto 10) como algunas de las comparsas comienzan a realizar el desentierro y entierro de sus mojones en los alrededores del pueblo, o mismo al costado de la ruta, en donde sólo algunos turistas se detienen a observarlos. Allí pueden hacerle su ofrenda a la Pachamama y desenterrar su Pujllay como a ellos les agrada, sin la presencia ni los disturbios que muchas veces ocasionan algunos turistas maleducados, o que llegan a la Quebrada en busca de una diversión y un descontrol que no condice con la verdadera esencia del carnaval quebradeño.

Como se puede observar en las imágenes, la práctica del desentierro, ofrenda, y la llegada de los diablitos se realiza de manera respetuosa y cuidadosa, como la costumbre lo establece desde hace varias décadas. La cantidad de participantes es reducida, y la mayoría de los mismos pertenece a los pueblos originarios de la región.

Por otro lado, como se puede apreciar en las siguientes imágenes (Foto 11), aquellas celebraciones que son realizadas en el centro de Tilcara, son las que están siendo comercializadas y promocionadas por el turismo. Las imágenes fueron tomadas durante el Desentierro del Carnaval de la comparsa Pocos pero Locos el sábado 5 de marzo en el Barrio Nuevo de Tilcara. La agrupación que convocó al grupo folklórico jujeño Los Tekis como banda invitada para iniciar el festejo de su carnaval y participar de chañamiento del mojón. La convocatoria fue masiva, con gente no solo de la quebrada ni de la provincia, sino del todo país. Al momento del famoso y contagioso grito *"Soltame Carnaval!!!!",* la multitud estalló descontrolada al ritmo de sus carnavalitos. Durante esta celebración fue posible observar los compartimientos y actitudes de aquellas personas que son del lugar entre las cuales se pueden mencionar:

saltos y empujones desbordados y sin sentido; utilización inadecuada de elementos como talco, harina y papel picado lanzados de manera agresiva y dañina a otros participantes; expulsión de bebidas alcohólicas sobre otras personas sin motivo alguno, siendo que todas estas situaciones generaron disturbios, discusiones y peleas principalmente entre los jóvenes.

Foto 11: Desentierro del mojón de la Comparsa Pocos pero Locos. Tilcara.

En lo que respecta a la demanda turística que visita el destino durante la celebración del Carnaval, se puede establecer que desde el punto de vista genérico la misma es heterogénea, es decir tanto hombres como mujeres llegan al destino durante esta época; en lo que concierne al grupo etario predominante se puede decir que primer lugar oscilan aquellos visitantes entre los 18 - 30 AÑOS, es decir jóvenes, siguiéndole en menor medida aquellos entre 31 - 45 años y 46 a 60 años. Como se puede observar los principales visitantes del destino pertenecen a la población económicamente activa, es decir aquellos que realizan trabajos y reciben una remuneración por el mismo, lo que les posibilita a través de sus ingresos poder concertar un viaje.

En cuanto al nivel de estudios alcanzados, la mayoría cuenta estudios universitarios completos e incompletos, destacándose profesiones como: Contador Público, Docente, Ingeniero, abogado y médicos. En lo respecta a los estudios universitarios incompletos podemos decir que son aquellos turistas jóvenes, la mayoría de ellos conocidos como “mochileros” provenientes de la

región del Noroeste, siendo las principales provincias de Jujuy, Salta, Tucumán y Santiago del Estero; siguiéndole en segundo lugar aquellos turistas procedentes de la región Centro, hallándose Córdoba y Buenos Aires como las principales provincias emisoras de turistas a la ciudad.

Volviendo al tema del "turismo mochilero" se puede resaltar que una de las características que tiene este tipo de turismo es la cuestión del control de los gastos durante el recorrido, apuntando a recorrer y conocer la mayor cantidad de lugares intentando gastar la menor cantidad de dinero posible. Muchas veces la decisión de gastar poco, genera conflictos que complican el desarrollo y el buen desenvolvimiento y funcionamiento del sistema turístico, ya que algunos de estos tipos de turistas buscan acceder al consumo de los servicios básicos como lo es el alojamiento y la alimentación sin aportar un centavo a los prestadores ni a la población local; prefieren dormir y pasar la noche en la calle, en el banco de una plaza, con tal de no pagar para acceder a algún camping u hotel. Mientras sus vidas acomodadas los esperan a su regreso, duermen en las terminales de ómnibus, hacen dedo por las rutas evitando pagar así los escasos $15 o $20 pesos que sale un micro de media distancia.

Este tipo de turistas mochileros no es bien recibido ni aceptado por la población local, en primer lugar porque sobrecargan el destino durante los días de Carnaval teniendo ciertas actitudes desarrolladas anteriormente que no agradan a los tilcereños, completando esta situación, se puede decir que los mismos no aportan ganancias en el pueblo, sino por el contrario, traen y dejan problemas. Un porcentaje considerable de estos mochileros o "hippies", (nombre que reciben por parte de la comunidad local) que llegan al destino, deciden quedarse, radicarse en el pueblo, y es aquí donde comienzan nuevos problemas.

Varios de los conflictos pueden verse reflejados en artículos periodísticos en donde se describe la relación tensa existente entre la población local y los hippies. "*Un capítulo más del desacuerdo con la permanencia de los denominados "hippies" en la plaza "Coronel Alvarez Prado" de Tilcara y en sus*

alrededores, se produjo en la tarde del miércoles en esa ciudad. Empleados del municipio local, mantuvieron un tenso intercambio de palabras al advertirles que debían desalojar la calle Marcelino Vargas y ubicarse en el tinglado municipal, donde sí pueden exponer y comercializar sus artesanías respetando las ordenanzas vigentes". (Anexo V)

Juan. C. Torrejón durante la entrevista también trató la problemática que existe con este movimiento contracultural, describiendo a los mismos como "*Personajes con ropas de colores brillantes, y algunos estilos raros, escuchan ese rock psicodélico. Su estilo de vida al aire libre sin importarle los demás, eso nos molesta".* Sumado a eso, Torrejón también explicó el conflicto con dicho grupo, ya que los mismos pretenden instalar sus puestos de artesanías (que distan mucho de las artesanías locales) en la plaza sin abonar el permiso necesario (Foto 12). En Tilcara las discusiones entre los residentes y los hippies son habituales.

Foto 12: Hippie con su puesto instalado en la Plaza Principal de Tilcara

Los vecinos, los artesanos tilcareños y los vendedores que hace tiempo comercializan en la plaza y sus inmediaciones, manifestaron su desacuerdo total con la actitud de estas personas que "*sólo aparecen en temporadas altas para hacer su negocio perjudicando a las familias tilcareñas que necesitan de la ayuda de los turistas*". (Anexo V)

"*Dicen que Tilcara es hoy el nuevo Bolsón, la ciudad imán de hippies en los años '70. Los lugareños desconfían de esos "artesanos porteños con tatuajes" o "gringos" que se mudaron al lugar atraídos tanto por la belleza imponente y la tranquilidad como por las billeteras abultadas de los turistas*.

El problema con los hippies es legal. Si ellos quieren vender, tienen que

hacer los trámites y esperar la autorización, no instalarse directamente en la plaza. El tema pasa por la Justicia, pero parece que ahí se le da la razón a los que hablan más bonito", argumenta, ofuscado, Félix Pérez, el intendente de Tilcara" (Anexo VI).

Dicho desacuerdo también pudo observarse durante las encuestas recolectadas en el trabajo de campo, ya que gran parte de los residentes encuestados expresaban que lo que menos les agradaba de su pueblo eran los problemas ocasionados con la llegada de los "hippies", ya que consideran que a partir del ingreso de estos grupos, la ciudad comenzó a ser gobernada por el descontrol y las drogas, problemas que hace algunos años no ocurrían. Expresan que dichos grupos son los principales generadores de disturbios en las calles, principalmente en la plaza principal (peleas y discusiones).

Por su lado el intendente Félix Pérez declaró para el diario EL PREGÓN, de San Salvador de Jujuy "*Siempre defendí a los artesanos tilcareños y los voy a seguir haciendo. No es posible que ellos trabajen a lo largo de todo el año esperando estas épocas para vender sus productos y vengan de afuera a fastidiarlos. Los "hippies" saben muy bien que en Tilcara no tendrán inconvenientes si respetan a toda nuestra comunidad y no avasallan sus costumbres, tradiciones y derechos que conservan celosamente y los defienden porque es parte de su vida diaria*" (Anexo V).

Torrejón por su parte una vez finalizada la entrevista (donde se abordaron aquellos temas que no quiso ser grabado), descargó su malestar frente a este grupo explicando que: "*El uso de drogas como marihuana y alucinógenos antiguamente no existía en el pueblo, con la llegada de estos personajes es más común ver gente fumándose un porro*". Con esta declaración podemos observar los cambios irreversibles en la forma de vida, los valores culturales y patrones de consumo que puede llegar a sufrir la comunidad local al adoptar comportamientos imitativos de los turistas (aculturación).

Siguiendo con la descripción de la demanda turística que visita Tilcara durante el Carnaval en lo que representa a la conformación del Grupo de Viaje

se puede deducir que la mayoría viaja con amigos, esto puede tener relación con la edad y nivel de estudios alcanzados de los mismos, ya que en su mayoría los turistas y/o visitantes de la ciudad son jóvenes estudiantes, siendo que a su vez muchos ellos realizan su viaje de manera individual, es decir solos, declarando que en viajes de estas características suelen hacerse amigos durante el recorrido y con quienes comparten posteriormente dichas experiencias. A pesar de esto también pueden verse familias y parejas durante los festejos.

El principal medio de acceso utilizado por los turistas para acceder hasta el destino es el ómnibus y el automóvil. Una vez que se encuentran allí consumen servicios tales como gastronomía, ya que muchos de los visitantes solo utiliza el destino como centro de excursión (el 14%) permaneciendo en el mismo por horas (2/3 Horas) y luego retorna a la capital de la provincia e incluso a la ciudad de Salta; también hotelería, siendo que 86% de los encuestados pernoctan en el destino, y la estadía promedio de los mismos es de 3 a 4 noches; y finalmente la compra de artesanías, y contratación de excursiones como cabalgatas, rappel, trekking, Sandboard, son otros de los servicios consumidos.

En su mayoría el principal medio a través del cual los turistas se informan sobre el destino es el famoso “boca a boca”, ya sea por familiares, amigos y/conocidos; por otro lado Internet funciona como una buena y nueva herramienta de promoción y publicidad para la actividad turística consiguiendo llegar a diversos lugares y destinos que de no a través de este medio, dificultaría su llegada.

La principal motivación que impulsa a los turistas para conocer Tilcara es el Turismo propiamente dicho, llegan con las intenciones de visitar y conocer la ciudad, la Quebrada de Humahuaca, sus paisajes, sus pueblitos. La diversión, las ansias de participar y disfrutar del carnaval norteño es otros de los motivos, obviamente si hablamos de esta época. Quienes llegaron al lugar en busca de descanso, sus intensiones que no serán concretadas ya que la ciudad se encuentra en pleno festejo y celebración del carnaval.

Ahora bien, cuando decimos que el principal motivo por el cual los turistas llegan al destino es el turismo, nos referimos al hecho de conocer y contemplar paisajes naturales, lugares históricos, siendo asi, el 82% de los encuestados se interesó por conocer la cultura del Noroeste. Con este dato podemos decir que la carga cultural con la que cuenta la quebada tiene un peso fuerte en el momento de la toma de decisión para conocer la región. La combinación perfecta entre su paisaje y su riqueza arqueológica, sumado a sus habitantes (mayoritariamente de la etnia coya), forman el escenario perfecto para atraer e interesar a cualquier turista.

La mayoría de los turistas que se interesa por conocer la cultura local interactúa con los lugareños para un mejor entendimiento y comprensión de las prácticas y costumbres del Noroeste Argentino.

Ese interés por parte de los turistas contrasta abruptamente con la percepción que tiene los residentes frente a la llegada de los mismos, ya que el 70% confiesa no agradarle la presencia ni participación de los turistas en la celebración del Carnaval, ya que consideran que desvirtúan y faltan el respeto a sus prácticas y costumbres. Este desequilibrio de tolerancia entre unos y otros, se debe al comportamiento y a las actitudes de determinados turistas que opacan el proceder y la conducta de aquellos que realmente se interesan y respetan a la cultura de la región.

En relación a lo que más atrae y llama la atención a los turistas que observan y participan de los festejos del singular carnaval quebradeño, con su combinación de rituales paganos de origen indígena con españoles, se destacan en primer lugar los mismos partícipes de la celebración (lugareños), en donde las personas salen a las calles disfrazadas y bailan frenéticamente al ritmo de los sikus, el erquencho y el charango, al lado de los tradicionales “diablitos”, eso llama completamente la atención de los turistas, junto a los diferentes momentos del carnaval, principalmente el Desentierro y Entierro. Por otro lado, sus trajes con llamativos colores, cascabeles, espejos y sus máscaras con grandes ojos y un agujero en la boca para tomar chicha, su música y sus danzas son otros de los elementos atractivos.

En lo que concierne a la planta turística con la que cuenta el destino comenzamos analizando el equipamiento, siendo el alojamiento uno de los principales componentes a ser desarrollados.

Tilcara por su parte brinda una variada oferta hotelera la cual cuenta con establecimientos que van de 1 a 5 estrellas (*), a su vez también posee varios hostels (11) y dos campings. Para dicho relevamiento se tomó como referencia a aquellos alojamientos que se encontraban en el centro del pueblo, ya que el destino también cuenta con alojamiento rural (estancias y chacras) dentro del Municipio de Tilcara. Por otro lado dentro del servicio de alojamiento también ofrece cabañas y casas de alquiler.

Tilcara cuenta actualmente con 50 establecimientos que ofrecen alojamiento hotelero y extra hotelero, dando un total de 2577 plazas aproximadamente. Pero este escenario actual dista completamente de la situación que se vivía hace un poco más de 10 años. Según las cifras relevadas en un estudio realizado por la Embajada Francesa en Argentina[80], Tilcara en el 2001 contaba con 19 hoteles únicamente. Es decir que la plaza hotelera en la Quebrada de Humahuaca previa a ser declarada Patrimonio de la Humanidad era escasa, siendo así, se puede decir que dicha declaración disparó las posibilidades de hacer negocios e inversiones en las tierras jujeñas. "*La oferta de servicios turísticos también se incrementó durante este período, especialmente en lo referido a establecimientos hoteleros; en efecto, desde 2002 a 2007 se duplica la cantidad de alojamientos en la zona, concentrados especialmente en las localidades de Tilcara, Purmamarca y Humahuaca*"[81]

Pero ¿A qué se debe? Esta situación se encontró beneficiada por la fiebre inmobiliaria desencadenada luego del 2003, en donde los precios de los terrenos (teóricamente desocupados y sin dueños) no sólo se duplicaron, sino que en algunos sectores llegaron a valer hasta seis veces más. "*Hoy, el metro*

---

[80] DIJOUD, Paul. *Algunas propuestas para el desarrollo global de la Puna Andina, de los Valles Calchaquíes y de la Quebrada de Humahuaca. Embajada de Francia en Argentina*. Buenos Aires, Argentina. Octubre, 2002.

[81] RAPOPORT, M. *El Plan de Convertibilidad y la economía argentina* (J99J-J999). 2000

cuadrado en las principales localidades cuesta alrededor de $200, mientras que antes del 2003, el precio oscilaba entre $20 y $30, según las distintas fuentes consultadas". (Anexo VI)

Por su parte Eduardo Escobar expresa que "*El tema del patrimonio de la humanidad vino a potenciar otros tipos de intereses. Por ejemplo, la voracidad de la inmobiliaria por las tierras, la inversión de gente ¿no cierto? De lavado… Que venía a invertir aquí porque es fácil. La compra de la tierra de un campesino a veces por nada, por muy poco dinero, para poder construir ahí donde se sembraba, donde había una linda parcela sembrando hoy hay un hotel por ejemplo"*(Anexo III)

Jesús Olmedo, sacerdote de Tilcara declara "*Todo el tiempo están apareciendo supuestos dueños de las tierras. Hace un año fui testigo de lo que pasó en Yacoraite. Vino gente de Buenos Aires, con papeles, y sacaron a las familias de la comunidad. Entraron al lugar con una topadora, pusieron rejas de diez metros de alto y un cartel que decía 'Propiedad privada. Prohibido el paso'*". (Anexo VI)

Para evitar estos atropellos, los residentes de Tilcara exigen que se cumpla con el Programa de Regularización y Entrega de Tierras a los Pueblos Originarios, y que se les reconozca la propiedad colectiva de gran parte de esos terrenos, y se les entregue a quien corresponde las parcelas en cuestión. Pero no existe un control sobre la venta de tierras, los propietarios que tienen papeles venden sus dominios como un recurso económico ya que los costos de los terrenos se fueron por las nubes, y encuentran en la venta y entrega de estos terrenos una salida frente a la crisis económica. Sumando a esto se encuentra la existencia de un estado ausente tanto municipal como provincial, en donde no preexiste ningún tipo de control sobre la cuestión de la compra y venta de terrenos, y mucho menos legislación que regulen las construcciones de establecimiento hoteleros.

"*Muchas de esas tierras, la gran mayoría van a ser difíciles de recuperar porque muchas de ellas han sido arrebatadas de la nada, o sea no las compraron ni siquiera. Llegaron y las cercaron directamente, han ido y han puesto los alambres y listo. Y construyeron cualquier cosa que no coinciden con el estilo normal de las casitas en la Quebrada. Incluso muchos han construidos con materiales que no son de la zona, pero son revestidos con los que materiales de acá. Eso pasó mucho en Tilcara y Purmamarca, le hacen las columnas y las vigas de cemento y las paredes las hacen de adobe como para calmar un poco y no generar tanto impacto visual*". (Anexo I)

Foto 13: Construcciones actuales en Tilcara.

Foto 14: Actual hotel en Tilcara.

Se puede decir que el problema no sólo radica en la compra y venta de territorios, ni en la construcción de grandes hoteles, sino también en los elementos y estructuras con las que cuentan dichas construcciones, las cuales no condicen con los estereotipos predominantes en la arquitectura y el urbanismo del pueblo. Varios emprendimientos hoteleros como explica Alberto Guerra se encuentran edificados con materiales como cemento, hierro, madera y tejas. (Foto 13)

En la imagen 14 puede observarse dicha descripción: "*Antes tenía casas sencillas, blancas y de un solo piso. ¡Ahora se está por construir una de tres plantas! Lo que molesta es que ahora caminas y querés ver el cerro de enfrente y hay un hotel de dos pisos que te tapa todo*" (Anexo VI)

Foto 15: Casitas de adobe Tilcareñas.

Por su parte Guerra continúa explicando, lo que puede observarse en la imagen 15: "*La gente de la zona sigue construyendo como siempre, con la caña, el barro y la paja, para el hacer el adobe. Incluso el adobe tiene un proceso que demora en hacerse, por eso tampoco lo usan tanto los hoteleros, porque se demora mas, por eso utilizan el ladrillo que es más rápido*". (Anexo I)

En ambas imágenes la "contaminación arquitectónica" impacta a nivel cultural amenazando el paisaje urbanístico típico del destino. Esto demuestra la falta de políticas sustentables, de respeto de la identidad y de planificación urbana municipal.

Volviendo al tema en cuestión (planta turística), en este caso a la oferta hotelera de Tilcara, el 24% de los encuestados considera a la misma como buena, mientras que el 20% la califica como regular. Si bien la oferta hotelera es amplia y variada, todos los establecimientos cuentan principalmente con los servicios básicos, aumentando en mayor o menor medida sus servicios según la categoría de cada establecimiento.

Tilcara goza de hotelería de 5 (cinco) a 1 (una) estrella, pasando también por hosterías, posadas, casa de familia, albergues juveniles, campings, etc. El principal inconveniente de todos los establecimientos durante los festejos del carnaval, sin discriminar categoría alguna, fue la falta de agua debido a la sobrecarga en el destino, ya que la infraestructura de la localidad no se encuentra preparada para la cantidad de turistas que visitaron la región.

La falta de suministro de agua potable en Tilcara es frecuente, siendo un asunto preocupante y generador de debates entre el intendente de Tilcara Feliz Pérez y representantes de agrupaciones y organismos tilcareños.

Esta situación se puso de manifiesto en los días de carnaval. El agua potable que hoy consume Tilcara, proviene de la Garganta del Diablo y la misma no es suficiente para abastecer a la población local. Esta situación se agrava en fechas donde se incrementa la llegada de turistas en la zona, como lo fue en carnaval. Cabe destacar que la solución de la problemática no solo tiene como objetivo garantizar el acceso al agua potable de los habitantes locales sino también garantizar una excelente estadía a los turistas.

El problema del agua afectó a todos los habitantes, y el malestar se vio reflejado en las quejas de los tilcareños durante las encuestas. Muchos llegaron a quejarse de esta situación y dejaron expuesto que el pueblo aun no se encuentra preparado para la cantidad de turistas que arriban durante los días del Carnaval.

Según los residentes la empresa prestataria de este servicio manifiesta que es un problema en las cisternas, ya que cuentan con una sola pileta donde se produce la limpieza del agua, por lo cual no se llega a abastecer a toda la población, y mucho menos a los miles de turistas que llegaron al destino durante los festejos.

En un Informe Especial del 13 de Marzo del 2011 de la Sala de Prensa de la Secretaria de Comunicación Publica de la Presidencia de la Nación, según un relevamiento llevado adelante por el Ministerio de Turismo de la Nación, 2.400.000 millones de turistas arribaron a los diferentes destinos del país durante los feriados de Carnaval.

El ministro de Turismo de la Nación, Enrique Meyer, afirmó que *"las cifras demuestran el éxito y la importancia que representa para la industria turística la recuperación de los feriados de carnaval luego de más de treinta años"*. Agregó: *"Está celebración adopta diferentes manifestaciones que rescatan los valores identitarios de nuestra comunidad conformando nuestro patrimonio cultural, a la vez que representa un elemento de socialización y arraigo que contribuye a la integración y el desarrollo social".*

Por otro lado el ministro destacó que: *"Millones de argentinos se desplazaron por el país, consolidando aún más el crecimiento del sector, lo cual como dijo la presidenta, está profundamente relacionado a la recuperación económica que vive el país desde 2003".*

Entre las distintas regiones se destacaron la Litoral con una ocupación hotelera del 100 % y la región Norte con los mismos niveles de ocupación en la provincia de Jujuy, encontrándose Tilcara como una de las localidades que presentó un 100 % de ocupación.

Las reservas hoteleras (un indicador clave para vislumbrar cómo será el aporte turístico en los principales destinos) no bajaron del 60%. En este sentido, la capacidad hotelera en la Quebrada de Humahuaca, se encontró desbordada, según informó la Cámara Hotelera de Jujuy.

El vicepresidente de la Cámara de Turismo, Joaquín Carrillo, dijo a Télam que *"desde hace dos meses ya se habían hecho las reservas en las localidades más requeridas"* para ver el típico carnaval jujeño.

Según Carrillo, la falta de alojamiento en los centros de interés carnavaleros, con seguridad, *"derivó a los visitantes a otras ciudades como San Salvador de Jujuy".*

Como se expuso anteriormente debido a la gran cantidad de turismo "mochilero" representado principalmente por jóvenes de entre 20 y 30 años, los hostales y camping estuvieron completamente desbordados, y a pesar de que el tiempo de pernocte promedio fue entre los 2 y 3 noches, diariamente se fueron renovando (Observación realizada en el Hostel Casa Colores de Tilcara)

Siguiendo con el análisis de la planta turística de Tilcara, en lo que concierne a la *Alimentación* se puede decir que el destino cuenta con una variada oferta gastronómica, la cual cuenta con restaurantes, bares, parrillas, pizzerías, heladerías, destacándose la gastronomía argentina principalmente, ya que se enfatiza por combinar ciertos usos e ingredientes de la culinaria italiana,

española, criolla, indígena (de los distintos pueblos originarios, sobre todo los de esta región). Se destacan las reconocidas empanadas de carne, de queso y cebolla, y toma relevancia la carne de otros animales, los autóctonos, como los camélidos, y en especial la llama, siendo que con todos estos animales, además de asado se hacen embutidos, guisos, pucheros y empanadas. Entre otros platos típicos de la región encontramos el locro, tamales, humitas en chalas, pastel de cholo, el quesillo de cabra con miel de caña, dulce de cayote, alfeñiques, y el tan utilizado para contrarrestar los efectos de la altura, el té de coca.

La mayoría de los establecimientos se encuentran ubicados cercanos a las calles principales como Belgrano, Lavalle, Alverro y Bolívar, así como también en los alrededores de la Plaza Principal.

Varios turistas calificaron a los establecimientos gastronómicos como regular, esto no correspondió a fallas en el servicio en cuanto a la hospitalidad y atendimiento, sino que incumbió por la falta de comida que existió en todo el pueblo. Diversos establecimientos se vieron desbordados frente a la cantidad de personas que pretendían almorzar o cenar en el destino; así como existieron inconvenientes con el alojamiento ya desarrollado (principalmente con el agua), la falta de desarrollo en la infraestructura de la ciudad se hizo notar ante la llegada masiva de turistas, ya que no solo fue la falta de “ sillas o mesas” en los establecimientos (siendo que si se toma a esto como el problema sería una falla de la planta turística), sino también la falta de comida generalizada, no sólo en restaurantes sino también en almacenes y mercados fue notable.

En cuanto al *esparcimiento*, el destino no cuenta con establecimientos de esparcimiento propiamente dichos. Durante los días de carnaval suelen abrirse peñas en donde grupos musicales locales animan al público mientras almuerzan o cenan. Por otro lado quien desea puede participar e ingresar a los fortines abonando la tarjeta correspondiente. El destino no cuenta con discotecas, casinos ni bingos. La diversión es en la calle y durante los días de Carnaval. Una vez que finaliza el festejo, Tilcara carece de establecimientos de esparcimiento para ofrecer a los turistas.

Finalmente el último de los componentes que componen el equipamiento de la planta turística de Tilcara son los servicios restantes ofrecidos a los turistas durante su permanencia en el destino, dentro de los cuales encontramos: 8 Agencias de Viajes (emisivas y receptivas), únicamente nos compete el área emisiva, las mismas ofrecen a los turistas excursiones y paseos no sólo por el municipio sino también por la región (Excursión a Humahuaca o Salinas Grandes, Paseos a Caballos, Trekking, Escalada y Rappel, etc.); en cuanto a los centros de información turística cuenta únicamente con dos, la Dirección de Turismo de Tilcara (Foto 16) y la Asociación de Turismo de la Quebrada de Humahuaca, siendo que ambas cumplen su función gubernamental y a su vez como centro de atención al turista, encargadas de atender y asesorar a los visitantes, además de bridarles folletería. Siguiendo con la información turística, el destino cuenta con 8 guías de turismo, existiendo solo una trilingüe (inglés, alemán e italiano), y tres ellos son oriundos de Tilcara. Generalmente se los ubica en la Dirección de Turismo, quienes si los mismos no se encuentran en el lugar, la recepcionista facilita un teléfono de contacto.

Foto 16: Dirección de Turismo de Tilcara.

Existen gran cantidad de taxis y remises que realizan no solo recorridos locales sino también regionales (Purmamarca- Tilcara; Tilcara- Humahuaca).La mayoría de ellos suelen ubicarse en la Terminal

Foto 17: Embotellamiento en la R.N 9, en el ingreso a Tilcara (Imagen tomada desde el Pucará)

de Ómnibus.

Tilcara cuenta con varios comercios turísticos, siendo el más destacado el Mercado Artesanal ubicado en la Plaza Coronel Prado, en donde puede adquirirse todo de tipo de productos artesanales como vasijas, adornos, bijú, tejidos, ropa de alpaca y llama (pulóver, chulos, bufandas, guantes), platería y artículos gastronómicos regionales como alfeñiques, dulces, quesillos, alfajores de mil de caña, etc.

Existe un solo cajero automático ubicado al lado de la Municipalidad Indígena de Tilcara.

En relación al tercer elemento que integra la Planta Turística, *Infraestructura* podemos comenzar analizándolo por su red vial. Tilcara se ubica como ya se desarrolló en la Quebrada de Humahuaca, siendo que la Ruta Nacional 9 es su único medio de acceso. La ruta se encuentra en buen estado, pero debe dirigirse con precaución para evitar posibles accidentes, ya que debemos recordar que es un camino de montaña con subidas y bajas, curvas y contra curvas, y con único carril. Esto generó conflictos durante los días de Carnaval ya que la gran cantidad de turistas y visitantes que llegaron a la ciudad se vio reflejada en el acceso a la misma, durante los días sábado, domingo y lunes, hubo casos de demora de hasta tres horas producidos por el embotellamiento. Habían demasiados vehículos, por ejemplo el Sábado Carnaval la fila de automóviles que luchaban para ingresar a la ciudad llegaba hasta Maimará (Foto 17), es decir colas de aproximadamente cinco kilómetros de distancia, a lo que se sumó la escasez de combustible para los automóviles.

Foto 18: Calle de tierra consolidada. Tilcara

La llegada masiva de vehículos al destino sorprendió incluso a los propios residentes, un claro ejemplo fue la actitud de Marien, dueña del Hostel Casa

Colores, la cual expresó en forma de broma "*Tengo que salir a ver el embotellamiento, porque esto nunca sucedió en Tilcara, es todo un acontecimiento*"

A pesar de la masiva llegada de turistas con sus vehículos particulares y los ómnibus que unían diferentes pueblos de la quebrada, los accidentes de tránsito fueron pocos, solo existieron daños materiales y los ocupantes sufrieron golpes y algunas contusiones por lo que fueron trasladados al Hospital Pablo Soria de la ciudad de San Salvador de Jujuy. Afortunadamente no hubo víctimas fatales que lamentar. (Anexo VIII)

Las calles de Tilcara son caminos de tierra consolidada (Foto 18), no cuenta con ninguna vía asfaltada con excepción de la arteria principal para ingresar al destino (Foto 19) y las 4 calles que rodean la Plaza Principal las cuales se encuentran empedradas. Las vías, en general en todo el pueblo, son estrechas y con un trazado irregular. Las edificaciones se caracterizan por su sencillez en el diseño y materiales (adobe).

Foto 19: Calle asfaltada .Ingreso a Tilcara

Existe un solo taller de servicio de auxilio mecánico ubicado en la única estación de servicio existente en el destino, Servicentro YPF Tampu I.

En cuanto al acceso al destino, el mismo vía transporte terrestre, puede ser en automóvil propio, taxi o remis, o bien en ómnibus. Tilcara cuenta con Terminal de Ómnibus propia, en donde 9 empresas de transporte de pasajeros prestan servicio desde San Salvador de Jujuy a distintos puntos de la Quebrada de Humahuaca, siendo que algunos de esos servicios tienen como destino final Humahuaca y otros a La Quiaca, con paradas en puntos intermedios. Dentro de las empresas que unen Tilcara con la capital jujeña y los pueblos de la Quebrada se encuentran: Evelia, El Quiaqueño, Balut,

Panamericano; JAMA; COTTA Norte, con salidas con frecuencias de 1 hora desde S.S. de Jujuy, y demoran aproximadamente una hora y media**.** Durante la época del festejo de Carnaval, las empresas aumentan sus frecuencias y la cantidad de buses para abastecer la masiva demanda que pretende llegar a la Quebrada. En las encuestas realizas parte de los turistas que se movilizaron durante este período expresaron su malestar ya que muchos debieron viajar parados en los pasillos de los buses mismo habiendo abonado el boleto correspondiente (El valor de pasaje variaba entre $13 y $16); otros se molestaron ya que las frecuencias de las buses no eran continuas y debían esperar por en las terminales largas horas.

La terminal de ómnibus de Tilcara se encuentra ubicada entre la calle Belgrano y Éxodo. Es básica, pequeña y sencilla, y cuenta con 4 dársenas para la llegada y partidas de micros (Foto 20). Cuenta con una galería cubierta donde se encuentran las boleterías de las empresas que ofrecen servicios de transporte. Posee 2 quioscos y dispone de baños públicos (que se debe abonar una pequeña contribución para usarlos).

Foto 20: Terminal de Ómnibus de Tilcara

Por vía aérea la única conexión posible la constituye el Aeropuerto Internacional Dr. Horacio Guzmán en San Salvador de Jujuy, con una sola frecuencia diaria que unifica la capital de la provincia con Buenos Aires a través de la compañías aéreas Aerolíneas Argentina (AR) y Andes Líneas Aéreas (OY).

En cuanto a las comunicaciones el destino no cuenta con diarios ni revistas propios, se abastece de aquellos provenientes de su capital (San Salvador de Jujuy) entre los mismos se pueden mencionar La Voz de Jujuy, El Libertario, entre otros, así como también los diarios y revistas a nivel Nacional (La Nación,

Clarín, etc); cuenta también con medios digitales pero a nivel provincial (no locales) como La Hora de Jujuy – Diario Digital y Jujuy On Line noticias**;** Tiene 3 emisoras de radio las cuales son Radio Rin 98.7 FM, Radio Azul FM 95.90 y Radio Manantial de Vida FM 104.50. Cuenta también con una empresa de correo privado (Correo Argentino) ubicado en la intersección de las calles Belgrano y Rivadavia. El servicio telefónico está a cargo de Telefónica de Argentina, quien ofrece servicio de Discado Directo Internacional y facilidades para adquirir líneas de teléfonos, faxes y líneas de transmisión de datos. La empresa Claro Móvil junto con Movistar (Telefónica de Argentina) brindan el servicio de telefonía celular. Por otro lado posee dos locutorios Tilcara I y II, no se observaron teléfonos públicos en las calles.

El destino está suministrado por varias farmacias y el Hospital "Dr. Salvador Mazza", en el cual se resuelven situaciones de baja y mediana complejidad, para problemas más complejos es necesaria una evacuación a la capital de la provincia.

La provisión y mantenimiento de energía eléctrica es prestada por EJESA (Empresa Jujeña de Energía S.A.), que tiene más de 5.160 clientes, y la operación y mantenimiento del alumbrado público es realizada por dicha empresa, excepto en Tilcara que se encuentra a cargo del municipio.

En el casco urbano la población cuenta con servicio de gas natural, aquellos que no cuentan con este beneficio se abastecen de gas envasado a través de empresas que comercializan el producto (garrafas).

Foto 21: Consecuencias del Carnaval.

La localidad cuenta con servicio de agua corriente y de cloacas, servicio que provee la empresa Agua de los Andes únicamente en el casco urbano y suministra el agua desde la

planta potabilizadora que se encuentra en el barrio Usina de la ciudad de Tilcara.

"*Tilcareños hicieron un corte de ruta en protesta a la obra porque sabían que el agua no alcanzaba para toda la ciudad arqueológica por la cantidad de hoteles y de habitantes que existen*" (Anexo IV). Como puede observase en la declaración del Diario "LEA, para entender a Jujuy y la Región" el inconveniente por la escasez de agua es un problema latente y de gran discusión en el destino debido a que los pilotes que proveen de agua al pueblo en muchas ocasiones no dan abasto por la cantidad de gente que se encuentra en el lugar, lo que provoca malestar no sólo en los turistas sino también en los residentes, que para hacer oír sus reclamos en varias oportunidades llegaron a realizar marchas y cortes de rutas.(Anexo IV). Durante el festejo del Carnaval estos inconvenientes se incrementaron ya que la llegada masiva de turistas acrecentó el conflicto, los reclamos por los cortes de agua se vieron reflejados en las encuestas realizadas tanto en los residentes, colocando este molestia como una de las cosas que cambiarían del pueblo, y por porte de los turistas varios se quejaron por los servicios prestados en los hoteles, ya que después de las 19.00 Hrs (horario en el cual la mayor parte de visitantes retorna a los establecimientos hoteleros para tomar un baño y posteriormente cenar) no había agua en los alojamientos.

Foto 22: Baños químicos utilizados durante el Carnaval.

En lo que concierne a la recolección de residuos, la misma se encuentra a cargo de la municipalidad de Tilcara y posteriormente es depositada en un vertedero. Durante la celebración del Carnaval el destino se encontró desbordado en cuanto a la recolección de residuos, la llegada de miles de turistas y visitantes celebrando por las calles dejó a las mismas en pésimas condiciones. Era común ver latas, botellas de

bebidas, envases de nieve espuma, vasos plásticos (Foto 21)

Esta situación se vio reflejada en los resultados recolectados en las encuestas frente al grado de satisfacción de turistas en relación a la limpieza del destino en donde, el 62% la calificó como regular. Obviamente que el destino no se encuentra todo el año en estas condiciones, hay que tener en cuenta que el hecho de ser una festividad al aire libre sumando a la cantidad de personas que participaron de la misma, condicionó la respuesta del visitante, principalmente si era recién llegado y su primer visita, como ocurrió en muchos casos.

Otro aspecto que agravó la situación y la sensación de descuido e inmundicia fue la falta de baños públicos. Durante todo el relevamiento se encontraron únicamente 10 baños químicos (Foto 22) los cuales posteriormente fueron dispersos por todo el pueblo.

La seguridad fue otro de los aspectos tomados en cuenta para analizar la percepción de la ciudad de parte de los turistas y los residentes.

Los operativos de seguridad fueron cubiertos por el cien por cien del personal policial local (Fuente extraída del diario Lea para entender Jujuy y la Región) con la colaboración de efectivos que llegaron desde San Salvador de Jujuy, no dieron abasto, pero a su vez no tuvieron hechos graves que lamentar. Estuvieron presentes efectivos policiales del Cuerpo de Protección Ciudadana, Dirección de Toxicomanía, de la Brigada de Investigaciones de Robos y Hurtos y del Cuerpo de Infantería.

Hubo robos, tres en total, dos de ellos a vehículos que procedían de la ciudad de Salta con turistas que llegaron a disfrutar del Carnaval, los malvivientes utilizando aparentemente ganzúas o elementos parecidos sustrajeron las pertenencias de las personas que se movilizaban en el rodado. Ese delito se produjo en horas del mediodía. El otro robo se produjo en una vivienda de la ciudad de Tilcara (Diario Lea Jujuy)

En el transcurso del Carnaval es consumo de bebidas alcohólicas fue

excesiva, siendo que algunas personas llegaron a perder el control por lo que generaron disturbios en la vía pública, las mismas fueron arrestadas por personal de la Seccional 14, el numero de demorados fue superior a diez personas. También hubo un episodio de violencia en la plaza central Coronel Álvarez Prado, una persona llegó a realizar una denuncia por agresión física y cuando demoraron a las dos personas inculpadas les hicieron las requisas correspondientes, una de ellas entre sus pertenencias poseía un arma blanca y la otra tenía en su poder un papelito una sustancia que aparentemente seria marihuana, pero en escasa cantidad que no llegaba al peso mínimo para hacerle una infracción, al parecer seria para consumo propio. (Diario Lea Jujuy)

Estas pequeñas situaciones se vieron reflejadas en los resultados de las encuestas ya que el 60% considera que la seguridad del destino es Buena, pudiendo percibirse que la región en general es considerada por sus visitantes como segura, siendo que ninguno de los encuestados expresó haber sido víctima ni de robos ni hurtos, y declara sentirse tranquilo en el sitio. Quienes consideraron la seguridad del destino regular, argumentaron que fue a raíz de los disturbios que se generan entre diferentes grupos durante los festejos (peleas entre lugareños, hippies y turistas).

El próximo aspecto a ser analizar, independientemente del sistema turístico, es el incremento de precios (inflación) durante los días de Carnaval.

	Época del Carnaval (Temporada Alta)	**Temporada Media y Baja**
Kilo de Harina	$ 3.75	$2.50
Hotel Viento Norte	$510 (Hab. DBL)	$ 420 (Hab. DBL)
Restaurante (Docena de Empanadas)	$42	$30
Nieve Espuma (Rey Momo)	$12	$8

Cuadro de elaboración propia.

Como puede observarse en el cuadro, es inevitable que los precios de hoteles, comidas, bebidas y muchos otros bienes (como el talco, harina, nieve espuma) no se incrementen significativamente en el destino durante el Carnaval. Es una lección básica de los principios de Economía, ya que al incrementarse la demanda por estos bienes (un desplazamiento de la curva de demanda hacia la derecha) el precio y la cantidad en equilibrio serán más altos. El incremento de precios durante esos 4 días es visible. En la primera salida de campo pudieron recolectarse los precios de los bienes y servicios durante la "temporada alta" (Carnaval) en marzo del 2011; en la segunda salida de campo, realizada en Mayo del 2011, los precios de los mismos bienes habían disminuido. El aumento de estos bienes y servicios durante la celebración aumentan aproximadamente entre un 60 y 80%.

El incremento de precios es sentido y percibido por la comunidad ya que durante las encuestas, el 82% consideró que durante los días de festejo los precios en los comercios aumentan, principalmente el sector alimenticio/gastronómico (bebidas alcohólicas, talco, harina), seguido por la industria hotelera.

Varios artesanos que tienen sus puestos en la plaza principal admiten acrecentar los valores en sus productos, justificándose que de la venta de los mismos dependen sus ingresos para mantenerse no solo durante ese mes, sino también en los posteriores.

Para que todos los componentes del sistema turístico funcionen correctamente es fundamental la presencia de un subsistema encargado de regular y controlar todo el sistema, para dicha función existe lo que llamamos *Superestructura*.

Tilcara por su parte cuenta a nivel municipal con la Dirección de Turismo de Tilcara como ente regulador de la actividad. A nivel regional se encuentra asociada a la Cámara de Turismo de la Quebrada y Puna y a la Asociación de Turismo de la Quebrada de Humahuaca y Puna Jujeña. En cuanto a organismos más específicos reguladores de la oferta turística se encuentra la Asociación de Guías de Jujuy y la Cámara de Hoteles de Jujuy y Afines. Todos

estos organismos se encuentran bajo la intervención y registro de la Secretaria de Turismo de la Provincia de Jujuy.

La falta de articulación entre los diferentes organismos públicos, y obviamente los privados, repercute en varios aspectos del desarrollo de la actividad turística en la región, incluyendo los desarrollados hasta el momento, podemos sumar ahora la falta de inclusión social y laboral de la comunidad local frente a los beneficios que genera el turismo. La falta de capacitación de los residentes es evidente. Por un lado debido a que el desarrollo del turismo en el destino no produce empleos estables, siendo que la mayoría de los mismos tiene empleos temporales y muchos de ellos son indirectos; por otro lado los niveles salariales son mínimos, rondan actualmente entre $1 y $1,5 la hora (Información obtenida a través de empleados de comercios durante el Carnaval). Casi el 50% de los residentes encuestados considera que el turismo no está incrementando las fuentes de trabajo en la región, el 31% de los mismos expresa que la causa por la cual la población local no se beneficia con la posibilidad de hallar empleo es por la falta de inclusión de la comunidad local por parte del sector privado, ya que gran parte de los emprendimientos se encuentran en manos de personas procedentes de otras regiones del país e incluso de extranjeros, quienes contratan mano de obra de afuera (Salta, Buenos Aires, Córdoba, etc.); por otro lado el 27% considera que las causas por las cuales no aumenta la posibilidad de conseguir empleo en la ciudad, se debe al desconocimiento por parte de la población local sobre los beneficios que genera el desenvolvimiento de la actividad turística el empleo.

Frente a este panorama podemos decir que la población local continúa ocupando un lugar de subordinación. Las posibilidades de capacitación, bajo el resguardo municipal a través de cursos para mozos y mucamas, determina la posición asignada a la población local. Esto es confirmado por A. Guerra quien explica: "*En algunos lugares si aumentó el empleo, como el caso de Purmamarca y Tilcara, pero tampoco es que cuentan con los mejores puestos ¿no?, los principales cargos son ocupados por gente de afuera y no de la zona. Para las tareas de mantenimiento y limpieza suelen contratar mano de obra local, para el resto no" (*Anexo I)

Dicho inconveniente ya fue percibido a nivel nacional. En el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable[82], también puede observarse que dentro del campos de actuación 1 de la Región Norte, conocido como Gestión de Calidad de los Servicios, la *capacitación insuficiente de personal de contacto* (mucamas, atención al público, etc.) se encuentra como uno de los conflictos a ser resueltos por la región, bajo la justificación que dicho personal (De información, gastronómico, hotelería, guías, choferes) son quienes tienen mayor contacto y directo con el visitante, por dicho motivo son quienes contribuyen a la creación de la imagen del destino, por lo tanto requieren una formación e instrucción que se encuentren preparados para la recepción de turistas.

Por otro lado en el campo de actuación 2 del Desarrollo de la Oferta, se plantea como conflicto la "*no inclusión de las comunidades locales en la oferta*", ya que existen carencias de integración socio-cultural, escasos espacios de participación y sectores informales no incluidos al sistema turístico. La falta de concientización, información y comunicación entre los diferentes sectores de la actividad, sumado a esto, la visión errónea de la población local al no visualizar al turismo como un factor determinante para el desarrollo local, conllevan a un estancamiento de la actividad en relación a la formación de personal capacitado para recibir y atender al turista, por lo tanto los mismos quedan al margen e imposibilitados de acceder a puestos que tengan la necesidad de tener un contacto directo con los visitantes, por dicho motivo los residentes son contratados para ocupar aquellos puestos que requieren la menor capacitación posible, siendo muchos de esos, empleos indirectos de la actividad.

Por su parte Eduardo Escobar explica que la provincia de Jujuy, nunca fue una provincia receptora de Turismo y que nunca se encontró capacitada dicha actividad, debido a que los espacios de la organización de la actividad turística siempre fueron ocupados por personas que poco sabían de Turismo. "*Acá el choripanero también lustra zapatos, el zapatero hace bollos… Siempre la*

[82] SECRETARIA DE TURISMO DE LA NACION (Actual Ministerio de Turismo). *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016*. Anexo 1. Región Norte. Buenos Aires, Argentina.

política de turismo desde el Estado ha estado en manos de gente que no comprende nada. Por ejemplo en manos de abogados, ¿Qué puede hacer un abogado para gestar una política de turismo o de conservación y preservación? Para eso están los paisajistas, los arquitectos, y esto tiene que ser multidisciplinario también. Y el abogado puede estar bien para las cuestiones de la legislación de este tipo de cosas, para controlarlas, pero no para conducir una política de turismo dentro de un Estado.

Entonces acá nosotros, nunca estuvimos preparados para esto, y hoy se sigue haciendo lo mismo, se sigue improvisando. Y al Estado siempre, para ganar una elección, siempre le interesa la cantidad y no la calidad. Se interesan por cuántas personas han venido, diciendo hemos venido una ocupación total de las plazas. Pero esto hay que verlo también en el orden de calidad, es decir qué tipo de turista viene."(Anexo III)

Como puede observarse en la declaración de Eduardo Escobar, la falta de planes, programas y proyectos de preservación y conservación en un destino se encuentran a la vista. La falta de planificación se debe a que las políticas turísticas muchas veces no condicen con la visión y las decisiones de los gobiernos actuales. Debe existir voluntad política para llevar a cabo un plan, ya que es fácil elaborarlo, pero difícil ejecutarlo, el éxito de una planificación se encuentra de la mano de decisión política. Por ejemplo como señala Escobar la conducción política actualmente se encuentra más interesada en la cantidad de personas que llegan al destino que en el calidad de los mismos, olvidándose de los problemas y conflictos que pueden generar, ya que buscan beneficios a corto plazo, sin mirar ni pensar más de allá. Por otro lado existen gran cantidad de planes y proyectos destinados al desarrollo del turismo sostenible tanto ambiental, económico como socio cultural, pero muchos de ellos no cuentan con factibilidad política, por ende no llegan a ejecutarse.

"*La cuestión tiene que ver con que siempre hay que pensar y evaluar en qué cambió o mejoró las condiciones de vida de la comunidad, y de la comunidad local sobre todo. Con eso parámetros se mide, no con la cantidad de gente, o cuantos autos pasaron, porque esos pueden haber venido a destrozas el*

pueblo y no te dejo un peso, o paró en el parque con un carpa y no te deja nada, sumado a que vienen con el vehículo lleno de bebidas, ¿qué renta ingresa así? Y esa renta que ingresa se tiene que redistribuir, eso produce un desarrollo, pero lo otro no" (Anexo III)

El desarrollo de un turismo sostenible es favorable y conveniente para cualquier destino, ya que el mismo apunta a responder y satisfacer a las necesidades presentes, sin comprometer o intentar dañar lo menos posible la posibilidad de que generaciones futuras puedan compensar también sus necesidades. Por eso es necesario apuntar a una política de desarrollo de un turismo sustentable, en donde es necesario la presencia y la conexión de los tres actores (Gobierno, Empresas y Comunidad) para formular una buena estrategia de gestión de turismo, utilizando herramientas como: nuevas tecnologías, cambios en conductas sociales, sistemas de gestión ambiental, buena legislación, mecanismos de control y monitoreo, todo esto implicado dentro de una adecuada planificación, apuntando a la llegada de un turismo responsable, educado bajo estas prácticas, los cuales dejen beneficios en el destino y no costos, que posteriormente, deberán ser pagados por los que menos tienen, la comunidad local.

Resumen de los impactos generados por el Turismo en Tilcara

IMPACTOS ECONOMICOS

Impactos Positivos:

- **Incremento de la inversión pública en infraestructura vial, servicios básicos, recreativos y culturales.**

El desarrollo de infraestructura de caminos, servicios de comunicación, de salud, cuidado del medioambiente, tratamiento de residuos (sólidos y líquidos) y los vinculados al tratamiento de cuencas y manejo del agua, son asuntos que competen al desenvolvimiento de la infraestructura del destino.

En el caso de Tilcara la Ruta Nacional Nº 9 es el acceso troncal que unifica y permite recorrer toda la Quebrada, la misma se encuentra en buenas condiciones y correctamente señalizada. Actualmente el Gobierno Nacional está realizando obras para la ampliación (para que la misma tenga doble carril en ambas manos) de la ruta. Hasta el día de la fecha (Octubre de 2011) las obras se encuentran finalizadas hasta la localidad de Yala.

En lo que respecta a la educación, el destino desde el 2006 se encuentra ubicado dentro de los municipios libres del Analfabetismo a través de la implantación del Programa de Alfabetización “Yo, sí puedo”. A su vez se mejoraron y en otros casos se restauraron varios establecimientos educativos, lo que permitió el acceso de mayor cantidad de niños y jóvenes tanto a la educación primaria como secundaria.

En lo que compete al resto de los servicios locales básicos, no existe un desarrollo acorde con el desenvolvimiento del destino, los mismos serán desarrollados en los impactos negativos y conflictos generados por el desenvolvimiento de la actividad turística en la región.

- **Inversión de las empresas privadas nacionales en**

edificaciones, instalaciones turísticas, equipamientos y similares (hoteles, restaurantes, sistema de transportes, etc.).

El auge de la actividad turística, convirtió a Tilcara en un núcleo de turismo receptivo, asumiendo el rol de un centro de estadía y veraneo del turismo regional. Esto por su lado, se convirtió en una gran demanda de espacio físico para nuevos emprendimientos del rubro. El aumento y el crecimiento en cuanto a emprendimientos hoteleros y gastronómicos (principalmente) se encuentran a la vista. Actualmente Tilcara cuenta con una oferta hotelera y gastronómica superior con la que contaba hace menos de 10 años. Durante el 2001 poseía aproximadamente con 19 establecimientos hoteleros, siendo que en la actualidad supera los 50. La declaración de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad colocó a la región como una excelente oportunidad para las inversiones, y esta situación se encontró beneficiada por la fiebre inmobiliaria desencadenada posteriormente al 2003, en donde los precios de los terrenos se duplicaron y en algunos casos superaron dichas cifras.

En cuanto al sistema de transporte, las empresas prestadoras de servicios de transportes de pasajeros (principalmente en los tramos San Salvador de Jujuy – Humahuaca) han incrementado no sólo sus frecuencias sino también su flota para abastecer la demanda turística durante todo el año.

- **Atracción de la inversión extranjera directa en los mismos rubros.**

Las inversiones principalmente en la planta turística del destino no sólo se encuentran en manos de inversionistas nacionales, sino también extranjeros, especialmente canadienses y norteamericanos.

Varios emprendimientos hoteleros se encuentran en manos de extranjeros, que llegaron a la zona como un visitante/turista más y, encantados por la belleza de la región, sumando a la facilidad que presenta la región (situación que coincide en todo el país) para el acceso en la adquisición y compra de una parcela de tierra por monedas,

decidieron invertir y establecerse en el lugar.

Impactos Negativos:

- **Inflación local: aumento de los precios en los alimentos y los bienes raíces, lo cual significa una pérdida del poder adquisitivo de los hogares residentes.**

El desarrollo del turismo, puede llegar a intervenir significativamente en el nivel general de precios y, eventualmente, convertirse en un factor inflacionario. Esta situación puede observarse en Tilcara claramente, ya que el aumento de bienes y servicios durante la celebración del Carnaval aumentan aproximadamente entre un 60 y 80%. Es inevitable que los precios de hoteles, comidas, bebidas y muchos otros bienes (como el talco, harina, nieve espuma) no se incrementen significativamente en el destino, ya que al acrecentarse la demanda, ante la masiva llegada de turistas, se debe aumentar la oferta de los mismos, y en muchos casos para regular su consumo, el precio. Sin dejar de lado aquellas actitudes que nos caracterizan como argentinos y nuestra distinguida fama de la “Viveza Criolla”, que al ver la oportunidad de recaudar mayor cantidad de dinero a costas de engañar o abusar al otro, llegan a cobrarse disparates por ciertos productos o servicios.

- **Posible especulación derivada de la demanda turística por terrenos y bienes raíces.**

Luego del 2003 en donde la Quebrada de Humahuaca fue reconocida por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad, la fiebre inmobiliaria estalló en la región. La declaración potenció todo tipo de intereses, no solo la codicia inmobiliaria por las tierras, sino la inversión en otros sectores de la actividad turística (Restaurantes, comercios, etc.). Esto se debe a que se veía en la región la posibilidad de invertir fácilmente, y en donde la compra de tierras a un lugareño por muy poco dinero, incentivó e impulsó a los inversionistas a intentar acceder en la repartición de esta gran “torta” una porción de la misma.

- **Elevación de gastos locales para el mantenimiento de infraestructura, limpieza, seguridad ciudadana y atención sanitaria.**

Para poder solventar y cubrir aquellos gastos destinados al aumento y mejora de infraestructura local, que posteriormente serán utilizados para satisfacer no solo las necesidades básicas de los residentes sino también la de los turistas, el Municipio Indígena de Tilcara necesita incrementar la recaudación de impuestos, los cuales son absorbidos mayormente por la comunidad local y no por los turistas, lo cual genera cierto descontento y malestar en los residentes, ya que antiguamente vivir en el pueblo era accesible para todos.

IMPACTOS SOCIALES

Impactos Positivos:

- **Oportunidades de empleo alternativo para personas que se encuentran desempleadas o subocupadas en actividades poco remuneradas.**

Como se analizó anteriormente, el turismo en la región actúa como una fuente generadora de empleos (directos e indirectos). La llegada del turismo en el destino posibilita la creación de mayor cantidad de puestos de trabajo, no solo en actividades propiamente implicadas al turismo sino también en otros ámbitos. Por ejemplo, varios residentes tilcareños cuentan con empleos en los cuales reciben una remuneración muy baja, y otros por su parte se encuentran directamente desempleados, ante esta situación muchos de ellos durante la llegada masiva de turistas (como por ejemplo durante el Carnaval) se dedican a la venta ambulante de bebidas y comidas, o de nieve espuma, generando así un ingreso extra en sus viviendas.

Por otro lado, gran parte de los establecimientos hoteleros y gastronómicos ante la masiva llegada de turistas se encuentran ante la necesidad de contratar mayor cantidad de mano de obra para cubrir

todos los puestos de trabajo, por dicho motivo, varios tilcareños durante los períodos de temporada alta (Enero Tilcareño, Carnaval, Semana Santa) son contratados temporalmente por los mismos.

- **Empleo directo generado en los establecimientos turísticos.**

La llegada del Turismo en cualquier destino ayuda y genera la creación de empleos directos en establecimientos turísticos, principalmente hoteleros. Tilcara actualmente cuenta con más de 50 hoteles, gran cantidad de establecimientos gastronómicos y comercios de suvenires. El arribo de turistas al pueblo estimula y obliga a los emprendedores a contratar mano de obra estable ante la necesidad de cubrir todos los puestos de trabajo fundamentales para la mejor recepción y atendimiento de los visitantes. Si bien los puestos a los cuales la comunidad local se encuentra capacitada para cubrir no son los más productivos, entiendo a los mismos como camareros, mozos, mucamas, son puestos que generan a los residentes una remuneración estable y trabajo en blanco.

- **Empleo indirecto creado en las empresas proveedoras de bienes y servicios de apoyo a los establecimientos turísticos.**

La necesidad de cubrir puestos no es sólo una exigencia para la planta turística en sí misma, sino también para aquellos establecimientos que conforman la infraestructura del destino como lo son hospitales, supermercados/almacenes, bancos, etc. los cuales necesitan la contratación de mayor cantidad de empleados para un funcionamiento adecuado, ayudando a la comunidad local a dejar de lado situaciones de desempleo.

- **Mejora del bienestar de los hogares residentes por el acceso a servicios, instalaciones, infraestructura y equipamiento turísticos.**

El desarrollo de la actividad turística generó en el destino una mejora en la calidad de vida de sus habitantes, ya que para hacer viable el desarrollo de la actividad en cuestión, fue necesaria la implementación y mejoramiento de algunos servicios tales como: el aumento del alumbrado público, la instalación de la red cloacal, la apertura de

sucursales bancarias, la llegada de internet y la telefonía satelital, el mejoramiento y la refacción de escuelas y hospitales, repavimentación de caminos, siendo que todos estos aspectos favorecen y optimizan al bienestar de la comunidad local de Tilcara.

Impactos Negativos:

- **Creación de puestos de trabajo inestables (ocupación a tiempo parcial y estacional) y precarios (salarios, condiciones de empleo y trabajo inferiores a los de otros sectores)**

En la mayoría de los casos los empleos a los que accede la comunidad local son aquellos que no poseen ni permiten un desarrollo ni desenvolvimiento importante, empleos cuyos sueldos son mínimos, que rondan entre $1 o $1,5 la hora, muchos de ellos inestables o temporales, los cuales benefician al residente durante determinadas épocas del año únicamente (temporada alta). Los tilcareños son contratados por los establecimientos que brindan servicios a los turistas para realizar tareas como mozos, mucamas, camareras, debido a la falta de capacitación de los residentes, por dicho motivo es que continúan ocupando un lugar de subordinación, en donde no pueden acceder a ocupar puestos de jerarquía superior.

- **Cambios inducidos en las estructuras organizacionales y en los roles sociales tradicionales para adaptarse a las exigencias del mercado turístico.**

La llegada del turismo provocó en las estructuras y roles sociales tradicionales un cambio en la comunidad local, ya que las mismas se encontraron ante la necesidad de adaptarse a las nuevas prácticas y actividades socio económicas, y en otros casos consideran que la “nueva cultura” es mejor o superior a la de ellos, lo que produce cierta segregación frente a su cultura. Históricamente los residentes se dedicaban a la agricultura, al cultivo de la tierra (maíz, papa, hortalizas) y a la ganadería (principalmente cría de llamas y cabras). Actualmente la llegada masiva de turistas condicionó el estilo de vida que llevaban a

cabo los residentes, y ante la necesidad de subsistencia los residentes no encontraron otra salida que involucrarse en la actividad turística abriendo, por ejemplo, sus casas como hospedajes y comedores; trabajando como guías o vaquéanos en la zona, o como mozos y camareras, o vendiendo sus artesanías en las plazas.

- **Fomento de las migraciones atraídas por las nuevas fuentes de empleo y las inversiones turísticas.**

Frente a las posibilidades de inversiones y nuevas fuentes de empleo el número de habitantes en la localidad ha crecido considerablemente en estos últimos años, un 30% o más que en el 2002. Actualmente residen en Tilcara gran cantidad de personas oriundas de Buenos Aires y alrededores. Otra modalidad de cohabitación parcial es la que ejercen muchos tucumanos, salteños y extranjeros (canadienses, norteamericanos y europeos), quienes han instalado sus emprendimientos con fines lucrativos en la localidad, principalmente hoteles y restaurantes, pero en su mayoría no residen en forma permanente en el destino.

Luego del reconocimiento de la UNESCO el aumento de la población fue intensivo. Gran cantidad de porteños actualmente residen en Tilcara. Muchos de ellos abrieron hostels, y posteriormente llamaron amigos para formar parte del emprendimiento (Caso Marien dueña del Hostel Casa Colores)

- **Pérdida de la tranquilidad de los residentes por congestión de tráfico y de personas, e incremento del ruido y residuos.**

Dicha problemática puede verse claramente durante la celebración del Carnaval, en donde la llegada masiva de vehículos provoca embotellamiento tanto en la Ruta Nacional 9 como en el ingreso a la localidad, sumado a esto el malestar de los conductores por las demoras ocasionadas, generando disturbios en las calles, gritos, confrontaciones entre automovilistas y peatones. La ciudad se vuelve intransitable tanto por sus calles como en sus veredas. El arribo de turistas modifica profundamente el ritmo y el funcionamiento normal de la localidad. La

excesiva acumulación de basura, además de ser un impacto visual negativo, altera otros elementos de la naturaleza cambiando la condición de los nutrientes de la tierra, generando problemas en los cultivos del maíz, hortalizas, etc.

- **Pérdida de la seguridad ciudadana por incremento de tensiones sociales, agresiones y actos delictivos.**

Si bien durante la celebración del Carnaval no se observaron grandes confrontaciones ni disturbios, las tensiones entre determinados grupos fueron visibles. Las discusiones y peleas entre residentes y turistas, y principalmente entre "hippies" son moneda corriente no solo durante los festejos, sino durante todo el año, ya que el primer grupo se siente invadido, y los turistas/"hippies" muchas veces presentan actitudes y comportamientos fuera de lugar provocando el malestar en los residentes. En cuanto a los actos delictivos, antiguamente Tilcara era un destino seguro y tranquilo, en donde los residentes dejaban sus residencias abiertas sin problema. Actualmente con la llegada de "gente extraña" al destino se registran eventualmente algunos robos y hurtos tanto a viviendas como a vehículos de residentes y turistas.

IMPACTOS CULTURALES

Impactos Positivos:

- **Preservación, restauración y rehabilitación de edificios, sitios, monumentos y obras históricas.**

Es fundamental tener en cuenta que Tilcara, y la provincia de Jujuy en general, cuenta con una variada y rica cultura, impregnada de la influencia de diferentes sociedades originarias ancestrales y españolas, las cuales pueden observarse en edificios, sitios, casas e iglesias históricas, que posibilitan potenciar una mayor actividad cultural. Muchas de ellas precisaban de una rehabilitación, preservación y puesta en valor adecuada. Por dicho motivo, posteriormente a ser declarada la Quebrada de Humahuaca como

Patrimonio de Humanidad, varios sitios y edificios históricos, como los museos que resguardan la historia y arte de Tilcara fueron restaurados y puestos en valor, embelleciendo el destino, siendo el principal fundamento: el goce de aquellos que llegan a la región para conocer y entender la cultura del noroeste.

- **Fortalecimiento del patrimonio histórico, la identidad cultural y la estima colectiva que potencian el atractivo turístico del destino.**

El reconocimiento y la revalorización de la cultura del noroeste en la actualidad son evidentes. Actualmente la región se encuentra posicionada entre una de las más visitadas y de "moda". Sus paisajes, su historia y su cultura precolombina, llaman la atención no solo de turistas tanto nacionales como internacionales, sino también de marcas de ropa viajan a realizar sus campañas a la región, como por ejemplo, la firma Cardón se inspiró en los carnavales de la provincia de Jujuy para su colección verano 2011, una propuesta en la que los colores jujeños y telares como el aguayo, son protagonistas. La estrategias de promoción y marketing que se encuentra llevando a cabo la región, ayuda al fortalecimiento del patrimonio y de la identidad cultural de sus residentes, ya que los mismos al ver que gran cantidad de personas viajan para conocer y ver lo que representan y son como pueblo y cultura motiva a los mismos a reforzar y asentar sus costumbres y creencias.

Impactos Negativos:

- **Deterioro de sitios históricos y monumentos arqueológicos por el tráfico peatonal y la polución vehicular.**

La falta de conciencia por parte de los turistas y la comunidad local, sumado a la falta de señalización y control por parte de los organismos encargados de la administración en sitios históricos y monumentos arqueológicos, produce deterioro en los mismos. Dicho planteo puede observarse en el Pucará de Tilcara, en donde

eventualmente pueden verse turistas caminando por encima de las edificaciones, extrayendo piedras, o pintándolo. La llegada masiva de turistas, sin un control adecuado en sitios y monumentos puede generar inconvenientes y daños, muchas veces, irreparables.

El tráfico vehicular y peatonal que atraviesa el destino durante el Carnaval es otro de los impactos generados por la llegada de turistas. Durante los días de festejos resulta imposible transitar por las calles y veredas del pueblo. Los automóviles estacionan en doble fila, incluso sobre las pequeñas veredas provocando daños en las mismas e incluso poniendo en riegos los pequeños lindantes de las casas.

- **Mercantilización de las manifestaciones culturales locales, despojándolas de su verdadera significación y autenticidad, bajo presiones de tour operadores para satisfacer a su clientela.**

Es un de los impactos más visibles. La mercantilización de manifestaciones culturales como lo es el Carnaval fue desarrollada detalladamente en el análisis del presente trabajo. Este es uno de los patrimonios más valioso que tiene el pueblo compuesto por distintas expresiones y creaciones que incluyen elementos como la música, la danza, los ritos, que hacen de la manifestación única y representativa de la cultura del noroeste, llamando la atención e interés de gran cantidad de personas. El problema comienza cuando a esta expresión se la modifica y tornea, para intentar adecuarla a los gustos y preferencias de los consumidores externos, es decir los turistas, desvirtuando completamente el verdadero significado y esencia del Carnaval. Tal es el ejemplo, del anuncio y la promoción de determinados grupos musicales, que convocan gran cantidad de espectadores, pero que a su vez poco tienen que ver con el folklore autentico de la región, incentivando la llegada de turistas que no les atrae ni les interesa involucrarse profundamente para conocer la cultura del destino, pero a su vez llega al lugar creyendo que lo que se encuentra viviendo forma parte de la cultura tradicional de la localidad. El pago de tarjeta para ingresar a los Fortines también es otra evidencia de cómo se

mercantiliza una manifestación cultural. Como conclusión se puede decir entonces que parte de la cultura expuesta al visitante, se pone en venta y se mercantiliza. Para intentar minimizar este impacto se debería establecer un sistema de desarrollo sostenible, que preserve y conserve dichas manifestaciones, en donde se involucre tanto al municipio, al sector privado como a la comunidad local.

- **Cambios irreversibles en la forma de vida, los valores culturales y patrones de consumo de la comunidad local, al adoptar comportamientos imitativos de los turistas (aculturación).**

Es otro de los impactos que puede observarse a simple vista en el destino. Como fue descripto anteriormente, el pueblo de Tilcara era una comunidad en la cual su economía se basada en la agricultura y en la ganadería, en donde producía lo que necesitaba, y el sistema de trueque para conseguir aquellos elementos q carecía con su labor, era común. Con la llegada y el desarrollo de la actividad turística gran parte de la población, ante la necesidad de insertarse en el mercado laboral, de contar con un salario, comenzó a dedicarse a la comercialización de servicios turísticos, como el alojamiento, gastronomía, y en muchos casos comercializan sus productos y artesanías locales.

El modo de vestirse, la música que escuchan, los productos que consumen, el ingreso de estupefacientes y drogas al destino, son otros de los cambios provocados por la llegada del turismo en la región. Muchos de ellos pueden llegar a ser beneficiosos para el pueblo, pero otros casos no, por ejemplo el consumo de drogas.

- **Desplazamiento de las comunidades nativas o de la población residente de su hábitat originario, debido a la expropiación o a la venta de sus tierras, bajo presiones de autoridades locales o nacionales, a favor de promotores inmobiliarios.**

Es otro de los problemas por los que atraviesa el destino. La expropiación y venta de tierras es asunto de debate entre el gobierno

y la comunidad local hace tiempo. Gran cantidad de hectáreas, las cuales “aparentemente” no tenían dueño, fueron vendidas en los últimos años, alambradas y en donde se construyeron establecimientos hoteleros o residencias particulares. Frente a esta situación varios residentes abandonaron el pueblo, muchos de ellos se radicaron en la capital, San Salvador de Jujuy, en búsqueda de una vida mejor y lejos de las presiones de determinados grupos cuyo único interés eran aquellos terrenos con valores inmobiliarios altísimos.

- **Choques culturales y comportamientos de rechazo de los residentes hacia los turistas foráneos que han creado ghettos, con poca disposición a integrarse en la sociedad local.**

Estas situaciones pueden en verse claramente durante los festejos, ya que el destino actualmente se encuentra atravesando una etapa de irritación frente al turismo, si tenemos en cuenta la clasificación que realiza Doxey (1975) para sintetizar las relaciones entre visitantes y residentes, las cuales sirven para medir el nivel de los impactos socioculturales, el destino actualmente se encuentra atravesando ciertos niveles de saturación frente a la actividad en cuestión. A esta etapa se la denomina “De Irritación”, en donde los residentes no encuentran ni visualizan grandes beneficios producto del desarrollo de la actividad turística.

CONCLUSIÓN FINAL

Conclusiones finales:

Al comenzar con la presente investigación se planteó como objetivo primordial analizar y determinar cuáles eran los impactos socio-culturales y económicos causados por la llegada masiva de turistas en la localidad de Tilcara durante la celebración del Carnaval. Popular manifestación cultural en donde se pueden encontrar innumerables restos del pasado prehispánico de la región del noroeste argentino, asociados al calendario agrícola, introducida en América a través de la conquista español, la cual posteriormente se fusionó con otras modalidades de festejar la fecundidad de la tierra. El Carnaval es simbolizado por un diablo que se desentierra de forma bulliciosa de una apacheta de piedra, brindando y bailando al compás de la música de las anatas, erquenchos, sicuris, detrás de las comparsas, por las calles del pueblo, los tilcareños se arrojan serpentinas y talco, celebrando y compartiendo su alegría a lo largo de 8 días de festejo. Antiguamente esta costumbre era solo conocida y compartida por los integrantes de la comunidad local. En los últimos años el reconocimiento internacional que cobró la Quebrada tras ser declarada Patrimonio de la Humanidad permitió que dicha manifestación cultural y otras como la Fiesta de la Pachamama, sean conocidas tanto a nivel nacional como internacional, convocando gran cantidad de personas cada año.

A raíz del enorme crecimiento y desarrollo de la actividad turística en la Quebrada de Humahuaca durante las últimas dos décadas, incrementándose dicho aumento luego de que la misma haya sido declarada por la Unesco en el año 2003 Patrimonio Cultural y Paisajístico de la Humanidad, el abrumador arribo de turistas en la región comenzó a provocar modificaciones e impactos tanto socioculturales como económicos no sólo en sus manifestaciones culturales sino también en el modo de vida de la comunidad local, estableciendo tangiblemente una distancia social y cultural entre los residentes y los visitantes.

En el presente trabajo se pudo analizar en repetidas ocasiones éstas modificaciones e impactos generados por el desenvolvimiento del turismo en la región. Para ello, como primera medida fue preciso conocer y analizar

profundamente la historia, la importancia cultural, y cada una de las características y componentes que forman parte del Carnaval, sumado al relevamiento del sistema turístico que pone en funcionamiento y facilita el desarrollo de la actividad turística en la localidad. Mediante diferentes instrumentos metodológicos de investigación, como encuestas, entrevistas y observaciones, se logró recolectar la información y experiencia necesaria para el posterior análisis y comparación de datos imprescindibles para detectar aquellos beneficios y costos que deja el desarrollo del turismo en la Quebrada de Humahuaca, principalmente en San Francisco de Tilcara.

Se planteó como principal pregunta de investigación, la cual sirvió como referente y guía a lo largo de toda la indagación ¿Cuáles son los impactos socio-culturales y económicos que genera la llegada del turismo en el Carnaval de Tilcara, provincia de Jujuy?, dentro de la cual se desprendieron sub preguntas tales como ¿Qué transformaciones recibió la celebración del Carnaval de Tilcara con el ingreso de la actividad turística en la ciudad? ¿A qué se deben estas modificaciones? ¿Cómo son percibidas por los residentes de Tilcara? ¿Cuál es la percepción de los residentes frente a la llegada de los turistas? ¿Cuáles son los beneficios y perjuicios económicos que deja la práctica de la actividad turística en la ciudad?

Esto nos lleva a afirmar, a través de los datos obtenidos durante el trabajo de campo realizado en marzo y mayo del 2011, que el turismo además de ser una actividad económica prestadora de servicios, es una forma de intercambio y conocimiento entre culturas, de acercamiento entre diferentes grupos sociales, pero dependiendo del modo a través del cual se desenvuelva y planifique dicho desarrollo los resultados obtenidos por ésta actividad pueden ser tanto positivos como negativos, dejando pérdidas y ganancias, no solo económicas, sino también sociales y culturales, para todos los actores involucrados (Estado, empresas y prestadores de servicios turísticos, comunidad local o receptiva y turistas).

El turismo puede ser una fuente de recursos muy importante que ayude al progreso y desarrollo de la comunidad. En Tilcara, como ya hemos

representado a lo largo del análisis, la comunidad local no llega a comprender ni manejar correctamente el patrimonio declarado por la UNESCO. Esto se debe a que la misma no se encuentra capacitada para la recepción de los turistas, ya que no fueron preparados para aceptar ni entender un nombramiento de semejante magnitud. Vale la pena resaltar, la importancia de que el desarrollo del turismo pase primero por la voluntad de las comunidades, es decir, una comunidad bien informada, capacitada, que conozca cuales son los beneficios y los límites de la actividad, para evitar así posteriores problemas y conflictos .

Pero para que esto suceda de manera correcta, responsables y profesionales de la actividad en cuestión tendrían que encargarse de la preservación y conservación de los destinos, incentivando el desarrollo de una actividad turística sustentable, tanto para su entorno ambiental y económico, como social y cultural.

La provincia cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico Sustentable[83], desarrollado en el año 2006, donde participaron para su elaboración sectores públicos municipales y provinciales, sectores privados, sectores académicos, ONG's y representantes de comunidades originarias, siendo su objetivo principal: " *Hacer de Jujuy un REFERENTE TURÍSTICO de la Región NORTE ARGENTINO, con una oferta turística de EXCELENCIA bajo un MARCO REGULATORIO ADECUADO, con una decidida PARTICIPACIÓN de la comunidad y de los actores involucrados, fortaleciendo la IDENTIDAD CULTURAL JUJEÑA como su principal recurso, que atraiga a los turistas del mercado regional, nacional e internacional, haciéndoles VIVIR una experiencia ÚNICA".* Dicho plan procura la aplicación de políticas que se centren en la difusión y la conservación de los atractivos naturales, culturales y manifestaciones populares, fomentadas bajo una estrategia de crecimiento sostenible, basándose en un desarrollo local y promoviendo la preservación de las culturas locales, monumentos y del entorno en donde se desenvuelven,

[83] SECRETARIA DE TURISMO Y CULTURA DE JUJUY. *Plan de Desarrollo Turístico Sustentable.* San Salvador de Jujuy, Jujuy. Argentina. Mayo 2006

posibilitando el desarrollo del sector terciario, la creación de empleos, y en donde el principal beneficiario sea el residente.

Ahora bien, contamos con la existencia de un plan y gran cantidad proyectos para poner en marcha una actividad turística basada en la sustentabilidad, entonces ¿Por qué la región continúa padeciendo necesidades e inconvenientes? Los problemas en la falta de inversión en cuanto a infraestructura y planta turística son visibles y evidentes (por ejemplo la escases de agua); la falta de capacitación de la comunidad local, la cual no le permite acceder a puestos de trabajos estables y rentables; con conflictos por la expropiación de tierras; el crecimiento descontrolado de la hotelería, sin regulación alguna; la inflación local; la mercantilización de las manifestaciones culturales son varios de los conflictos por los que atraviesa actualmente no solo Tilcara, sino la Quebrada de Humahuaca en general.

Todos estos conflictos se encuentran ligados a la falla existente en la articulación de la planificación y la conducción política, ya que, si bien se generan planes y proyectos que intentan organizar la actividad turística, estudiando los beneficios, los impactos, y la gestión del patrimonio, los mismos no son llevados a cabo correctamente, siendo que dichas situaciones se pueden observar en donde la teoría dista completamente de la realidad vivida en la región.

Por otro lado, no podemos negar que el incremento de la actividad turística no aportó beneficios en a la región, siendo algunos de ellos el desarrollo y mejoramiento de caminos, red cloacal, gas natural, progreso en lo respecta a la salud y educación básica, avance en las comunicaciones, mejorando así la calidad de vida de los residentes.

En lo respecta a la recuperación de la cultura y sus manifestaciones culturales, se presenta un doble discurso, ya que por un lado a través de la llegada de turistas se produce en las mismas lo que denominamos una “revalorización cultural” a partir del encuentro e intercambio de experiencias

entre residentes y turistas, el cual enfatiza la voluntad de revalorizar y dignificar la cultura local. Por otro lado las manifestaciones culturales, como el Carnaval por ejemplo, pueden ser influenciadas negativamente por la actividad turística dependiendo del comportamiento entre la población local y de los visitantes, y de su comercialización. Todo esto conlleva a la disminución en calidad y esencia del atractivo, lo que provoca la perdida de gran cantidad de componentes que hacen a la identidad del mismo, descontextualizando los elementos culturales que a lo largo de la historia han formado parte de dicho patrimonio.

Podemos concluir entonces que las consecuencias del desarrollo turístico sin una gestión adecuada pueden incidir de manera negativa sobre las manifestaciones culturales, especialmente a través de la denominada aculturación, en donde comienzan a perderse ciertas características y elementos tradicionales, transformándose en un espectáculo preparado para el consumo del turistas, generando lo que actualmente denominamos mercantilización cultural.

Para evitar dichos atropellos en el patrimonio intangible de una comunidad se debe apuntar y orientar la actividad turística hacia un caminando donde, proponiendo estrategias diversificadas que permitan mejorar la calidad de vida social, económica y cultural del destino, encuentren en el turismo las posibilidades para conservar, gestionar y valorizar el patrimonio histórico-cultural dentro de un modelo de desarrollo sustentable.

ANEXOS

ANEXO I

Entrevista I

Entrevista a representante de la Dirección de Turismo de Jujuy

Lugar: Dirección de Turismo de la provincia de Jujuy.

Tipo de entrevista: No estructurada – Personal – Grabada

Tiempo: 45 minutos

Fecha: 02/03/2011

Hora: 12.45 Hrs.

Entrevistador: Ma. Jazmín Mattiacci

Entrevistado: Raúl Alberto Guerra

Bueno, el comienzo de la Quebrada es la localidad de Volcán, porque desde ahí nace la Quebrada, y es ahí donde nació digamos el carnaval de la Quebrada, porque aquí en Jujuy hay otros lugares como ser la zona de los Valles, la Yungas donde tienen otro estilo de carnaval, no es el mismo estilo que los que se celebran en la Quebrada. En los de la yungas y los valles, se estila el Pin Pin, y al entrar un estilo así tipo chaqueño, con comparsas indígenas, después hay comparsas folclóricas al estilo correntino, al estilo ese han entrada en el carnaval de la zona de valles y yungas. Pero en el carnaval de la Quebrada no, se siguen empleando lo que es el Pujllay, el mojón… lo que ese enflorar el mojón, chayar el mojón, desenterrar el Pujllay, que es el Diablito, no?.. Y todo eso lleva un proceso porque comienzo con el Jueves de Compadre, sigue con el Jueves de Comadre.. Y hace unos años atrás nació lo que es el Jueves de Ahijados, que es anterior al Jueves de Compadre, eso debe haber nacido hace unos 10 años, después el de Compadre y Comadre ya es viejo, muchas generaciones anteriores a las nuestras ya festejaban esos días.. y bueno eso se festeja ahí en el Norte, donde se hacen rondas de copleadas..

En Tilcara por ejemplo, ya que vos has elegido Tilcara, se estila mucho el coplear… En el pueblo y tiene pueblitos aledaños a Tilcara que son donde se festeja el carnaval ahí bien propio, que es donde coplean realmente, el tema de tocar el erkencho, el tocar la anata, porque es como lo mas autóctono, en las orillas de Tilcara, no en centro mismo. Y no es porque sea una marginalidad, ni nada de eso… Es que ellos escasean de luz, de caminos… Normalmente el carnaval cae en verano cuando llueve muchísimo, entonces es difícil llegar a

esos lugares, ya que se cortan los caminos. Entonces ¿Qué hace la gente de ese pueblito? Tiende a divertirse al estilo de cantar coplas, tocar el erkencho, la anata… Es lo mismo de lo que estila en el pueblo pero con la diferencia, que esas generaciones más jóvenes ya han estilado de traer bandas, que distiende del carnaval más "costumbrista". Por eso te digo que las generaciones nuevas son las que están modificando el carnaval, porque son las que contratan conjuntos más modernos, llevan orquestas, llevan bandas que antes no habían… Se estilaba como te digo la anata, el erkencho, la caja, la quena… Y se bailaba igual… los carnavalitos, los bailecitos como se bailan ahora las comparsas, del miso estilo que toca Afortunato Ramos, como Tomás Lipan, e incluso ellos también lo están desvirtuando un poquito como para captar más gente. Pero después ellos en su intimidad siguen estilando lo que es mas lo nuestro.

Lo que es en la Quebrada, en Tilcara, se estila todavía ese carnaval tradicional en lugares como Wayra, Juella, son todos pueblitos que pertenecen al Departamento de Tilcara. El estilo es el mismo, se hace el mojón, se elige el padrino, bajo el ritual de padrinazgo… Que es como el que va a ser el cacique de la comparsa para el año… Ahora se le dice presidente, también hasta eso ya cambió un poco ¿No cierto? Porque antes nosotros le decíamos Cacique, y era él quien se encargaba del carnaval. No en sí de hacer él el carnaval, sino de organizarlo… ¿Y cómo lo va a organizar él? Con la gente que es de la comparsa. Por otro lado en la comparsa se elije padrino de Bandera, e incluso hasta padrino de Diablo, donde se decide como va a ser, que va a tener. Los mojoneros, que son los diablos, que se estila que en cada comparsa haya mojoneros disfrazados diablos. Ellos tienen la costumbre todavía de desenterrar más lejos el carnaval. Porque nosotros tenemos el mojón, por ejemplo de aquí a esta distancia (señalando una distancia corta), siendo que ellos bajan a la tarde cuando ya llega el carnaval al pueblo. Antes se esperaba que llegue el carnaval. Lo mejor que había eran cuando tipo seis de la tarde entraban todas las comparsas al pueblo.

Después están los pepiros, que son como los payasos, y después en Humahuaca todavía se estilan los indios con plumas. Después de Humahuaca para abajo es donde se ve un carnaval mas desvirtuado, pero los pueblitos que vienen bajando de los cerros no, ese es el autóctono. Donde se acostumbra por ejemplo el "invitar", porque también eso tenés que tener en cuenta, antes el carnaval era invitado. Vos esperabas el carnaval ¿Para qué? Digamos para invitarlo al Diablo, para invitar a la diversión a tu casa. Incluso para el carnaval el que lograba hacer su casita, ellos le dicen la "flechada". La flechada es cuando llega el carnaval y vos tenés tu casa que recién acabas de construir, invitas a la comparsa para que vaya, y ¿Qué es lo que hace la comparsa? Bueno se carnea un cordero, y con la sangre de ese cordero se hacia la

flechada haciendo una cruz en el casa, también se tiraba huevo. Y lo que dice la gente es que el huevo era la atracción del diablo y la sangre era por el color rojo, del diablo ¿no? Entonces por eso flechaban las casas, y eso se hace en esta época. Eso se hacía antes, ahora casi no se estila más. Como te digo en la ciudad ya no se hace mas, pero si vos vas a Juella o a otro lado se lo va a hacer todavía.

Bueno el carnaval finaliza con el Miércoles de Ceniza ¿No? En donde se hace la cruz de ceniza. Y no sé si viste en el Norte, si entraste a alguna casa, pero hay ramitos de oliva. Esos ramitos se los elije para el Domingo de Ramos, y los Miércoles de Ceniza la gente quema esos ramitos viejos. Con esa cenicita, es la que se lleva a la Iglesia, y ahí se bendice para llevarlo cada uno a su casa.

¿Usted considera que estas modificaciones que fueron ocurriendo en el Carnaval fueron a partir de que la Quebrada de Humahuaca sea declarada Patrimonio de la Humanidad, o ya venía modificándose años anteriores?

Si se modificó y creció. Antes había dos o tres comparsas por pueblo, y ahora hay muchas más. Hay comparsa que vos a lo mejor puedas ver cuán viejas son, cuando ves las banderas porque se ven los años que llevan. Y por otro lado hay comparsas que dicen “fundadas en el año 2005, 2004,2003”por ejemplo, que es cuando se declara Patrimonio la Quebrada, y por otro lado comienza a aumentar la población en la zona, y no precisamente pobladores locales ¿no?

¿Y la gente del lugar no se siente como invadida?

Lo que es que, te explico, la gente misma pueblera se fue del pueblo, migró a la ciudad. Un 70 % se trasladó aquí a San Salvador. El otro 25% emigran a lo que es Buenos Aires, por trabajo, en búsqueda de otro estilo de vida, que es precisamente esa gente la que vuelve para el Carnaval, que a su vez también vuelve con otras ideas, porque por ejemplo el que se fue a Buenos Aires, vuelve con otro pensamiento, hasta el que se fue aquí nomás a Salta ya vuelve diferente.

Pero hay gente que todavía se quedó en el pueblo, entonces como ellos esperan a sus familiares y que es la gente que todavía conserva la costumbre propia del carnaval. Pero por ejemplo, hay gente que son los que esperan a sus hijos, sus nietos y que cuando regresan a ellos les gusta otro estilo de carnaval, vienen con otro pensamiento y estilo al cotidiano de aquí. Y yo como costumbrista, como el pueblo, yo lo hago al estilo mío. Entonces ellos se van a festejar a su manera y otros nos quedamos y festejamos como festejábamos antes.

Pero bueno el carnaval sigue creciendo y convocando cada vez más personas ¿no?

¿El problema con la venta de tierras a extranjeros y el aumento de la planta hotelera, se pudo regular?

(Se incomodó) No, no se pudo regular nunca y es el gran problema, por eso es que varían los costos entre uno y otro.

Muchas de esas tierras, la gran mayoría van a ser difíciles de recuperar porque muchas de ellas han sido arrebatadas de la nada, o sea no las compraron ni siquiera. Llegaron y las cercaron directamente, han ido y han puesto los alambres y listo. Y construyeron cualquier cosa que no coinciden con el estilo normal de las casitas en la Quebrada. Incluso muchos con construidos han materiales que no son de la zona, pero son revestidos con los que materiales de acá. Eso pasó mucho en Tilcara y Purmamarca, le hacen las columnas y las vigas de cemento y las paredes las hacen de adobe como para calmar un poco y no generar tanto impacto visual.

La gente de la zona sigue construyendo como siempre, con la caña, el barro y la paja, para el hacer el adobe. Incluso el adobe tiene un proceso que demora en hacerse, por eso tampoco lo usan tanto los hoteleros, porque se demora mas, por eso utilizan el ladrillo que es más rápido.

Y muchas de las personas de allí que tenían una o dos hectáreas, terminan vendiéndolas y el que compra esa hectárea o media hectárea ya tiene el proyecto en la mano para llevarlo a cabo.

¿Y esos grandes hoteles emplean mano de obra local? Es decir ¿aumentó el empleo en la Quebrada en este último tiempo?

Y… En algunos lugares si, en el caso de Purmamarca y Tilcara si, pero tampoco es que cuentan con los mejores puestos ¿no?, los principales cargos son ocupados por gente de afuera y no de la zona. Para las tareas de mantenimiento y limpieza suelen contratar mano de obra local, para el resto no.

¿Y el tema de los precios durante esta temporada?

Y lógicamente aumentan, tanto en la hotelería, e incluso en la comida, todo aumenta. Desde Enero, con el Enero Tilcareño hasta el Carnaval todo aumenta. A los que vienen de afuera no les molesta porque no se dan cuenta, como vienen de afuera. Pero los viven ahí claro que si, los precios aumentan y nadie le gusta eso.

Finalizando ¿Cuentan o tienen en mente la realización de algún proyecto que apunte al desarrollo sustentable de la actividad turística en

la zona?

Y lo que sucede en ese caso es que mas político este tema. Cuando llegan proyectos y esas cosas ellos son los primeros en verlos, y dependen de ellos que se lleven a cabo o no. Es mucha burocracia eso, y se reparten las cosas a beneficio propio de cada uno ¿no? Hay gente que puede presentar un proyecto, pero no lo puede ejecutar porque hay otras personas que no lo apoyan, entonces no se llega a nada.

ANEXO II

Entrevista II

Entrevista al Secretario de Cultura de Tilcara

Lugar: Municipalidad Indígena de Tilcara

Tipo de entrevista: No estructurada – Personal – Grabada

Tiempo: 50 minutos

Fecha: 04/03/2011

Hora: 11.30 Hrs.

Entrevistador: Ma. Jazmín Mattiacci

Entrevistado: Juan Carlos Torrejón

En la época prehispánica, antes de la llegada del español, se utilizaban los calendarios de los cultivos, o sea si bien nosotros tenemos distintos registros antropológicos, no cierto? El calendario este de los cultivos…La gente era agricultora, y hacia este carnaval en base a la interpretación de la madre naturaleza. Como esta época es época de lluvia, de apareamiento y florecimiento entonces todo estaba en auge no? como dice la Pachamama, y la gente que invitaba, los vecinos que se invitaban entre ellos, siempre sacaban las cosechas y entregaban eso en agradecimiento. Cosa que se ha ido manteniendo por mucho tiempo hasta la llegada del español.

Cuando llega el español entra la gran colonización, a través de la Iglesia, cierto? Que impone otro tipo de cultura, que es la española, no cierto? Tratando de mezclarse con una parte precolombina.

Entonces dentro de lo precolombino, la estrategia del indígena, como dice Galeano en su libro, es utilizar otra estrategia para la supervivencia. Entonces suma la colonización, todos los valores impuestos por los españoles, dentro del carnaval.

Ahí es cuando se comienza a mezclar con el miércoles de ceniza, que antes no existía.

Claro hasta no estaba…El calendario Gregoriano, lo que impone, es tener organizado los tres días de carnaval previo a la cuaresma, de la semana santa. Dentro de este marco, nuestro pueblo originario respeta y se suma rápido a esta nueva modalidad que tienen los españoles, pero con la jerarquía

nuestra de que a través de ellos hacen lo que para esa época era paganismo, y para nosotros pueblos originarios era una costumbre ancestral.

Entonces se hace toda la interpretación de la cosecha, no cierto? Del apareamiento y florecimiento… y a través de ellos este… siguen con las costumbres. O sea ese sería el tema del carnaval en sus orígenes.

Ahora hagamos la interpretación, cuando la gente, cuando decimos precolombinos, ofrecen lo que ellos producen, lo que sacan de la tierra e invitan a los vecinos, y así sucesivamente en distintos vecindarios. Bueno eso ya en época de la colonización, se viene haciendo, pero ya como mezclado como te vuelvo a repetir, capaz estoy haciendo una repetición de palabras, no cierto? Llevando ya todo con respecto al calendario gregoriano y religioso.

Y participaban todos del carnaval

Claro… La buena voluntad del vecino, es ofrecerte lo que el produce, porque la mayoría eran trabajadores de la tierra, que cultivaban no? Bueno hoy por hoy así como estamos pasamos a transformarnos en un pueblo asalariado, vivimos del Estado, no cierto? Y lo que cosechamos es un sueldo a fin de mes, y ahora somos de las góndolas… Y por ahí algunos tenemos algunas huertitas comunitarias que hacen al apoyo del poder adquisitivo, que no coincide en nada con la demanda que tiene el mercado.. Algunos estamos dentro del margen de la pobreza con respecto al tema salarial, pero con respecto al tema de riqueza cultural, como los aportes que se hacen con esto delas huertitas comunitarias, logramos suprimir esta parte, o cubrir ese desfasaje que tiene nuestra economía nacional. Entonces mitad salariado, mitad huertitas comunitarias y hace el carnaval de esa forma, mezclado con lo del mercado y mezclado con todas esas cosas que tenemos nosotros en este lugar.

También hubo como una mezcla de instrumentos, ¿puede ser? Al comienzo era solo el erke, la caja y la quena, y posteriormente se incorporaron las trompetas y esos instrumentos que no forman parte de la cultura ancestral.

Bueno dejando a un costadito la parte agraria, pasemos a la parte intangible, que es la parte instrumental, música no?

Todo tiene coincidencia, todo tiene relación, aquí no hay nada que uno no depende del otro, al contrario es una armonía. El tema musical nosotros lo tratamos de sustentar a través de los instrumentos de viento que tiene nuestra comunidad, y que se utiliza en temporada, o sea, para esta fecha nosotros tenemos la caja, la copleada, erkencheada, no cierto? Que son instrumentos que llaman a la lluvia. Y después por supuesto los otros instrumentos que tenemos para el invierno, por ejemplo.

Esta interpretación de los instrumentos, es muy respetada por las comunidades campesinas que tienen todavía nuestro pueblo, pero que dentro de este turismo receptivo que tiene Tilcara, y que es un problema latinoamericano no solamente aquí… Esto de querer demostrar al turismo la cultura del lugar a veces se mercantiliza, se comercializa y se está sacando del contexto.

Muchas veces grandes conversaciones que tuvimos a nivel nacional y provincial, hemos dicho que el turismo tiene que adaptarse de acuerdo a lo que tiene la comunidad, y que la comunidad tenga que entusiasmarse y tratar de distorsionar este tipo celebraciones. O sea, que el turismo venga y que encuentre en el momento lo que tenga que encontrar, pero no nosotros llegar el paquete, como se llevó al Senado de la Nación, a través de la Senadora Fellner, a través de otro testaferro que tenemos aquí en la comunidad, es porque lleva a la Pachamama al Senado de la Nación en una olla, que es una falta de respeto.

Entonces dentro de este pensamiento, se trata de buscar al sustentable, o sea, que vengan ustedes y vean a la comunidad con la cultura en su mano, pero natural y no distorsionado ni buscando artistas. Pero vuelvo a repetir, Tilcara recibe turismo receptivo y tenemos grupos musicales que hacen este tipo de trabajo, pero que son conscientes de lo que están haciendo. Así que ese el concepto que estemos nosotros de los carnavales hoy en día.

Bueno retomando el tema de los instrumentos musicales de viento y lluvia, la gente lo tiene bien asumido a esto, sobre todo la gente campesina que trabaja la tierra. Pero nosotros ya que estamos en la parte urbana, que estamos en la parte comercial, con la globalización y todo el tema de pelear para que no desaparezca nuestra identidad, tratamos de hacerle el aguante y soporte a todas las comunidades campesinas que pueden llegar a quedar. Ese sería el tema instrumental no? Ojalá que no nos invadan como vienen haciéndolo no? Porque la otra semana esta Shakira allá en Salta, y muchos jóvenes de aquí de Tilcara y de la Quebrada, juntan sus moneditas para pagar el gasto que provoca su traslado y la estadía allá, que no es nada barato Salta, que si vos haces una sumatoria esto es una ganancia para una empresa que trabaja en eso y nuestra comunidad queda al aire, no? Entonces también nosotros le decimos a nuestra comunidad, a los jóvenes sobre todo, que tratemos de valorar lo que nosotros tenemos, y ponerle ese valor agregado para que podamos hacer promoción, que es lo que busca la gente que viene del exterior, no? En materia turística, nosotros siempre estamos hablando de este tema no?

Volviendo a los carnavales, el tema de las trompetas, el tema de las bailantas, el tema de los tropicalísimos, el tema de lo que impacta la televisión que viene desde Buenos Aires, es que la mayoría de los espectáculos que vos

lo vas a ver en el programa que te estoy entregando es que solamente nosotros colocamos la fecha nomás del espectáculo, y no colocamos la cartelera porque no estamos de acuerdo con estos espectáculos que vienen, que es exclusivamente comercial , porque el empresario que trae al grupo se lleva toda la recaudación y a nosotros nos deja un impuesto mínimo. Entonces también éste es otro impacto que provoca el turismo receptivo.

Bueno, en la Quebrada de Humahuaca, Tilcara es un corredor obligado para la gente que baja de la parte andina, sobre todo la zona de Perú y Bolivia, es un corredor obligado. Así que tenemos intercambio de conocimientos en la parte cultural permanente, modificaciones de nuestra forma de vivir, porque llegan desde las épocas ancestrales hasta ahora fue un corredor obligado.

¿Qué cree que lo hace único y representativo a este carnaval frente a otros similares, como por ejemplo los de Bolivia?

Ehh, yo estuve en Oruro, estuve en la Paz… Lo que yo noto es que vos tenés que pagar, alla se conoce muy bien el dólar y el euro, y bueno pagas, para poder participar de alguna movida, de alguna agrupación que tiene el Carnaval de Bolivia, tenés que pagar y solamente tenés que demostrar con una expresión corporal, con todo un bagaje cultural que hace a la cultura quechua-aimara no? Mezclada por supuesto con la boliviana, que es la española. Dentro de ese contexto vemos que es un corso, que vos tenés que pagar para participar, o de lo contrario tenés que ser un espectador desde la platea, admirándote de lo que todo tienen ellos, como contenido, no? Ese es el Carnaval de Bolivia, declarado Patrimonio.

Nosotros aquí, lo que nos distingue es que vos compartís con la gente, o sea aquí no hay corsos, aquí no hay espectadores, si vos participás del carnaval simplemente tenés que medirte a la altura que tiene la idiosincrasia en su costumbre. Por ahí con la gracia que causa, por supuesto este tema de la visita, que te dicen cosas que nosotros mismos no lo hacemos pero que lo quisiéramos hacer, como por ejemplo, tenés que saltar a la par del diablo, compartir con el diablo. Y bueno con esas cosas a la conclusión que llegás es que todos compartimos, participamos todos, no pagás entrada, no tenés que sentarte en una tribuna, participas con todos ellos. Eso es lo que nos diferencia de los demás carnavales que tiene la provincia, como por ejemplo los carnavales de San Salvador de Jujuy, que tiene corsos, la parte baja que también tienen corsos, y esta parte que es la Quebrada hacemos participar a la gente, sin tribunas de por medio. Entonces vos el carnaval lo vivís a full junto con la gente del lugar.

Por supuesto mezcladito con esto de la música que decíamos nosotros hoy, que no es nuestra pero que se incorpora con el repertorio nuestro. Por ejemplo

ahora la fusión esa que se hace entre la música andina con el rock, no me gusta, pro bueno hay gente que consume ese tipo de música y le gusta, entonces nosotros no les decimos que no, porque si no suena a discriminación o suena un poco a le estamos privando un derecho dentro de la Nación Argentina. Peor más allá de eso hay gente que le gusta y va, y a otros que no les gusta y bueno no van. Acá tenemos todo tipo de repertorio. Es lo mismo que vas a ver que en uno de estos días van a salir a las batucadas que vienen de Buenos Aires que organizan viajes de altos costos y vienen con su batucada y todo… Y bueno nosotros no los molestamos, los dejamos que hagan sus cosas, solo le pedimos que respeten nuestras costumbres y nosotros hacemos lo que tenemos que hacer.

Es lo mismo que te vuelvo a repetir, el carnaval que vos ves no es el mismo carnaval que te estoy relatando, sino que esta mezcladito con todo esto que estuvimos hablando, vas a tener la trompeta que son de Bolivia, que no son de acá, pero bueno que hacen el aguante al carnaval con repertorio de la gente que es de acá. Y de noche vas a tener el espectáculo bailable dónde vas a tener música taquillera que no tiene nada que ver con el carnaval nuestro, pero que están ahí para la consumición de gente joven que le gusta, que se impacta con todo lo de la tele, la radio e internet, es más comercial. Te vuelvo a repetir está de moda aquí todo el tema de lo que hace Tinelli durante el año, que son cosas que van sumando y bueno que son cosas de la globalización y del mercado.

En relación a los impactos que hubo en la quebrada, estos vienen desde la época precolombina, porque inclusive la ultima invasión que tuvimos antes de la llegada del español fue la invasión del Imperio Inca, incluso tenemos registro antropológico y arqueológico ahí que con su cultura ha logrado conquistar a las cultura nuestras, a los Omaguacas. Entonces vemos que ya hubo impactos anteriores, después durante la época de la colonia, luego con la llegada del ferrocarril y bueno ahora con todo el tema de los medios de comunicación que son fuertes. Bueno y en sumatorio yo creo que todos estos movimientos hubo siempre, de una forma u otra pero que son colonizaciones que impactan en nuestra cultura, pero ya estamos acostumbrados y tenemos estrategias para poder vivir bien, y convivir vendría a ser una estrategia nuestra.

¿Cuáles serían algunas de las estrategias para conservar y preservar, en este caso la celebración del Carnaval?

Bueno como te decía el tema este de lo que dice Galeano en su escrito… No me acuerdo que parte de Centro América era que habían prohibido el tema este de de los mojones y las apachetas porque eran paganos… Entonces todos si, hicieron caso, o sea está bien. Pero que hicieron ellos? Hacían sus ceremonias, descubrían la boquita de la Pachamama, de la Madre Tierra y

ponían una estampita de la Virgen María y lo cerraban ahí. Por eso te digo, esto es estratégicamente una supervivencia porque, pese al ojo controlador de la colonia, lograban hacer una ceremonia a la Madre Tierra transmitido a través de la imagen de la Virgen María. La Virgen de la Candelaria que está en distintos lugares de nuestro territorio y como se hace en Bolivia también lo mismo, es la interpretación a través del cerro femenino digamos que es el Cerro de Potosí, que esta puesto el manto de la Virgen, y con toda su riqueza, esta la Virgen ahí interpretando por el Cerro de la Virgen de la Candela no? Bueno entonces aquí también tenemos interpretaciones parecidas, que son utilizadas como supervivencia. Por ejemplo aquí, el Miércoles de Ceniza se termina todo y se entra en la Cuaresma, pero en ahora respetan y nos dicen sigan ustedes un poquito más, no hay problema, incluso hay gente si bien es muy religiosa la gente de aquí, hay gente que no participa de la parte a veces de la parte eclesiástica, de la parte de la Iglesia, porque está más metida en la parte del carnaval, pero bueno también tiene su aceptación en la comunidad porque los mojones que ustedes ven los entierro y desentierro cada piedra significa una intensión y la unidad.

ANEXO III

Entrevista III

Entrevista a ex Director de Turismo de la Municipalidad de Tilcara

Lugar: Dirección de Turismo de la provincia de Jujuy.

Tipo de entrevista: Semi estructurada – Personal – Grabada

Tiempo: 1.20 minutos

Fecha: 05/03/2011

Hora: 09.30 Hrs.

Entrevistador: Ma. Jazmín Mattiacci

Entrevistado: Eduardo Escobar

El carnaval forma parte de la cultura del Noroeste ¿Cuáles considera usted que son los motivos por cuales esta celebración es tan importante?

El mundo andino al ser una región eminentemente agrícola, tiene una relación directa con las deidades que existe. En el caso por ejemplo, el carnaval está ligado de una cierta manera a la agricultura ¿no cierto? Es una época en que nosotros tenemos las cosechas, entonces es un tiempo de abundancia, de alegría. Todo esto es lo que de alguna manera contrasta con mundo católico, porque si tomamos en cuenta que el Carnaval después se va a cortar abruptamente con la Semana Santa ¿No cierto? Porque la Semana Santa es una cuestión impuesta de cierta manera, que trajeron los españoles que está ligado a la época de carencia total, que es lo que sucede en Europa, por ejemplo. Acá en cambio, eso contrasta porque nosotros estamos en la época de la abundancia, la época de la alegría, en donde todos los productos de la tierra están saliendo, donde tenemos en maíz, todas las frutas, es una época de abundancia total. Entonces ¿Qué es lo que la gente hace? Es dar gracias por tanta abundancia a la madre tierra (Pachamama), y en este caso al Diablito también, ya que está muy ligado a la tierra, al interior de la tierra. Es una época en que el ser humano al levantar toda esa cosecha y tener toda esa abundancia, necesita tener este tiempo para él, para agradecer, para bailar, para todo eso. Como vino trabajando todo ese tiempo, esperando la cosecha ¿No cierto? Entonces ¿Qué es lo que es el Carnaval? Es una fiesta eminentemente religiosa, es religiosa por excelencia. Es decir que el alma y en el corazón del hombre y la mujer andino está muy metido. Ahí se ve que se

borran las diferencias de edades, se borran las diferencias sociales, todo el mundo va a salir a carnavalear. Somos iguales, es el único tiempo en que somos todos iguales… Y esto le da todos los aditivos que tenemos que tenemos, por ejemplo el taparse la cara, enharinarse y todas esas cosas hace que la persona que está detrás de todo eso no es esa persona común y corriente, sino que ahora está predispuesto y está libre para la alegría y festejar. Entonces es esto, forma parte de la cultura, a la mujer y el hombre andino no le podés decir que el Carnaval no existe, tiene que existir, es su tiempo, su tiempo de catarsis.

¿Cuáles son los elementos que caracterizan al Carnaval para hacerlo único y representativo?

Y bueno, en primer lugar que la cultura no es estática, entonces se van agregando otros elementos a lo largo del tiempo. Ni nosotros tenemos muy presente como era el antiguo carnaval. Antiguamente los elementos que existían venían relacionados directamente con los productos que nos ofrece la tierra. Es decir, por ejemplo, en un carnaval estaba presente aquello que la tierra producía desde el maíz, el caso por ejemplo de la albahaca, el caso de las frutas de la zona. Todos estos productos de la tierra, eran los componentes que existían. Después se fueron incorporando otros. Lamentablemente por el tema de la globalización y por todo lo que va aconteciendo se va desvirtuando totalmente, porque existía un carnaval que era un carnaval de las casas, de los agricultores ¿no cierto? Que se juntaban en sus casas para coplear, para señalar sus animales, porque es un tiempo también que se señalan y te marcan la hacienda que uno tiene. Entonces estos eran los elementos y los componentes que lo integran, junto con las coplas, las cajas, el erkencho. Tenemos por ejemplo las pequeñas agrupaciones que existían nada más. Hoy en día esto ha sido totalmente desvirtuado. Hoy las cosas que imponen las grandes ciudades, o los carnavales tradicionales con que se mide al país muchas veces, que son a veces los que la Presidenta hace que se tomen en cuenta, porque no se toma en cuenta el carnaval autentico, nativo, sino lo que se toma en cuenta es lo que por ahí demuestra poder ¿no cierto? Como las grandes comparsas, los grandes centros que atraen multitudes como son Gualeguaychú, Corrientes. O sea ese tipo de carnaval que es una copia de Rio Janiero ¿No cierto? Eso se toma en cuenta, y no capaz el carnaval que existió.

A toda esta globalización se van agregando otras cosas que la ciudad impone, como te vuelvo a decir, por ejemplo el tema de las nieves y todas esas cosas que ya desvirtúan totalmente todo ¿no?

Por otro lado ahora van a salir un montón de personajes de la farándula, por ejemplo. Están comprando por internet las comparsas las máscaras de la farándula. El otro día por ejemplo ya apareció Kirchner, Cristina de Kirchner

también, ahora va a parecer Ricardo Fort ¿Entendés? Entonces estas cosas son, y agregale a esto lo masivo o a esta necesidad que tiene el urbano o el tipo de las grandes ciudades para escaparse de ahí, de las paranoias, de lo que es la violencia que existe, la inseguridad. Lo que genera toda esa necesidad de escaparse entonces y venir a lugares donde todavía se tiene como un cierto imaginario de que son lugares tranquilos y donde puede hacer lo que uno quiere ¿no cierto? Y que por otro lado aquí también se está perdiendo.

La otra cuestión que existía era que el carnaval antiguo era la gratuidad total, o sea que, eran invitaciones que te hacían donde la gente comía, donde almorzaba, era un compartir ¿no cierto? Hoy en día esto se ha mercantilizado tremendamente también. Es el caso de los fortines por ejemplo, que vos podés ir a ver cuánto cobran una tarjeta o cuánto cuesta formar parte de ese círculo ¿no cierto? Eso no existía, vos ibas a la casa o a un fortín, si bien eso suena como a milico ¿no? Fortín es como algo militar pero vos tenías la libertad de ir, de divertirte y te convidaban las cosas, era un compartir. Pero hoy con esta cuestión masiva, donde todo es mercantilismo, es difícil todo esto ¿no?

A su parecer ¿Cuál es el momento más representativo y emotivo de esta celebración?

Bueno el desentierro, es un momento muy emotivo porque por un lado es el momento en que se saca al Diablo del interior de la tierra y que es el momento que ahora si todo está como permitido, es el momento de la alegría. Entonces creo que tiene una cosa especial. A todo eso agregale todas las tonterías que hoy se agregan ¿no?, que ya vienen Los Tekis, todas esas cosas que, te vuelvo a decir, son un show, un espectáculo que no existía, no había antes.

Y hay una gran demanda de espacio para formar mojones, porque como el mojón es una representación, es la madre tierra, la Pachamama. Pero también es poder, si vos tenés un mojón vos tenés poder ¿Entendes? Si no mañana me peleo con mi comparsa, después me voy a otro mojón y hago otra comparsa. Y no sé hasta qué punto se sigue manteniendo esa profundidad que tiene que tener, me parece que el mojón no es una cuestión que puede surgir en cualquier lado, ni en cualquier hora ¿ Entendés?

En el programa, elaborado por el poder, es decir por la Municipalidad, que es la que maneja esto, estamos viendo claramente… Los Cucharones por ejemplo, salen dos chicos golpeando cucharones y eso parece que es representativo y forma parte de la cultura ¿Cómo puede ser que dos personas salgan golpeando dos cucharones y sean representativos de la cultura? Me parece que no, y no parecen cosas que por ahí son mucho más profundas como por ejemplo, cosas que hace el campesino no aparece en el programa

eso. Es porque está pensando con la cabeza occidental, está pensado para venderle a un público, a un turista que viene y consume esas cosas. Y el turista que piensa que es el original, y hay toda una confusión tremenda, porque uno piensa que eso es lo autentico que vivís lo autentico, y no es así.

Pero te vuelvo a decir, tampoco está mal, yo creo que las crisis son necesarias y que la cultura no es algo estático te lo voy a decir miles de veces, porque no hay que ser dogmático, no puede haber un milico o una milica que diga *No se hace así, se hace tantos pasos, se hace esto, aquello,* tampoco podemos hacer eso porque la cultura es dinámica y se agregan cosas, pero la esencia de todo se tiene que mantener, lo esencial tiene que estar siempre, eso es lo que no se negocia. Y a veces en este mercantilismo se negocia hasta lo esencial… Porque no nos extrañemos cuando se forman pseudos actos culturales diciendo que tenemos que dicen que eso es cultura, y son pseudos actos culturales ¿no cierto? Orientado hacia la demanda del turismo.

¿Por qué considera que el Carnaval tiene la fuerza para convertirse en un atractivo turístico tanto a nivel nacional e incluso internacional?

Porque el poder que manejan los medios de comunicación vende esto…Al que le interesa la cantidad y no la calidad, por ejemplo, vende esto. En todos los países del mundo, el poder económico ha tomado las expresiones culturales para venderlas, siempre, en todos lados, hasta en reservas de Estados Unidos, son verdaderas reservas, hay encierros de aborígenes para venderlo turísticamente. Entonces los que manejan los medios, les conviene, porque los que manejan los medios tienen sus intereses económicos metidos en todos lados.

No se piensa en función de pequeños emprendimientos, donde hay contacto con la familia, no, se piensa en cosas masivas y todavía es mejor si se puede hacer una selección el día de mañana de qué tipo de turismo nos interesa que venga, que tenga un alto poder adquisitivo, que ya no van a ir mas a las casitas de familia y a compartir con doña Genera, no van a venir ahí ya, van a ir a los grandes hoteles, hoteles boutique y todas esas cosas que se están formando.

Así que es el poder económico, el poder político y el poder de los medios manejan y orientan a la corriente turística.

¿Fue a partir de la declaración de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad que esta celebración se fue modificando con mayor fuerza?

No, ya había una tendencia a transformarse porque por más que la declaración como patrimonio haya sido todo un acontecimiento digamos que si bien hubo un antes y un después, también la Quebrada de Humahuaca con sus

10.000 años de historia constituía un atractivo en sí mismo. Ya tenía una jerarquía ya, no podemos decir.

El tema del patrimonio de la humanidad vino a potenciar otros tipos de intereses capaz ¿no? Por ejemplo, la voracidad de la inmobiliaria por las tierras, la inversión de gente ¿no cierto? De lavado… Que venía a invertir aquí porque es fácil. La compra de la tierra de un campesino a veces por nada, por muy poco dinero, para poder construir ahí donde se sembraba, donde había una linda parcela sembrando hoy hay un hotel por ejemplo. Entonces estas cosas son las que llegaron después de la declaración. Pero todo esto tiene que ver con la falta de un plan de gestión, tiene que ver una necesidad de participación de la comunidad ¿no cierto? Si bien es cierto de que se nos vende el discurso de que la comunidad participó, hay que buscar mecanismos para que participe. Participar no es ir a una reunión y ser pasivo, participar tiene otro mecanismo, es otra cosa, se logra a través de talleres, y no talleres de gente que ya viene a orientar, eso no es participar. Es como las reuniones de la escuela donde la maestra dice “veni y sentate acá y bailá y hace las cosas en este mosaico”, pero eso no es participación.

La provincia entonces ¿no se encontraba capacitada para la recepción del turismo?

Esta provincia nunca fue una provincia receptora de turismo. Es diferente a Salta, por ejemplo, Salta tiene otra visión de las cosas. Entonces nosotras nunca pudimos hacer eso, porque acá, por ejemplo, el choripanero también lustra zapatos, el zapatero hace bollos ¿entendés? Y no para. ¿Qué quiero decir con esto? Siempre la política de turismo desde el Estado ha estado en manos de gente que no comprende nada. Por ejemplo en manos de abogados, ¿Qué puede hacer un abogado para gestar una política de turismo o de conservación y preservación? Para eso están los paisajistas, los arquitectos, y esto tiene que ser multidisciplinario también. Y el abogado puede estar bien para las cuestiones de la legislación de este tipo de cosas, para controlarlas, pero no para conducir una política de turismo dentro de un Estado. Cada zapatero a su zapato ¿entendés?

Entonces acá nosotros, nunca estuvimos preparados para esto, y hoy se sigue haciendo lo mismo, se sigue improvisando. Y al Estado siempre, para ganar una elección, siempre le interesa la cantidad y la calidad. Se interesan por cuántas personas han venido, diciendo hemos venido una ocupación total de las plazas. Pero esto hay que verlo también en el orden de calidad, es decir qué tipo de turista viene.

Y la otra cuestión tiene que ver con que siempre hay que pensar y evaluar en qué cambió o mejoró las condiciones de vida de la comunidad, y de la

comunidad local sobre todo. Con eso parámetros se mide, no con la cantidad de gente, o cuantos autos pasaron, porque esos pueden haber venido a destrozas el pueblo y no te dejo un peso, o paró en el parque con un carpa y no te deja nada, sumado a que vienen con el vehículo lleno de bebidas, ¿qué renta ingresa así? Y esa renta que ingresa se tiene que redistribuir, eso produce un desarrollo, pero lo otro no.

¿Considera usted que la llegada del turismo está ayudando económicamente a la provincia o no?

Siempre va a haber un ingreso, siempre va haber un aumento, seguramente que sí. Por algo en Tilcara tenemos más de 100 hoteles, yo creo que sí, que el tema del turismo ha mejorado. Lo que pasa es que estamos en una situación en la cual nos ubicamos en el pico, pero si eso no se sostiene, no se mantiene, puede caer y puede llegar a ser un destino totalmente obsoleto, totalmente rechazado el día de mañana, si es que no se conserva y se empieza a gestar una política clara de conservación y preservación ¿no cierto? Y sobre todo de gestión que es muy importante.

¿Y proyectos para llevar a cabo eso existen?

No, no hay. Y cuando hablo de gestión, hay que saber gestionar para aquellos que menos tiene. Para que la pequeña unidad productiva del local, del pueblerino, del que da ese valor agregado de conocer su cultura, que habla con la gente, que habla de lo suyo, a eso es a lo que hay que apuntar para fortalecer y a eso es a lo que tiene que apuntar la gestión para conseguir financiamiento, para que ellos mejoren. No el que puede vender dos o tres departamento en Buenos Aires y puede mejorar su unidad, pero que le falta ese valor agregado que lo autentico, lo del lugar, eso que hay aquí, y eso no existe allá.

A su parecer ¿Qué medidas habría que tomar para que la llegada de turista no impacte de manera negativa en la región?

Bueno, esto tiene que ver, te vuelvo a decir con la planificación de un destino. Acá se necesita un ordenamiento del tránsito, no puede haber una sobrecarga, porque la sobrecarga de un recurso o de un destino sabés que es limitado. La infraestructura también debe desarrollarse.

Acá hay que saber diferenciar bien lo que es la infraestructura del equipamiento, porque acá se mezcla todo. Cuando hablamos de infraestructura estamos hablando de aquellos beneficios que una comunidad tiene que gozar, tenga o no tenga turismo. ¿Qué significa? La seguridad, la educación, la salud, las cloacas, el agua. Esto por ejemplo no hubo una adecuación, tenemos la misma cantidad de hace 50 años, o sea creció todo lo demás ¿no cierto?

Creció la demanda, creció todo esto pero no hubo una adecuación. Entonces, los grandes hoteles que pueden tener grandes reservas de miles de litros lo pueden hacer y el pobre que no puede tener grandes reservas se queda sin agua, se le corta el agua y se le corta, porque llueve dos gotas y se corta el agua.

Entonces esto es fundamental cuando se arma una planificación del destino. Esto es también la inversión que se tiene que hacer, y aquellos recursos que ingresan, aquella renta que ingresa por la actividad, se tiene que distribuir ¿no cierto? Para fortalecer la infraestructura, el equipamiento es privado, y la tiene que fortalecer el inversor privado. Lo que tenés que fortalecer es la infraestructura, es decir caminos, esto, aquellos, es decir todo lo que hace a que un destino funcione como tiene que ser.

Entonces yo creo que es fundamental una planificación, es fundamental esto que estábamos hablando, no puede ser un destino así de desordenados. Fijate San Pedro de Atacama, es un destino consolidado. Vos no podes ir sino tenés una reserva y acá dicen “no vamos igual, total dormimos en la plaza, dormimos en los vehículos” pero ¿Dónde vas a hacer tus necesidades? Lo tenés que hacer ahí al lado, y eso contamina, y hace que un pueblo a los dos o tres días tenga un olor que no podés ni respirar. Gracias a Dios llueve, entonces ahí por lo menos se lava todo un poco. Y eso trae consecuencias para la salud también, cuando se incurre en esto.

Entonces por eso digo que un destino tiene que ser planificado, tiene que ser controlado. Cuando el Estado está ausente, entonces si sucede eso. Es el Estado con la comunidad, con un consejo, tiene que funcionar asociaciones, tiene que trabajar con el Estado para poder controlar todo esto.

Y otro de los problemas, es que el político piensa siempre a corto plazo, al bolsillo del momento. Piensa que tiene que hacer, que tiene que ganar mucha plata porque le queda poco tiempo, por más que haya intendentes como el nuestro que hace años como Feliz Pérez que esta acá, pero bueno, pero igual sabe que el tiempo es corto ¿Entendés? Nadie planifica a largo plazo, entonces el político sabe que tiene que ganar pronto, o sea todos los impuestos es todo para esa gestión, para poder seguir manteniendo el sistema y todos los obsecuentes alrededor para que le sigan votando y le sigan manteniendo. Estas cosas suceden en todos los lugares donde no hay se

ANEXO IV

CARNAVAL TILCAREÑO 2011

Tilcara le ofrece los tradicionales platos de comidas y bebidas de los carnavales consistente en papa chocio queso y asados, acompañado de chicha y saratoga

SABADO 05 de Marzo: A partir de Hs. 14: Apertura y Desentierro del Carnaval Grande en todo el Departamento de Tilcara.

SÁBADO 05 y DOMINGO 06 de Marzo: PEÑA de LOS TEKIS

LUNES 07 de Marzo: De Hs. 14 a 22 en el Tinglado Municipal:

INVITACIONES DE LA MUNICIPALIDAD

LOS GOZAIRAS - LOS PECHA PECHAS - AHIJADITOS - SUMAY TACOS - LOS BARREÑOS - VIEJOS CHOCLOS - COPLEROS DE JUELLA - FLOR DEL DURAZNO - PASEANDEROS DE JUELLA - UNION ALEGRES DE LA BANDA - LOS PIMPAS - LOS POCO PERO LOCOS - CAPRICHOSOS - PUENTE DE LA DIVERSION - FLOR DE CORTADERA - COMPARSA LOS CUCHARONES - COMPARSA NO SOMOS NADA

JUEVES 10 de Marzo: "CARNAVAL INFANTIL" A partir de Hs. 10: MUESTRA DE DISFRACES Y BAILE

FORTINES

LOS MIMOSOS - LAS SALAMANCAS - LOS POROTOS
LOS CHUPACHICHIS - LOS PILPINTOS - LOS TILCAREÑOS
LOS OREJANOS

SÁBADO 5 de Marzo: Desentierro del Carnaval, Flia. Carrazana "Los Mimosos"

DÍAS 6, 7, 8, 11, y 12 de Marzo: A partir de Hs. 12: Bailes y Almuerzo en el Quincho (calle Rivadavia).

DOMINGO 13 de Marzo: Entierro del Carnaval "Los Pilpintos" Flia. Jiménez.

ORGANIZA Y AUSPICIA
Municipalidad Indígena de TILCARA

PROGRAMA DEL CARNAVAL TILCAREÑO 2011

AGRUPACION LOS PIMPAS

(La Banda. 3 km. de Tilcara)

Viernes 04 de Marzo: Hs. 19,00: *Desentierro y baile.*
Lunes 07 de Marzo: Hs. 15,00: *Salidas a invitaciones.*
Martes 08 de Marzo: Hs. 12,00: *Almuerzo comunitario, local flia.. Sánchez.*
Viernes 18 de Marzo: *Invitaciones, Entierro y Baile en local de flia. Sánchez)*

COMPARSA DE HUICHAIRA

Jueves 03 de Marzo: *Jueves de Comadres.*
- Hs. 12,00: *Almuerzo comunitario en el salón.*
- *Desentierro del carnaval y Chayada de Mojón*
- Hs. 18,00: *Entierro del carnaval.*

COMPARSA FLOR DE CORTADERA

Sábado 05 de Marzo: Hs. 12,00: *Desentierro en Av. Costanera (laguna).*
Días 05 - 06 - 07 y 12 de Marzo: *Bailes entrada Libre, en su local. Invitaciones en diferentes lugares.*

COPLEROS FLOR DEL DURAZNO

Domingo 06 de Marzo: Hs. 17,00: *Desentierro en el mojón.*
Días 06 - 09 - 10 de Marzo: *Bailes con la animación "La Nueva Imagen y la Gran Sonora".*
Miércoles 09 de Marzo: Hs. 12,00: *Encuentro de copleros.*
Domingo 20 de Marzo: *Carnaval de Flores. Entierro del carnaval.*

COMPARSA LOS AHIJADITOS

Jueves 03 de Marzo: *Jueves de Comadre: Almuerzo, chayada de mojón y baile.*
Sábado 05 de Marzo: Hs. 14,00: *Desentierro del carnaval, en Av. Costanera Río Grande.*
Días 06, 07, 08, 12 de Marzo: *Invitación en los diferentes lugares.*
Domingo 13 de Marzo: *Entierro del carnaval.*

COMPARSA LOS ALEGRES DE MALKA

Jueves 03 de Marzo: Jueves de Comadres en el Tinglado Municipal, Baile y almuerzo comunitario.
Sábado 05 de Marzo: *Desentierro en el mojón Alto de Malka.*
Días 06 - 07 y 12 de Marzo: *Bailes.*

COMPARSA LOS BARREÑOS

Sábado 05 de Marzo: Hs. 15,00: *Desentierro del carnaval. Salida a diferentes invitaciones.*
Días 05 - 06 - 07 - 08 - 12 de Marzo: *Bailes en local.*
Domingo 13 de Marzo: *Entierro del carnaval y Gran Baile.*
Domingo 20 de Marzo: *Carnaval de Flores.*

COMPARSA LOS CAPRICHOSOS

Sábado 05 de Marzo:
Hs. 12,00: *Almuerzo comunitario.*
Hs. 14,00: *Desentierro del Carnaval, atras de la cancha del Club Belgrano.*
Días 05 - 06 - 07 - 08 - 11 - 12 de Marzo: *Bailes públicos*
Domingo 13 de Marzo: *Entierro del carnaval.*

MOJONES DE LAS COMPARSAS DE TILCARA
Garganta De Diablo
Bº San Francisco
Bº Alto de Malka
Bº La Falda
El progreso
Bº Usina
SORPRESA
AVERRO
RIVADAVIA
BOLIVAR
PADILLA
VILLAFAÑE
BELGRANO
RIO GRANDE
RIO HUASAMAYO
RUTA NACIONAL nº 9
Bº Radio Estación
a HUMAHUACA
Bº Villa
Bº Villa las Rosas
Cerro de La Cruz
al Pucará
Mojon de las COMPARSAS
1-Pocos Peros Locos
2-Los Caprichosos
3-Los Compadres
4-Puente de la Diversión
5-Los Alegres de Malka
6-Fortineros de Tilcara
7-Los Ahijaditos
8-Los Pecha Pecha
9-Los Gozairas
10-Viejos Choclos
11-Flor de Cortadera
Fortines Tilcareños
Peña los Tekis
Clima....seco-templado
T. max.....30° C (enero)
T. min....-4° C (julio)
T. Media....18-20° C
NO ARROJE ESTE FOLLETO EN LA VÍA PÚBLICA
Huacalera
Rio Grande
Juella
La Banda
TILCARA
Alfarcito
Maimara
Mojon de las COMPARSAS
12 -Los Paseanderos de Juella
13-La Flor del Durazno
14-Los Alegres de la Banda
15-Los Pimpas
16-Los Barreños
17-Flor del Cardon
18-Sumay Tacos
19-Corazones alegres
MUNICIPALIDAD INDÍGENA
DE TILCARA

PROGRAMA DEL CARNAVAL TILCAREÑO 2011

COMPARSA LOS GOSAIRAS

Sábado 05 de Marzo: *Desentierro del Carnaval al lado de la ruta 9.*
Días 06 - 07 - 08 - 12 - 13 de Marzo: *Visitas a las diferentes casas del Pueblo y Baile en el salón de los Gosairas.*
Domingo 13 de Marzo: *Entierro y despedida del carnaval.*

COMPARSA LOS PASEANDEROS DE JUELLA

Sábado 05 de Marzo: **Hs. 19,00:** *Desentierro en el Mojón de Juella con la animación de Los Tímidos.*
Hs. 22,00: *Baile en Salón Los Paseanderos de Juella.*
Domingo 06 de Marzo: *Topamiento con La Unión Alegre de La Banda.*
Lunes 07 de Marzo: **Hs. 14,00:** *Visitas en Juella.*
Martes 08 de Marzo: *Visita al Pueblo de la Banda.*
Miércoles 09 - 11 de Marzo: *Visita a Tilcara.*
Sábado 12 de Marzo: **Hs. 21,00:** *Elección de Reina de la comparsa.*
Domingo 13 de Marzo: *Entierro del carnaval.*

COMPARSA LOS PECHA PECHA

Sábado 05 de Marzo: *Desentierro del en el cerro de Sarahuaico, luego continua con las invitaciones juntamente con las Banda "Los Insaciables".*
Días 06 - 07- 08 - 12 de Marzo: *Invitaciones en diferentes domicilios.*
Domingo 13 de Marzo: *Entierro del carnaval.*

COMPARSA POCO PERO LOCOS

Sábado 05 de Marzo: **Hs. 12,00:** *Desentierro en el mojón de Bº Pueblo Nuevo.*
Días 05 - 06 - 07 y 12 de Marzo: *Bailes en el Centro Vecinal.*
Domingo 13 de Marzo: *Entierro del Carnaval.*

COMPARSA LOS SUMAY TACOS

Viernes 04 de Marzo: **Hs. 13,00:** *Desentierro en el salón de Sumay Pacha, y Baile.*
Días 06 - 07- 08 - 09 - 13 y 14 de Marzo: *Bailes en el salón de Sumay Pacha.*

COMPARSA UNION ALEGRE DE LA BANDA

Miércoles 02 de Marzo: **Hs. 21,00:** *Desentierro en el mojón de la Banda y Baile.*
Días 06 - 07- 08 - 09 - 12 de Marzo: *Invitaciones en el lugar.*
Domingo 13 de Marzo: *Entierro del carnaval.*

AGRUPACION LOS ANDARIEGOS

Jueves 03 de Marzo: **Hs. 12,00:** *Almuerzo y desentierro en el mojón ubicado unión de Av. Costanera.*
Domingo 13 de Marzo: **Hs. 22,00:** *Entierro del carnaval.*

AGRUPACION LOS VIEJOS CHOCLOS

Miércoles 09 de Marzo: *Desentierro del Carnaval en Bº Usina.*
Jueves 10 de Marzo: *Entierro del Carnaval.*

COMPARSA EL PUENTE DE LA DIVERSION

Miércoles 09 de Marzo: *Desentierro en el mojón ubicado a orilla del Puente (pucara)*
- **Hs. 12,30:** *Almuerzo comunitario en el quincho Municipal, ubicado sobre calle 25 de Mayo.*
- **Hs. 15,00:** *Desentierro. Actúan Banda Los Tigres del Norte- Banda Wara- Alvis Dee Jockey*
- *Baile*

Jueves 10 de Marzo: *Entierro del carnaval.*

COMPARSA LOS CUCHARONES

Viernes 11 de Marzo: **Hs. 12,00:** *Almuerzo en el Quincho Municipal.*
- **Hs. 14,00:** *Desentierro del carnaval en el Huasamayo(lado del Pucara)*
- **Hs. 20,00:** *Entierro del carnaval.*

COMPARSA NO SOMOS NADA

Sábado 05 de Marzo: **Hs. 12,00:** *Desentierro del carnaval, frente al Hotel de Turismo.*
- **Hs. 20,00:** *Entierro del carnaval.*

ANEXO V

PREGÓN On Line. San Salvador de Jujuy. Año XI- Nº 3430

Fecha: 14 de Julio de 2006

En defensa de sus artesanos

Un capítulo más del desacuerdo con la permanencia de los denominados "hippies" en la plaza "Coronel Alvarez Prado" de Tilcara y en sus alrededores, se produjo en la tarde del miércoles en esa ciudad. Empleados del municipio local, mantuvieron un tenso intercambio de palabras al advertirles que debían desalojar la calle Marcelino Vargas y ubicarse en el tinglado municipal, donde sí pueden exponer y comercializar sus artesanías respetando las ordenanzas vigentes. Personal del área Control Comercial, relataron a este medio que alrededor de las 16 de ese día, se apersonaron en la arteria citada para entregarles una cédula de notificación, que los intimaba a abandonar el lugar. Pero como respuesta recibieron la negativa de varios de ellos y muy molestos, adujeron que el predio que se les destinó por parte del Ejecutivo Municipal, no reúne las condiciones mínimas de salubridad y rentabilidad.
A pesar de la negación la situación no pasó a mayores, evitándose así la puesta de escenas lamentables y vergonzosas ante la mirada de los numerosos turistas que por esa hora recorrían el espacio verde central donde están ubicados los artesanos del pueblo. Además, fueron comunicados que si persistían con su posición de desobedecer lo establecido en los instrumentos legales vigentes, se iba a proceder al secuestro de sus productos y dar intervención a los órganos competentes.

"Esta situación no es de ahora, hace varios años atrás que se viene repitiendo lo mismo", declaró el intendente Félix Pérez al ser consultado por el escenario planteado-. Los vecinos, los artesanos tilcareños y los que venden productos hace bastante tiempo en la plaza y sus inmediaciones, manifestaron su desacuerdo total con la actitud de estas personas que "sólo aparecen en temporadas altas para hacer su negocio perjudicando a las familias tilcareñas que necesitan de la ayuda de los turistas".

El Ejecutivo Municipal, negó rotundamente que esté discriminando a "los artesanos residentes y visitantes" (como así se hacen llamar en una nota que está circulando en el pueblo tilcareño), por haberlos ubicado en el tinglado municipal, donde este año realizó los espectáculos folclóricos del Enero Tilcareño y hay vendedoras del mercado municipal. Y aclaró que la calle en cuestión ubicada entre el edificio municipal y la plaza, será ocupada por la Feria de Productores Familiares de los Valles, donde también tendrá su lugar la Corriente Clasista y Combativa.

"Siempre defendí a los artesanos tilcareños y los voy a seguir haciendo. No es posible que ellos trabajen a lo largo de todo el año esperando estas épocas para vender sus productos y vengan de afuera a fastidiarlos. Los "hippies" saben muy bien que en Tilcara no tendrán inconvenientes si respetan a toda nuestra comunidad y no avasallan sus costumbres, tradiciones y derechos que conservan celosamente y los defienden porque es parte de su vida diaria", agregó.

ANEXO VI

Articulo Revista Noticias

(Año XXIX N° 1544 29 de julio 2006, Pag 84, 85, 86)

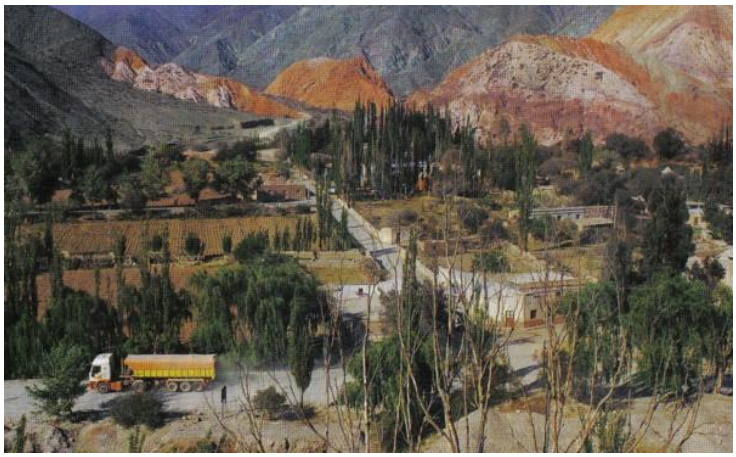
Revolución en la Quebrada

La revalorización de las tierras y el boom turístico se contraponen con reclamos indígenas. Peleas entre nativos, hippies y nuevos emprendedores.

A simple vista no hay señales del conflicto que se gesta por lo bajo. Con ritmo cansino, kollas y mestizos circulan por las callecitas polvorientas. En la plazas de Tilcara, Purmamarca y Humahuaca los artesanos ("hippies con tatuajes", para los nativos) ofrecen su mercancía a los cada vez más sofisticados turistas, que se alojan en los nuevos complejos hoteleros. El sonido suave del siku tapa murmullos y quejas de una convivencia difícil en pleno paraíso andino: la Quebrada de Humahuaca.

Custodiado por montañas, ese valle jujeño de 155 kilómetros de longitud, es una tierra codiciada para buenos negocios desde que en julio del 2003 la Unesco lo declaró Patrimonio Mundial de la Humanidad. El valor del terreno se disparó -en algunos lugares se multiplicó por seis- y desató una fiebre inmobiliaria. "Todo el tiempo están apareciendo supuestos dueños de las tierras", se queja Jesús Olmedo, sacerdote de Tilcara, quien comparte su preocupación con pobladores de las distintas comunidades aborígenes.

"Hace un año fui testigo de lo que pasó en Yacoraite. Vino gente de Buenos Aires, con papeles, y sacaron a las familias de la comunidad. Entraron al lugar con una topadora, pusieron rejas de diez metros de alto y un cartel que decía 'Propiedad privada. Prohibido el paso'", relata Olmedo. Los emprendedores porteños tenían planes de construir cabanas, pero la fuerte protesta -bajo el lema "El patrimonio somos nosotros"- hizo que desistieran del proyecto, según describe el religioso.



De a poco, el paisaje y la infraestructura se transforman para recibir a un visitante de paladar fino, en busca de una experiencia extravagante, pero cómoda. "Cambió la vista del pueblo. Antes tenía casas sencillas, blancas y de un solo piso. ¡Ahora se está por construir una de tres plantas! Lo que molesta es que ahora caminas y querés ver el cerro de enfrente y hay un hotel de dos pisos que te tapa todo", cuenta Marina Vilte, de 13 años, la célebre habitante de Purmamarca, que protagonizó la película "Una estrella y dos cafés" junto con Gastón Pauls (ver recuadro).

PLAN RETRASADO. Son 28.000 los habitantes desparramados a lo largo de la quebrada,

que en su momento fue la vía de comunicación entre el Alto Perú y el Virreinato del Río de la Plata. La mayoría reside en las ciudades más importantes (Tilcara, Humahuaca y Tumbaya) y se dedica al pastoreo, la agricultura y. ahora, al turismo. El 40% de las tierras es de propiedad privada, es decir, pertenece a personas físicas o jurídicas que poseen títulos; y el 60% restante es de propiedad fiscal, según consta en el sitio oficial del Gobierno de Jujuy.

Para evitar atropellos, los aborígenes exigen que se cumpla con el Programa de Regularización y Entrega de Tierras a los Pueblos Originarios, y finalmente se les reconozca la propiedad colectiva de gran parte de esos terrenos. De hecho, en mayo pasado, el Tribunal Contencioso Administrativo de Jujuy dictó un fallo en el que obliga al Estado provincial a resolver la situación en un plazo de 15 meses y lo insta a que se abstenga de entregar a particulares las tierras afectadas para la transferencia a las comunidades aborígenes.

Los nativos temen que la alta cotización de cada milímetro de esa región destruya su sueño milenario. Hoy, el metro cuadrado en las principales localidades cuesta alrededor de $200, mientras que antes del 2003, el precio oscilaba entre $20 y $30, según las distintas fuentes consultadas.

Por eso, las comunidades pretenden acelerar los tiempos y, como parte de esa estrategia, el lunes 24 tenían previsto hacerle el reclamo al propio Néstor Kircher. Pero el Presidente suspendió a último momento su visita a Tilcara, donde iba a anunciar obras públicas y a inaugurar una escuela, y sólo viajaron ministros y funcionarios. La explicación oficial justificó la ausencia por problemas de agenda, pero los reclamos indígenas habrían sido determinantes para el faltazo, versión de la que también se hicieron eco los diarios La Nación y Ámbito Financiero. Sin embargo, miembros de agrupaciones indigenistas lograron entregarle un petitorio a los enviados de la Casa Rosada.

AVIVADAS CRIOLLAS. Una llamativa movida judicial advirtió sobre una nueva picardía nacional. De repente, en el 2003, comenzaron a llover pedidos de prescripción adquisitiva, un mecanismo previsto en la ley 14.159, que permite convertirse en poseedor de un terreno a alguien que, de manera pacífica y durante 20 años, lo habita, cuida, mejora y paga los impuestos correspondientes.

Se sospecha que muchas de esas presentaciones son irregulares: con nombres prestados, sin cumplir con los requisitos necesarios, o solicitando el dominio de lugares insólitos. "Se hicieron pedidos de prescripción adquisitiva de inmuebles, en algunos casos ubicados en lo que ha sido declarado patrimonio histórico, como el Pucará, Los Amarillos y el Colorado", sostiene el senador radical Gerardo Morales, quien presentó pedidos de informes y proyectos de ley sobre el tema.

El legislador cita como ejemplo el expediente B-104865 caratulado "Genoveva Robles de Ruiz c/ Estado Provincial s /prescripción adquisitiva". Allí, la demandante intenta ser reconocida como titular de una porción-...¡del Pucará de Tilcara! Esa fortaleza aborigen es ahora uno de los principales atractivos turísticos del lugar. Con el objetivo de evitar estos ardides, la Legislatura provincial suspendió estos procedimientos durante 180 días hábiles y modificó la reglamentación. "Creo que vamos a tener problemas con la Unesco porque es muy rigurosa con las reglas de conservación del patrimonio. Está primero la preservación antes que el turismo", dice Morales.

HIPPIES GO HOME. Dicen que Tilcara es hoy el nuevo Bolsón, la ciudad imán de hippies en los '70. Los lugareños desconfían de esos "artesanos porteños con tatuajes" o "gringos" que se mudaron al lugar atraídos tanto por la belleza imponente y la tranquilidad como por las billeteras abultadas de los turistas.

"El problema con los hippies es legal. Si ellos quieren vender, tienen que hacer los trámites y esperar la autorización, no instalarse directamente en la plaza. El tema pasa por la Justicia, pero parece que ahí se le da la razón a los que hablan más bonito", argumenta, ofuscado,

No me sueltes Carnaval.

Félix Pérez, el intendente de Tilcara.

Héctor Tizón, prestigioso escritor jujeño y también juez del Superior Tribunal de Justicia, advierte sobre los peligros de este enfrenta-miento: "Me parece que hay una especie de xenofobia que yo de ninguna manera comparto. La gente no es mejor por haber nacido y sido criada en Tilcara. No son dos mundos incompatibles. Creo que deberían convivir y enriquecerse mucho recíprocamente".

Luego de sus viajes como diplomático y de un exilio forzoso, el autor de "La belleza del mundo" y "Extraño y pálido fulgor", entre otros libros, volvió a su Yala natal, donde reside actualmente. Conocedor profundo del paisaje y los personajes del norte argentino, y despojado del folclore pintoresco y estereotipado, ve con buenos ojos la integración de las diferentes culturas: "Las leyes deben proteger realmente la tenencia de las tierras, y no la tradición. La tradición por la tradición misma no es más que la expresión del conservadurismo. Hay un peligro de aislamiento, o de caer en lo que se llaman "las reservas" en los Estados Unidos, donde hay profesionales de Pieles Rojas. La gente va ahí y paga una entrada para ver cómo viven".

JESICA Bossi

ANEXO VII

TN – Todo Noticias HD

Éxodo turístico: hay congestión en las salidas por el fin de semana largo

Viernes 4 de Marzo del 2011 | 06:49

Miles de personas se movilizan durante el fin de semana largo a las principales ciudades turísticas del país. Los dos días del feriado "carnavelero", que volvieron a implementarse en todo el país después de 35 años, generaron un intenso movimiento en la terminal de Retiro con la actividad de unos 2400 micros. Ayer, por la ruta 2 llegaron a pasar unos 2300 autos por hora. Por la tarde el número de automóviles descendió a 1.100, pero seguía congestinada la autovía más importante de la provincia, al punto de que en varias oportunidades en el peaje de San Borombón tuvieron que levantar las barreras.

Los carnavales **"serán un aliciente importante para fomentar el turismo interno"** dijo Patricia Vismara, subsecretaria de Promoción Turística de la Nación y destacó a Entre Ríos y Corrientes, con una celebración parecida a Brasil, y a las provincias del norte, con impronta de la cultura indígena.

Las reservas hoteleras, un indicador clave para vislumbrar cómo es el aporte turístico en los principales destinos, no bajan del 60% y, en algunos casos como la Costa Atlántica bonaerense, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos y el norte, oscilan entre el 80% y la plena ocupación, según los operadores turísticos consultados.

La Costa Atlántica y los distintos centros turísticos bonaerenses se preparan para recibir el primer fin de semana largo del año con un nivel de reservas que supera el 70% promedio en los alojamientos de mayor categoría.

Según datos aportados por los municipios, **los destinos en la costa registran los mejores valores de reservas en establecimientos de 4 y 5 estrellas,** cabañas, apart y hoteles gremiales.

En la región serrana los distintos operadores manifestaron "alentadoras perspectivas de ocupación plena. Por ejemplo en los complejos de cabañas hay un promedio del 92% de reservas", precisó un comunicado de la Secretaría de Turismo bonaerense.

Indicó, además, que los destinos de ríos y lagunas "**prevén más del 95% de solicitudes en establecimientos de 4 estrellas**, y un 70% en los índices de reservas de hoteles 3 estrellas".

Pablo Fernández, presidente del Ente Municipal de Turismo de Mar del Plata (EMTUR) no dio porcentajes de reservas, pero vaticinó un fin de semana largo "muy bueno".

También mencionó como indicadores "**la buena perspectiva climática, la gran cantidad de adicionales de ómnibus, las ofertas gastronómicas y los espectáculos teatrales".**

Juan Carlos Buchelli, responsable de Turismo de Pinamar dijo que en ese partido "los hoteles de cuatro estrellas y aparts ya cuentan con reservas que rondan el 95%, mientras que en Cariló la ocupación estará al 100%. Las reservas fueron con 15 días de antelación".

La responsable de Turismo de Miramar, María Eugenia Bove, aseguró que "las reservas para esta época de carnavales en Miramar se realizaron desde enero y, hasta ayer, es del 75% en hoteles y aparts".

Gustavo Sosa, director de Promoción Turística del Partido de la Costa, adelantó que "las reservas llegan al 80%, siendo los hoteles de tres y cuatro estrellas los más solicitados por los turistas en este fin de semana largo".

Efraín López Raposo, titular de Turismo de Mar Chiquita, contó que las reservas "llegan al 75%", y añadió que en el partido de Mar Chiquita será "un fin de semana largo lleno de actividades deportivas y culturales".

Walter Fonte, secretario de Turismo de Villa Gesell, adelantó que cuentan "con 30 mil plazas hoteleras, las cuales ya se encuentran reservadas en un 85%".

En todas las localidades balnearias se celebrarán desfiles de murgas y distintas actividades culturales, deportivas y recreativas los días de carnaval.

En Corrientes, el gobierno provincial en forma conjunta con el Ministerio de Turismo de la Nación realizará un festejo especial porque los carnavales correntinos cumplen 150 años y "trabajamos para re-posicionarlo ya que habían quedado rezagados respecto a los de Entre Ríos", dijo Patricia Vismara, subsecretaria de Promoción Turística Nacional.

Este trabajo se vio reflejado con una importante cantidad de reservas que ya

hay en las distintas ciudades como la capital, Goya o Esquina, d**onde el carnaval será el epicentro y al atracción principal de los turistas, dijeron operadores.**

Vismara destacó que "el Carnaval del Norte, que no era tan difundido o tan conocido, este año salió con mucho vigor a captar una porción de mercado para los fines de semana largos, y en especial el de Carnaval", que se celebra del 5 al 8 de marzo.

En este sentido, la capacidad hotelera en la Quebrada de Humahuaca, al norte de la provincia, y en la región de la Yunga, al este, se encuentra colamada, según informó la Cámara Hotelera de Jujuy.

Joaquín Carrillo, vicepresidente de la entidad, dijo que **"hace dos meses se hicieron las reservas para Humahuaca"**, donde el carnaval tiene rasgos andinos, y ahora en la zona de la Yunga, donde las expresiones más genuinas son de origen guaraní, como el baile del Pin Pin.

Según Carrillo, la falta de alojamiento en los centros de interés carnavaleros, con seguridad, "derivará a los visitantes a otras ciudades como San Salvador de Jujuy".

En San Luis, las reservas hoteleras para este fin de semana están en el orden del 90% en la ciudad capital de San Luis, y el circuito serrano chico (Juana Koslay, Potrero de los Funes, El Volcán, El Trapiche y La Florida) y de alrededor del 75% para Merlo y la costa del Comechingones.

En Entre Ríos, los centros termales de Federación, Colón, Chajarí y Vila Elisa, entre otros, registran una reserva plena, mientras que Gualeguaychú, epicentro del carnaval entrerriano, este año decidió extender los corsos hasta el lunes próximo, **lo que derivó una ola de reservas sin precedentes entre los turistas.**

ANEXO VIII

Diario: LEA, para entender a Jujuy y la Región.

Interior >> *Tilcara*

Varios accidentes de tránsito en la Quebrada de Humahuaca

10/03/2011

En los últimos días se produjeron varios accidentes automovilísticos, uno solo con el trágico saldo de tres personas fallecidas; los demás tuvieron resultados heridos de consideración y daños materiales. Se registraron distintos tipos de colisiones con daños materiales como única consecuencia, lo único que fue fatal fue el accidente que sucedió sobre la ruta nacional número nueve a la altura de la localidad de Tumbaya Grande con tres personas muertas, una de sexo masculino y dos de sexo femenino, donde resultaron protagonistas un colectivo de la empresa Panamericano y un auto Fiat Aventura y la dependencia policial que intervino es la Seccional 12 de la localidad de Volcán, desde donde se dio intervención al Juzgado de Instrucción de turno.

Otros de los accidentes se produjo el pasado martes 8 de marzo, aproximadamente a las veintidós horas, sobre la ruta nueve a la altura del paraje Angosto El Perchel con la participación de un colectivo de la misma empresa con un auto particular que viajaba desde el norte hacia el sur. El colectivo se traslada de sur a norte y sufrió daños materiales a la altura de la zona donde está ubicado el conductor. Según las primeras investigaciones el conductor del vehículo pequeño habría perdido el control de su rodado y fue a impactar con un lateral del colectivo. Dos ocupantes del auto sufrieron golpes y algunas contusiones por lo que fueron trasladados al Hospital Pablo Soria de la ciudad de San Salvador de Jujuy.

En Maimará, a metros del acceso norte, también se produjo un accidente, fue en horas de la madrugada del miércoles 9 de marzo, el conductor de un auto Fiat Palio de color gris, dominio HVD 125, habría perdido el control del mismo y se habría salido de la cinta asfáltica sin llegar a colisionar con otro vehículo. Afortunadamente no hubo víctimas fatales que lamentar.

Hubo también robos, tres en total, dos de ellos a vehículos que procedían de la ciudad de Salta con turistas que llegaron a disfrutar del Carnaval, los malvivientes utilizando aparentemente ganzúas o elementos parecidos sustrajeron las pertenencias de las personas que se movilizaban en el rodado. Ese delito se produjo en horas del mediodía. El otro robo se produjo en una vivienda de la ciudad de Tilcara.

En el transcurso del Carnaval fue mucho la consumición de bebidas alcohólicas y algunas personas llegaron a perder el control por lo que generaron disturbios en la vía publica, las mismas fueron arrestadas por personal de la Seccional 14, el numero de demorados fue superior a diez personas. También hubo un episodio de violencia en la plaza central Coronel Álvarez Prado, una persona llegó a realizar una denuncia por agresión física y cuando demoraron a las dos personas inculpadas les hicieron las requisas correspondientes, una de ellas entre sus pertenencias poseía un arma blanca y la otra tenía en su poder un papelito una sustancia que aparentemente seria marihuana, pero en escasa cantidad que no llegaba al peso mínimo para hacerle una infracción, al parecer seria para consumo propio.

La gente que llegó lo hizo en cantidades incalculables, todas las calles se encontraban rellenas de personas que se trasladaban a pie porque en automóvil era imposible, pero a pesar de esa situación no hubo demasiados inconvenientes como batallas campales o peleas de grupos, solo disturbios menores que fueron controlados por los efectivos de policía que formaron parte de un operativo de prevención de accidentes y delitos.

ANEXO IX

Diario: LEA, para entender a Jujuy y la Región.

Interior >> *Tilcara*

El problema de agua necesita una solución rápida y definitiva

15/03/2011

El problema de la falta de agua potable no es un inconveniente que haya sucedido únicamente durante el Carnaval 2.011 por la gran cantidad de gente que llegó a la ciudad de Tilcara o por las lluvias intensas que acompañaron los festejos, es un problema de mucho tiempo atrás, primero por la escases de lluvias, después por la cantidad de lluvias y más tarde al parecer por la gran demanda los piletones se habían quedado sin liquido.

Los vecinos de la ciudad de Tilcara se encuentran muy molestos por esta situación y mucho más los del barrio Sumay Pacha, quienes se quedaron sin el vital servicio durante varios días.

En dialogo con este medio un vecino manifestó que el tiene conocimiento que había un proyecto para extraer agua desde la quebrada de Huichaira, ellos trabajan en la construcción de las viviendas del barrio Sumay Pacha y por la falta de agua hicieron cortes de rutas en varias oportunidades porque se paralizaban las obras en dicha quebrada.

Ellos buscaban de esa forma las soluciones para ese proyecto que es viable porque existe un ojo de agua que tiene una gran cantidad de líquido que podría abastecer a la ciudad de Tilcara y a las zonas aledañas.

El desconoce los trabajos que se hicieron, pero sabe que era un proyecto a ejecutar en tres etapas, el cree que la primera se realizó.

Agregó que en una oportunidad él supo que estaban trabajando las maquinas y que quedó la obra paralizada porque un grupo de gente no quiso que el agua llegara desde ese lugar, hubo

también acciones de políticos.

El barrio de Sumay Pacha en la actualidad recibe agua desde la planta potabilizadora que se encuentra en el barrio Usina de la ciudad de Tilcara y por esa razón cuando tomaron la decisión de realizar ese acueducto desde los depósitos hacia el barrio mencionado, ellos hicieron un corte de ruta en protesta a la obra porque sabían que el agua no alcanzaba para toda la ciudad arqueológica por la cantidad de hoteles y de habitantes que existen.

Mencionó también que ahora el barrio Sumay Pacha no tiene agua y si se hubieran ejecutado el proyecto no tendrían los problemas que tienen en la actualidad, era una obra pensando en el futuro.

El agua para el proyecto llega a las zonas bajas de la quebrada de Huichaira desde un lugar que se denomina Aguas Marías y por la cantidad de líquido se podría decir que alcanzaba para alimentar a Maimará, San Pedrito, Sumay Pacha e inclusive la ciudad de Tilcara.

Por último aseguró que ellos sabían que la gente de Jujuy apenas realizaba el acueducto que hicieron de Tilcara a Sumay Pacha iba a paralizar la obra de Huichaira, ellos se conformaron con dar un poco de agua y sacarlos de un apuro, nada más.

Como se hizo la primera etapa al parecer existe un dinero depositado para la finalización del proyecto.

Cuando el barrio Sumay Pacha no tenia agua potable los vecinos hicieron varios cortes de ruta para obtener ese servicio y en la actualidad se desconocen los motivos de la continuación de esa obra que al parecer tendría la solución que todos necesitan. No se sabe si falta decisión política o si la pelea entre funcionarios de la comisión municipal de Maimará y la municipalidad de Tilcara por la jurisdicción de Sumay Pacha pudo haber influido en su momento la continuidad del proyecto.

Lo único a ciencia cierta es la escasés de agua potable y falta de gestión para alcanzar una solución.

ANEXO X

Diario: LEA, para entender a Jujuy y la Región.

Interior >> *Tilcara*

Miles de personas vivieron a pleno el Carnaval

07/03/2011

En la tarde del viernes en los barrios periféricos de la ciudad de Tilcara desenterraron las comparsas más pequeñas de la zona como Los Sumay Tacos y Los Pimpas, de igual forma ocurrió en la localidad de Maimará con Los Afligidos. El Carnaval se inicio el pasado miércoles con la Unión Alegres de la Banda, luego siguió con el Jueves de Comadres y estos desentierros, que fueron la antesala de la locura total del Sábado Carnaval con miles de personas en los mojones de los Pocos pero Locos en Tilcara, de Los Ácidos y Casastchok en Maimará.

Fue una fiesta total para la gente de la zona y para los que llegaron de distintos puntos de la provincia y del país. Desde muy temprano la ruta estuvo poblada de automóviles que recorrían hacia el norte en forma incesante. Fue un éxodo de autos hacia la Quebrada de Humahuaca, los lugares elegidos la ciudad histórica y Tilcara, donde estuvieron actuando Los Tekis. Las calles de esas dos ciudades eran intransitables durante el sábado y domingo, daba la sensación que todos los habitantes de San Salvador de Jujuy y Salta capital estuvieron bailando con las comparsas de la zona. Todas ellas tuvieron gente, algunas en mayor

cantidad y otros en menor medida.

Bailaron desenfrenadamente hasta altas horas de la noche, no hubo cansancio, solo emoción, risas, diversión total. No hubo una sola persona que no tuviera talco y papel picado en su cabeza, ni espuma, tres elementos indispensables para jugar entre grandes y chicos porque nadie, absolutamente nadie quiso perderse el Carnaval.

Aquellas personas que aprovecharon la ocasión para vender empanadas, pan, comidas al paso, también salieron a festejar, pero después de llevar a cabo sus actividades. Quienes estuvieron enfermos, intentaron recuperarse para estar con sus comparsas y con los amigos disfrutando a pleno una fiesta que hace común a todos.

ANEXO XI

Observación I

Fecha: 05 de Marzo 2011		**Hora:** 12.30	**Observador:** Jazmín Mattiacci		
Lugar:		**Actitud del Observador:** Participante/No Participante			
	Malo	**Regular**	**Bueno**	**Muy Bueno**	**Excelente**
Seguridad				X	
Sanitarios		X			
Seguridad Médica	X				
Limpieza		X			
Iluminación					
Señalización		X			
Entrada: SI NO	**Valor:**				
Instrumentos musicales: Hay una comparsa, Pocos Pero Locos (es su mojón), quienes contrataron varias bandas soportes para la espera del grupo principal, LOS TEKIS. Bandas no coinciden con la tradición de la región (son bandas que tocan música popular como la Cumbia). En lo que respecta de a la comparsa en sí cuentan con trompetas, erques, cajas y bombos.					
Música: Variedad. Se encuentran tocando música popular argentina (cumbia). En algunos momentos se corta el momento con canciones tradicionales de la Quebrada como los carnavalitos y las sayas.					
Danzas: De acuerdo a la música que suena en el momento, los individuos bailan al compás de cada estilo, es decir tanto cumbia como carnavalitos.					
Disfraces/Trajes: Hay varios Pujllay (diablitos) con trajes coloridos, varios niños también disfrazados de diablitos; otros tienen máscaras de toros o diablos. Personas ajenas a la comparsa cuentan con máscaras de diferentes tipos.					
Gastronomía: En el entorno que rodea la celebración solo puede observarse un stand donde se vende únicamente bebidas. La oferta es: Gaseosas, Fernet, Cerveza y Vino. NO VENDEN AGUA!					
Otros elementos: Hay varios vendedores ambulantes que comercializan espuma (Rey Momo) y talco con papel picado.					
Comportamiento de los residentes: Personas de todas las edades. Ambiente festivo y familiar. Llaman a la gente a participar del desentierro del Pujallay colocándole talco en la cabeza a los espectadores. Se encuentran todos juntos alrededor del mojón chayando (se ofrece lo que la madre tierra –Pachamama- les da. Como ejemplo maíz, tabaco, vino)					
Actitud de los Turistas: En un primer momento distante en su mayoría, algunos se atreven a aproximarse al mojón. Cuando comienza a sonar la música empiezan a mezclarse con los participantes de la comparsa y a bailar junto a ellos. Sacan fotos, juegan con espuma (de manera agresiva), arrojan talco y harina en los ojos de los demás.					
Otras Observaciones: Consumo de alcohol en exceso por parte de los residentes y los turistas. Gran presencia policial. No cuentan con sanitarios en las proximidades.					

ANEXO XII

Observación II

Fecha: 05 de Marzo 2011		**Hora:** 14.30	**Observador:** Jazmín Mattiacci		
Lugar: Av. Costanera Rio Grande.		**Actitud del Observador:** Participante/No Participante			
	Malo	**Regular**	**Bueno**	**Muy Bueno**	**Excelente**
Seguridad				X	
Sanitarios	X				
Seguridad Médica	X				
Limpieza		X			
Iluminación					
Señalización		X			
Entrada: SI NO	**Valor:**				
Instrumentos musicales: Comparsa Tilcareña llamada Los Ahijaditos. Cuentan con instrumentos como cajas, quenas, bombos, erkes, trompetas.					
Música: Canciones solo con melodías y también algunas que hacen alusión al carnaval y a la comparsa en sí misma. Todos los integrantes cantan.					
Danzas: Carnavalitos, saltos al ritmo de sus banderas.					
Disfraces/Trajes: Varios diablitos y diablitos. Quien encabeza la comparsa tiene en sus manos el Pujllay recién desentarrado.					
Gastronomía: No se ven puestos de comida ni de bebidas.					
Otros elementos: Hay varios vendedores ambulantes que comercializan espuma (Rey Momo) y talco con papel picado.					
Comportamiento de los residentes: Comparsa compuesta por lo que puede observarse principalmente por gente joven. Cada uno desempeña un rol diferente (diablitos, abanderado, músicos, animador de comparsa). Todos se encuentran contentos algunos de ellos con exceso de alcohol. Beben Chicha y Saratoga (ofrecen a los turistas pero no aceptan)					
Actitud de los Turistas: Poca presencia de turistas y se encuentran alejados detrás de la comparsa. Sacan fotos, beben cerveza y juegan con espuma y talco.					
Otras Observaciones:					

BIBLIOGRAFIA

- ACERENZA, Miguel Ángel. *Promoción Turística: un enfoque metodológico.* 1993. Editorial Trillas
- ALTÉS MACHIN, Carmen. *Marketing y Turismo. Editorial Síntesis*. Madrid, España. 1995
- ANDER- EGG, Ezequiel. Introducción a la Planificación. 15 Edición. Editorial Lumen. Colección Política, Servicios y Trabajo Social. Buenos Aires, Argentina. 1995.
- AREVALO, Javier Marcos; "Los Carnavales como bienes culturales culturales intangibles. Espacio y tiempo para el ritual"; Trabajo de Investigación; Universidad de Extremadura.
- BAJTIN, Mijail; "La Cultura Popular en la Edad Media y en el Renacimiento" –el contexto de Francois Rabelais: Alianza Editorial; Madrid; tercera reimpresión; 2003. (Editado y publicado en ruso por Editorial Literaria de Moscú)
- BAUMGART Fritz. "Historia del Arte" Ediciones del Serbal; España, Barcelona; 1991.
- BOULLON, Roberto. *Planificación Física del Turismo*. Ed. Trillas. México, DF. 2001
- BOULLON, Roberto. *Las actividades turísticas y recreacionales: El hombre como protagonista*. 3 Edición. Editorial Trillas. México, DF. 1990
- BUTAUFOCO,L. HERNANDEZ, M. *Diferentes procesos de patrimonialización: La Quebrada de Humahuaca y la Ciudad Sagrada de Quilmes. ¿Participación o imposición?.* Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA)
- BUTLER, R. W., (1980): «The Concept of a Tourist Area Cycle of

Evolution. Implications for Management of Resources», *Canadian Geographer* Vol. 24 (1), pp 5-12.

- CARDENAS TABARES, Fabio. Comercialización del Turismo. Determinación y análisis de mercados. Ed. Trillas. México, DF. Cuarta reimpresión. Agosto 1999.

- CASANOVA, E. El Pucará de Tilcara. (Antecedentes, Reconstrucción, Guía). *Publicación No.1*. Facultad de Filosofía y Letras, Museo del Pucará de Tilcara, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.1968
- CHIOZZA. E. Atlas Total de la República Argentina. Centro Editor de América Latina. Buenos Aires, Argentina. 1982.

- COOPER, C., FLETCHER, J., GILBERT, D. and WANHELL, S., (1993): *Tourism. Principles and Practice,* Pitman, Great Britain

- COSMELLI IBÁNEZ, José Luis. Historia de la Cultura Argentina. Editorial El Ateneo. Buenos Aires, Argentina. 1992

- DOXEY, G.V., (1975): «A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants. Methodology and Research Inferences», *Proceedings of the Travel Research Association,* 6th Annual Conference, pp. 195-198, Salt Lake City.
- ENDERE, María luz. *Arqueología y legislación en Argentina. Cómo proteger el patrimonio arqueológico*. UNC, serie monográfica-volumen 1, Olavarría, 2002.
- FABIAN, Guillermo. *Entidades Mitológicas del norte Argentino. Una representación desde la ilustración*. Ideas del Norte. Salta, Argentina.2010.
- FEHGRA ARGENTINA. Argentina Manual Teorico Turistico. Hoteles y Restaurantes. 2 Edición. Buenos Aires, Argentina. 2004
- GARZA CUELLAS, Eduardo. *Comunicación En Los Valores*. Ediciones Coyoacán. México, DF. Segunda Edición. 1998

- GIDDENS, Anthony. *Sociología*. Alianza Editorial. 4º Edición.

Madrid, España. 2001

- GREBE VICUNA, María Ester. Culturas Indígenas de Chile: un estudio preliminar.

- HERNANDEZ MARTIN, Raúl. *Impactos económicos del Turismo. El papel de las importaciones como fugas del modelo.* Sector Exterior Español, Revista ICE. Nº 817, Septiembre 2004

- LOPEZ SANZ, Gregorio. GOMEZ BORJA, Miguel. VILYE, Silvia. *Los modelos de gestión en ciudades patrimonio de la humanidad: un estudio comparativo entre España y el norte de Argentina.* Universidad de Castilla La Mancha.

- LOSADA, Flora. *Paradojas Identitarias de la Quebrada de Humahuaca. En la emergencia de los nuevos actores sociales*. CUADERNOS FHyCS-UNJu, Nro. 31:33-52, Año 2006.

- MALDONADO, Carlos. *Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta.* Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS).Organización Internacional del Trabajo (OIT). Documento de trabajo 79. Ginebra, Suiza. 2006

- MARONESE,Leticia.. *Turismo Cultural II*. Ministerio de Cultura. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. 1a ed. - Buenos Aires : Comisión para la Preservación del Patrimonio Cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2009

- MARTIN Alicia, “Temas de Patrimonio Cultural II Comisión para la preservación del Patrimonio Histórico – Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, Editorial Eudeba.

- MARTINEZ, R. GOLOVANEVSKY, L. *Economía y empleo en Jujuy.* Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Santiago de Chile, Chile. 2010.

- MATHIESON, A. WALL, G. Toursim. Economic, Phsycal and social Impacs. Longman Scientific & Technical. UK. 1982

- McINTOSH, GOELDENER, RITCHIE. *Turismo: Planeación, administración y perspectivas.* 2 Edición. Editorial Limusa. México, DF. 2001

- MOLINA, Sergio. Conceptualización del Turismo. Ed. Limusa. México, DF. 2000

- PAGINAS AMARILLAS. *Agenda Turismo. La guía más completa para planificar vacaciones y escapadas*. Páginas Amarillas. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2006-2007

- PEARCE, D., (1989): *Tourist Development,* 2d ed., Longman Scientific and Technical, Great Britain
- PLOG, S., (1977): «Why Destination Areas Fall and Rise in Popularity», en Kelly, E.M. (ed), *Domestic and International Tourism,* Institute of Certified Travel Agents, Mass, Wellesley.
- RAMIREZ BLANCO, Manuel. Teoría *General de Turismo*. Editorial Diana. 2º Edición. México, DF. 1994.

- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, "Diccionario de la Lengua Española", Editorial Espasa Calpe S.A., Argentina, 2005

- REBORATTI, Carlos (coord.) *La Quebrada*. Ed. La Colmena. Buenos Aires, 2003.

- SABINO, C*. El proceso de investigación.* Editorial Panapo, Caracas. 1992

- SAMPIERI, R y otros. *Metodología de la investigación*. 3ª edición. McGrawHill México 1991

- SANCHO, Amparo. *Introducción al Turismo*. Organización Internacional del Turismo OMT. 1º Edición. España, Madrid. 1998

- SECRETARIA DE TURISMO DE LA NACION (Actual Ministerio de Turismo). *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016*. Anexo 1. Región Norte. Buenos Aires, Argentina.

- SECRETARIA DE TURISMO Y CULTURA DE JUJUY. *Plan de Desarrollo Turístico Sustentable.* San Salvador de Jujuy, Jujuy. Argentina. Mayo 2006

- SIXTO VAZQUEZ ZULETA. *Bienes Culturales Populares de la Quebrada de Humahuaca*. 5a. Edición. Museo Folklorico Regional Humahuaca. Hunahuaca. Jujuy. Argentina.

- TRONCOSO, Claudia."*Patrimonio y redefinición de un lugar turístico. La Quebrada de Humahuaca, Provincia de Jujuy, Argentina"* en Estudios y Perspectivas en Turismo, Volumen 18, pp. 144-160, Buenos Aires. 2009

- TRONCOSO, Claudia Alejandra. *Turismo, desarrollo y participación. La experiencia de Quebrada de Humahuaca Jujuy. Argentina.* Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina. Redalyc. Sistema de Información Científica**.** Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal Aportes y Transferencias, vol. 12, núm. 2, 2008, pp. 110-130

- VENANCIO BOTE GÓMEZ. *Planificación económica del Turismo*. Editorial: Trillas. Segunda Reimpresión, México. (1999).

- VERA REBOLLO, (2001). Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores, *documento de trabajo*, nº 1, Instituto Universitario de Geografía, Alicante: Universidad de Alicante

- VIEYTES, Rut. *Metodología de la Investigación en Organizaciones, Mercados y Sociedad. Epistemología y Técnicas*. Editorial De las Ciencias. 1^0 Edición. Buenos Aires, Argentina. 2004

- Folleto del Museo de Sitio Pucará de Tilcara: CENTRO UNIVERSITARIO "DR.FERNANDO MARQUEZ MIRANDA". Pucará de Tilcara. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Filosofia y Letras

- "El Patrimonio cultural vivo y su protección – la UNESCO y el patrimonio cultural denominado 'inmaterial'". – Autor: Dr. Jesús Guanache. Apunte.

- "Fiesta en todos lados: el Carnaval en su marco regional" – Autor: Pablo Vagliante; Revista Universitaria Semestral. Año X; número 18; pág 103-122; 2000; Santa Fe – Argentina.

Sitio de Internet

- www.turismo.jujuy.gov.ar/
- www.jujuy.com/
- jujuyenletras.com.ar/jujuy-html/costum/carnaval.htm
- www.pueblonorte.com/_quebrada-de-humahuaca/tilcara
- www.folkloretradiciones.com.ar
- www.qollasuyu.indymedia.org
- www.toqo.com.ar
- www.endepa.madryn.com/pueblos/kolla/cultura.html
- www.unesco.org
- www.arqueotur.org
- www.rumbojujuy.com.ar/aborigenes.htm
- http://www.naya.org.ar