

## **CONSTRUCCIÓN DE LUGARES TURÍSTICOS. REFLEXIONES CONCEPTUALES Y AVANCES EMPÍRICOS EN EL ESTUDIO DE LA TRIPLE FRONTERA CIRCUMPUNEÑA**

**THE CONSTRUCTION OF TOURISTIC PLACES. CONCEPTUAL REFLECTION AND EMPIRI-  
CAL RESULTS ON THE STUDY OF CIRCUMPUNEÑA TRINATIONAL BORDER**

Tania Porcaro<sup>1</sup>  
CONICET / IIGEO-UBA

### **RESUMEN**

*El trabajo recupera las conceptualizaciones procesuales del turismo en torno a la idea de valorización y turistificación, para examinar la construcción de lugares turísticos en la triple frontera circumpuneña, en las últimas décadas. El estudio empírico se desarrolló en base a fuentes primarias y secundarias, y se seleccionaron tres lugares de estudio, a saber, San Pedro de Atacama (Chile), Uyuni (Bolivia) y Purmamarca (Argentina). Los tres lugares atravesaron etapas similares en la valorización turística, aunque cada uno siguió trayectorias diversas en cuanto al entramado de relaciones que establecieron los diferentes sujetos a lo largo del tiempo.*

**Palabras claves:** turismo - frontera - turistificación - valorización - Circumpuna.

### **ABSTRACT**

*Through the concepts of touristification and tourism valorisation, this paper studies the construction of touristic places in Circumpuneña tri-national border, over the last decades. The empirical study was based on primary and secondary sources, and took place in San Pedro de Atacama (Chile), Uyuni (Bolivia) and Purmamarca (Argentina). The three places of study went through similar stages of tourism valorization, although each site showed particular forms of relations between subjects over time.*

**Keywords:** tourism - border - touristification - valorization - Circumpuna.

---

(1) Licenciada en Turismo y doctoranda en Geografía (UBA). Becaria de Investigación (CONICET). Miembro del Grupo de Estudios de Fronteras y Regiones, IIGEO-UBA. Sus investigaciones indagan el estudio de las fronteras, la relación entre turismo y fronteras y los procesos de integración turística. Correo Electrónico: taniaporcaro@gmail.com

## INTRODUCCIÓN

En la triple frontera circumpuneña, aquella que comparten Argentina, Bolivia y Chile, se produjo un fuerte crecimiento en la llegada de visitantes en los últimos años, lo que contribuyó a la conformación de destinos turísticos de gran relevancia nacional e internacional. Ello se dio en un contexto de transformaciones en la actividad turística a nivel mundial a partir de la década de 1970, signado por nuevos formatos de viaje y renovadas formas socio-espaciales del turismo, en reemplazo del carácter masivo y estandarizado de etapas anteriores (Meethan, 1991).

Distintos autores coinciden en que el desarrollo del turismo en la triple frontera circumpuneña fue desorganizado, no planificado y exógeno (Amilhat y Guyot, 2009; Nielsen, Calcina, Quispe, 2003; Gil García, 2005). Sin embargo, es preciso realizar un examen pormenorizado que permita complejizar el análisis, discernir los sujetos y las prácticas que delinearon estos procesos, los cambios que se produjeron a lo largo del tiempo y las diferencias entre los sitios.

El presente trabajo busca recomponer la construcción de lugares turísticos en la triple frontera circumpuneña en las últimas décadas, tratando de identificar continuidades y rupturas a lo largo del tiempo y de los diferentes lugares.

Para alcanzar este objetivo, en primer lugar, se realiza una síntesis de algunas de las conceptualizaciones en torno a la construcción de lugares turísticos, para construir el marco teórico desde el cual estudiar los procesos en curso. En segundo lugar, se presentan los resultados de un estudio empírico realizado a partir de fuentes primarias y secundarias, que incluyeron materiales bibliográficos y documentales, así como entrevistas y observación de campo elaboradas entre los años 2014 y 2017.

### **Turistificación y valorización turística. Algunas precisiones conceptuales.**

La construcción de lugares turísticos es estudiada por la producción académica reciente, a partir de una concepción procesual. Ella se opone a la idea objetual del turismo, que plantea que los lugares tienen una vocación turística inherente, o que ciertos rasgos son atractivos en sí mismos, por sus características intrínsecas. Esto presupone que las cualidades turísticas se ubican en las cosas, que son estáticas y eternas.

La concepción procesual, en cambio, entiende que los lugares turísticos se crean a través de diferentes procesos sociales, lo cual ha sido conceptualizado a través de la idea de *mise en tourisme* y *touristification*, en la producción académica francesa, o de valorización turística en la producción argentina reciente. Cazes (1992 en Lazzarotti, 1994) refiere a un proceso, a la vez imaginario y simbólico, comercial y material, de producción de espacios. También Knafou (1991) plantea que el devenir turístico no se ubica en el orden del descubrimiento, sino de la invención, entendida como la irrupción de un nuevo sistema

socioeconómico, la transformación de los usos dominantes, y una nueva lectura del territorio (Équipe MIT, 2000).

El turismo es el resultado de una dinámica social que tiene en su núcleo la valorización de la diferenciación de lugares, en el marco de la construcción de un territorio turístico (Bertoncello, 2002). La valorización espacial se apoya en las diferentes cualidades del espacio, a las que se le asigna un valor positivo y se las convierte en atractivos. Ello implica tener en cuenta las dimensiones sociales y culturales de la sociedad occidental, moderna y urbana que valoriza el espacio a través del turismo y que da forma al consumo turístico (Troncoso, 2008).

En la conversión de un lugar al turismo, los intereses de los turistas potenciales, junto con las condiciones objetivas del lugar, definen un campo de posibilidades de actuación social que se concreta en distintos lugares (Bertoncello, 2008). Es preciso entonces cuestionar la idea de que las sociedades locales son meras receptoras pasivas, a las que se le impone una nueva realidad. En cambio, se requiere examinar la participación de los diferentes sujetos en los procesos de turistificación, lo cual implica discrepancias, conflictos, tensiones, dinámicas de apropiación y de desposesión (Knafou, 1991, Équipe MIT, 2000).

### **La construcción de lugares turísticos en la triple frontera circumpuneña**

A continuación se examinan los procesos de valorización turística en San Pedro de Atacama en el norte chileno, Uyuni en el sudoeste boliviano y Purmamarca en el noroeste argentino (Figura 1).

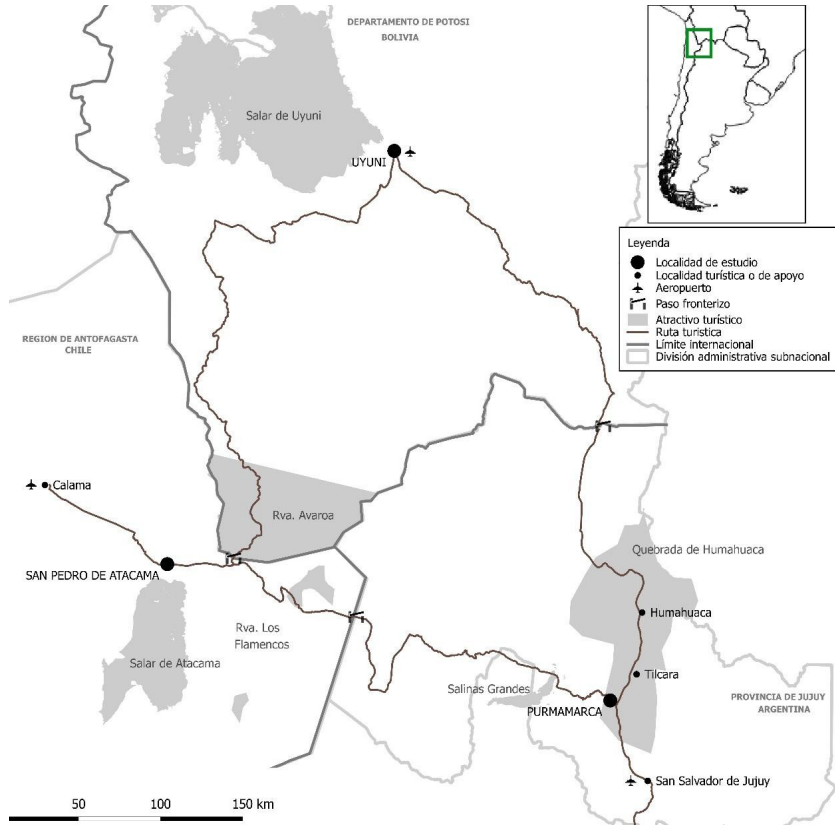
La selección de estos sitios se basó en las similitudes que presentan los procesos de turistificación: (1) estos lugares no estuvieron vinculados al fomento del turismo nacional o social de mediados del siglo XX, (2) ellos se han incorporado tardíamente al consumo turístico, en un nuevo contexto de transformaciones en las prácticas turísticas, y fundamentalmente a partir del turismo internacional (3) los lugares han sido acondicionados, en gran medida, en relación a la mirada foránea, occidental y urbana, que corresponde a los principales consumidores de estos destinos y (4) estos sitios han sido ampliamente transformados en términos urbanísticos y económicos, a partir del desarrollo turístico reciente.

El estudio focaliza en las dimensiones materiales e institucionales, que contribuyen simultáneamente a la construcción de lugares turísticos. La dimensión material se relaciona con el acondicionamiento de los lugares para la recepción de visitantes, que incluye la adaptación de la infraestructura, la redefinición estética de las edificaciones, la mejora en las condiciones de accesibilidad, los cambios en los usos del suelo y el desarrollo de equipamiento hotelero y comercial, ente otros (Tommei y Benedetti, 2011).

La dimensión institucional puede pensarse como la generación de condiciones para la práctica turística, vinculada a las acciones y marcos generales que promueven diferentes instituciones estatales y no estatales, para hacer

posible y modelar los procesos de turistificación. La dimensión simbólica, vinculada a la construcción de atractividad, imágenes icónicas o imaginarios que construyen simbólicamente a un lugar turístico, no será analizada en el presente artículo.

Figura 1. Algunos atractivos y lugares turísticos en la triple frontera circumpuneña



Fuente: Elaboración propia.

Para el estudio de las dimensiones material e institucional, se analiza: (1) la infraestructura y accesibilidad en torno a servicios públicos, infraestructura vial, transportes y comunicaciones para el turismo; (2) el desarrollo de equipamiento turístico, como alojamiento, alimentación, esparcimiento o comercio; (3) las acciones de planificación, fomento, patrimonialización y promoción del turismo; (4) las prácticas de regulación y control del turismo, como normativas, asociaciones comerciales, regulación de la oferta y control de sitios turísticos.

Si bien los procesos de valorización turística muestran ciertas continuidades, cada lugar siguió trayectorias particulares que dieron origen a algunas características diferenciadas (Tabla 1), como se analizará en los próximos apartados.

**Tabla 1:** Algunas características de las aglomeraciones y del proceso de turistificación

	S.P. de Atacama	Uyuni	Purmamarca
Cantidad de habitantes en la aglomeración	1.938 en el pueblo (2002)	18.068 en la ciudad (2012)	308 en la localidad (2010)
Cantidad de turistas anuales	141.969 (2015)	99.177 (2015)	46.430 (2010)
Origen mayoritario de los turistas	67% extranjeros (2015)	70 % europeos (2012)	40-45% extranjeros - cifra aproximada (2014)
Cantidad de alojamientos	124 registrados (2016)	80 registrados 60 temporales (2015)	40 registrados (2014) 26 informales (2013)
Cantidad de agencias de viajes receptoras	72 (2016)	96 (2015)	No hay agencias. 22 servicios de taxi para visitar atractivos (2006)

Fuente: Elaboración propia en base a Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) (2010), Instituto Nacional de Estadísticas (INE) (2012), INE (2005), SERNATUR (2016), Observatorio Turístico de Jujuy (2011), REA (s/f), Secretaría Departamental de Turismo y Cultura de Potosí (2016), Secretaría de Turismo de Jujuy (2011), Galaz-Mandakovic (2014), Porcaro, Tommei y Benedetti (2014), Tommei y Benedetti (2011), Troncoso (2008) y entrevistas a funcionarios de turismo locales y regionales (2014-2016). Entre paréntesis: año al cual corresponde el dato.

## 1. San Pedro de Atacama y el desierto

San Pedro de Atacama es una localidad situada en la provincia del Loa, II Región de Antofagasta, en el norte de Chile. El pequeño poblado tuvo una transformación significativa a partir del proceso de turistificación que se inició lentamente en la década de 1980 y en forma exponencial en el último tiempo.

### *Desarrollo incipiente: pioneros y pobladores (década de 1980)*

En torno a la década de 1980, el interés y la llegada de científicos y aventureros europeo estuvieron vinculados a los hallazgos y eventos arqueológicos que realizaba el cura Le Paige en la zona, además de la valorización del lugar para la observación de fenómenos astronómicos, como el paso del Cometa Halley en 1986 (Bolados García, 2014; entrevistas a S.U., 2016; L.E., 2016 y A.D., 2016). De todas formas, el acceso al poblado aún era difícil y no había servicios públicos de luz o agua potable (entrevista a S.U., 2016). Las mejoras se iniciaron gradualmente luego del año 1980, cuando el poblado se independizó de Calama y se formó la comuna de San Pedro de Atacama (Municipio de San Pedro de Atacama, s/f).

En esta década se establecieron algunos hospedajes, como Chiloé o La Florida, aunque las plazas disponible eran aún escasas, por lo que frecuentemente los visitantes se hospedaban en Calama, a 94 km de distancia (entrevista a S.U., 2016). Parte de los servicios turísticos fueron establecidos por la colectividad de yugoslavos instalados en el pueblo a comienzos de siglo, quienes poseían locales que arrendaban o explotaban para actividades de hospedaje, alimentación o artesanías (entrevistas a L.E., 2016 y M.A., 2016). Los visitantes extranjeros comenzaron a requerir, además, servicios de excursiones y traslados, que empezó a brindar la gente de la zona con sus propios vehículos. Se trataba generalmente de mineros que conocían bien la región, y que luego abrieron sus propias agencias (entrevistas a E.E., 2016; L.E., 2016 y C.S., 2016).

En esta etapa, la mirada externa y la densidad científica en estas latitudes, se tradujeron en una serie de iniciativas estatales para conservar los paisajes naturales, como la creación del Santuario de Naturaleza Valle de la Luna en 1982, que ya incorpora el nombre que le daban los extranjeros, y los proyectos de creación de áreas protegidas Licancabur-Tatio y Los Flamencos, en 1985. Si bien la protección de estas áreas se vinculaba a su importancia científica y, frecuentemente, minera, el interés turístico está presente en las declaratorias y tuvieron un rol central en el desarrollo ulterior del turismo (Ministerio de Educación Pública de Chile, 1982; entrevista a R.C., 2016).

### *Crecimiento, estructuración de los servicios y relaciones conflictivas (1990)*

A lo largo de la década de 1990, en coincidencia con el fin de la dictadura militar en Chile, creció gradualmente la llegada de visitantes que deseaban conocer los desiertos, salares y lagunas de la zona, y también aumentó la oferta de servicios (entrevista a L.E., 2016). El proceso de turistificación se vinculó, en parte, con nuevas iniciativas nacionales e internacionales de patrimonialización que contribuyeron a la construcción de atractividad de la zona, como la Reserva Nacional Los Flamencos, los humedales de importancia internacional, o sitios Ramsar, Soncor y Tara, y la inscripción de San Pedro de Atacama, entre otros poblados, como bien cultural en la Lista indicativa de

Patrimonio Mundial de UNESCO (Ministerio de Agricultura de Chile, 1990; Ramsar, 2016; UNESCO, s/f).

El crecimiento fue acompañado por un conjunto de prácticas estatales y privadas que facilitaron y estructuraron la actividad turística. Por un lado, se amplió la inversión estatal para la mejora de infraestructuras y servicios, como el aeródromo El Loa de Calama y los servicios públicos del poblado, en particular el servicio de luz temporal por la noche (entrevista a M.A., 2016).

En estos años los servicios turísticos se organizaron y formalizaron. A las agencias de viajes de Antofagasta y Calama que operaban en la zona (Turismo y Comunicaciones, 1992), se le sumaron las nuevas agencias de los pobladores que antes operaban informalmente, como Roberto Sánchez Tours, Turismo Ochoa o Desert Adventure, así como aquellos servicios de excursión ofrecidos por los nuevos hoteles. En estos años coexistían no más de 10 agencias, un número reducido que atendía a un importante caudal de visitantes (entrevista a C.S., 2016).

En esta etapa también comenzaron a instalarse los primeros hoteles con fines turísticos, pasando de 6 hospedajes y 1 camping a inicios de la década de 1990, para el año 2003, se habían duplicado a 14 alojamientos y 2 campings (Turismo y comunicaciones, 1992; The Rough Guide, 2003). Muchos de ellos eran emprendimientos de chilenos de la capital o del sur, incluyendo una cadena hotelera nacional, el hotel Explora de cinco estrellas, el cual marcó un hito en el desarrollo turístico del lugar, tanto por las tensiones que mantuvo con la población local, como por la oferta laboral generada y la fuerte promoción internacional que suscitó para el poblado (entrevista a J.L., 2016).

En este período comenzó a delinearse una relación conflictiva de los pobladores con el turismo, percibido como un avasallamiento de espacios, generando un fuerte rechazo (Bolados García, 2014; entrevistas a A.D., 2016 y F.F., 2016). Sin embargo, desde fines de la década de 1990, las comunidades de las áreas rurales y del poblado también fueron partícipes del control y administración de algunos sitios consolidados como atractivos turísticos, lo que les permitió regular la entrada de visitantes, contribuir a su mantenimiento y percibir ingresos (entrevista a R.C., 2016).

El mayor control de los sitios turísticos se combinó con otros esfuerzos para regular la actividad que percibían como desordenada y descontrolada, aunque aún de manera incipiente. Entre ellos, las legislaciones que reglamentaron los usos del suelo y los requisitos urbanísticos y arquitectónicos, así como la creación de la Cámara de Comercio y Turismo de San Pedro de Atacama (Gobierno Regional de Antofagasta, 1998; entrevista a A.D., 2016).

### ***Expansión, intervención estatal y participación local (2000 y 2010)***

Desde comienzos de la década de 2000 se produjo un crecimiento considerable en la llegada de visitantes, presentando un aumento del 1500% para la Reserva Nacional Los Flamencos entre el año 2000 y 2015 (Corporación Nacional Forestal, 2008-2016). Ello se vinculó, por un lado, a las mejoras en

la provisión de servicios públicos y comunicaciones, que incluyó la provisión de agua potable, la corriente eléctrica de forma permanente y, algunos años más tarde, el servicio de internet y cajeros automáticos (entrevista a L.E., 2016 y S.U., 2016). Más adelante, se concretaron nuevas obras de infraestructura, como la construcción de una terminal de buses en el año 2012, las ampliaciones en el aeropuerto de Calama en el año 2015 y la mejora de la conectividad terrestre y paso fronterizo con Bolivia, uno de los itinerarios turísticos de mayor tránsito, en el año 2016 (COSIPLAN, 2016; Consorcio Aeroportuario de Calama, s/f). En esta etapa también continuaron los esfuerzos por crear y controlar la imagen urbana a través de un cuidado estético (Municipalidad de San Pedro de Atacama, 2011).

Paralelamente, continuaron las iniciativas de patrimonialización y conservación, como la reserva privada Termas de Puritama, la propuesta de creación de áreas protegidas nacionales como El Tatio, y las declaratorias internacionales para la conservación de especies y ambientes, como AICA y Ramsar. Si bien estas iniciativas buscaron proteger a los ambientes, a su vez contribuyeron a intensificar la atraktividad turística de los sitios, cuya visita crece año a año (entrevista a R.C., 2016).

Otro de los factores incidentes en el proceso de turistificación creciente fue la promoción a nivel internacional a partir del año 2000, que se amplificó a partir de la inclusión de este sitio en las guías turísticas internacionales como Lonely Planet (entrevista a S.U., 2016). En torno a ese mismo año, la dependencia regional del SERNATUR abrió una oficina en San Pedro de Atacama, desde la que se organizaron las actividades de promoción y atención a turistas (entrevista a M.G., 2016). Paralelamente, se diversificaron las atracciones disponibles, a través del diseño de nuevas excursiones y la apertura de nuevos sitios de esparcimiento.

En relación al equipamiento turístico, en esta etapa se produjo un crecimiento considerable en todos los rubros. Los alojamientos pasaron de 14 a 124 entre los años 2003 y 2016, en general de pequeñas a medianas dimensiones (CONAF, 2008; SERNATUR, 2016). En este último período se multiplicaron los hospedajes de alta gama, que pasaron de 2 a alrededor de 17, entre los años 2008 y 2016. El servicio de alimentación estaba compuesto por alrededor de 20 establecimientos hacia el año 2008, cifra que se amplió notablemente en años posteriores (CONAF, 2008). Las agencias de viajes receptoras eran 10 para los años 2000 y se incrementaron a 72 en el año 2016 (SERNATUR, 2016). El enorme crecimiento en los servicios generó una fuerte competencia entre empresas, y se generaron algunos conflictos por la instalación en el poblado de agencias de viaje de Uyuni, que estimaban en alrededor de 20 empresas para 2016 (entrevistas a L.L., 2016 y S.U., 2016).

La situación descrita motivó una fuerte presión para planificar el desarrollo turístico e intensificar las medidas de ordenación (CONAF, 2008; entrevistas a A.D., 2016; S.U., 2016). Las iniciativas incluyeron la creación de una Zona de Interés Turístico por parte del Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR, 2002),



el control de acceso de visitantes en nuevos sitios turísticos, la formalización de los controles estatales de la oferta y la creación de nuevas asociaciones locales de prestadores de servicios (entrevistas a R.C., 2016; M.G., 2016; O.O., 2016; L.E., 2016). Paralelamente, comenzó a estructurarse una planificación turística estatal por medio de la dependencia local de SERNATUR y la Fundación de Cultura y Turismo del ámbito municipal (entrevista a M.G., 2016 y J.U., 2016).

Durante este período, las relaciones entre las comunidades locales indígenas y el turismo se transformaron, a través del desarrollo de emprendimientos propios de hospedaje y agencias de viajes, ya sea en forma independiente o colectiva, en parte promovido por instituciones del Estado con financiamiento internacional (CONAF, 2008; entrevistas a J.U., 2016 y F.F., 2016).

## **2. Uyuni y el salar homónimo**

La ciudad de Uyuni pertenece a la provincia de Antonio Quijarro, en el departamento de Potosí, al sudoeste de Bolivia. En la década de 1990, la desarticulación de las actividades tradicionales, ferroviarias y mineras, produjo importantes transformaciones en la ciudad y el turismo se constituyó en una de las actividades económicas preponderantes (Galaz-Mandakovic, 2014; Agencia de Cooperación Internacional de Japón, 2012).

### *Desarrollo incipiente, exploradores y pobladores (1970 y 1980)*

El turismo en el salar de Uyuni comenzó de forma incipiente entre las décadas de 1970 y 1980, en parte vinculadas al crecimiento de las visitas a Machu Picchu, que se extendían hacia Bolivia (entrevistas a D.D., 2016 y L.L., 2016). Los visitantes extranjeros recorrían el salar de Uyuni en bicicleta o vehículos, acampaban o paraban en las casas de los pobladores de la zona (entrevista a L.L., 2016 y J.P., 2016). También algunas agencias de viajes de La Paz organizaban tours de 15 a 20 días. Gradualmente, los visitantes que llegaban a San Pedro de Atacama en Chile, comenzaron a requerir excursiones por el sur de Bolivia. Los viajes entre países vecinos se realizaban con ciertas dificultades, debido a la falta de organización y de fiabilidad de las redes de transportes (Amilhat y Guyot, 2009).

Algunos habitantes de la zona de Uyuni, en general trabajadores mineros que recorrían frecuentemente la región, comenzaron a brindar excursiones con sus propios vehículos, abriendo las primeras agencias hacia el año 1989, como Colque Tours y Uyuni Tours (entrevista a F.E., 2016 y S.S., 2016). En esta etapa, en la ciudad sólo existía un alojamiento de la Alcaldía y el hotel Avenida, a los que luego se sumaron los residenciales Copacabana y Uyuni, utilizados principalmente para actividades comerciales y mineras (entrevista a D.D., 2016 y J.P., 2016).

### *Crecimiento gradual y escasez de servicios (1990)*

A lo largo de la década de 1990, creció gradualmente la llegada de turistas. El crecimiento de la actividad se vio reflejado en la apertura, en el año 1995, de una oficina de turismo en la ciudad, dependiente de la Secretaría de Potosí, con la intención de controlar la actividad que estaba en crecimiento (entrevista a J.P., 2016). Asimismo, se instalan algunos lugares de esparcimiento, como el Museo Arqueológico y Antropológico de los Andes Meridionales en el año 1994 (El Diario, 15-09-2014).

Paralelamente, creció la oferta de servicios, aunque en forma dispar según los rubros. En esta década abrieron los primeros alojamientos turísticos, como Julia, Urcupiña, Cactus o Europa (Lonely Planet, 1992; entrevista a F.E., 2016). Las agencias de viajes tuvieron un crecimiento más importante, registrándose 22 empresas para el año 1996 (Gobierno de Bolivia, 1996). En general, estos emprendimientos eran desarrollados por los pobladores de la zona (entrevista a F.E., 2016).

De todas formas, en esta época persistían algunas deficiencias en los servicios públicos y turísticos, tanto en restaurantes como en hostales, además de la escasa inversión estatal en publicidad turística para Uyuni (Gobierno de Bolivia, 1996). También el viaje hasta San Pedro de Atacama en Chile era una opción cara y poco recomendada, ya que las distancias eran largas, los caminos estaban desmejorados y había pocos servicios. Como lo definen las guías de la época, viajar por estas latitudes requería de paciencia y creatividad (Lonely Planet, 1992).

Las comunidades indígenas de las áreas rurales próximas al salar, por donde circulan los circuitos turísticos, inicialmente no participaban de la actividad (Nielsen, Calcina, Quispe, 2003), aunque en esta década comenzaron a desarrollar estrategias para obtener beneficios económicos, como la administración de sitios turísticos o emprendimientos de hospedaje, alimentación o visitas guiadas, ya sea en forma independiente o comunitaria, o bien a través de proyectos conjuntos con fundaciones y empresas, como el emprendimiento Tayka (entrevista a J.P., 2016; Nielsen, Calcina, Quispe, 2003; Rivera, 2008). De todas formas la incorporación de las comunidades al turismo ha generado una cierta competencia entre las comunidades y algunos problemas organizativos para el sostenimiento de los emprendimientos a lo largo del tiempo (Gil García, 2005; entrevista a J.P., 2016).

### *Expansión, equipamiento, intervención estatal e internacional (2000 y 2010)*

En las décadas siguientes, el proceso de turistificación se intensificó. La llegada de visitantes se incrementó en más del 300% entre los años 2000 y 2013, sólo en la Reserva de Fauna Eduardo Avaroa (REA, 2014), uno de los lugares más visitados al sur del salar. En este período se desarrollaron diferentes obras de infraestructura que facilitaron los desplazamientos turísticos, como la mejora y pavimentación de caminos y rutas aledañas al poblado, así como

la construcción del aeropuerto Joya Andina de Uyuni entre los años 2007 y 2013, aunque aún no se encuentra en pleno funcionamiento (Administradora Boliviana de Carreteras, 2014).

En estos años se produjo una fuerte intervención del Estado nacional en el fomento del turismo, a través de importantes campañas de promoción internacional del salar como imagen emblemática del país, además de diversos proyectos estatales de desarrollo y planificación turística entre los años 2007 y 2012, tanto en la Municipalidad de Uyuni, como para la región Altiplano Centro-Sur o la Mancomunidad de Municipios Gran Tierra de Los Lípez, frecuentemente financiados por organismos regionales e internacionales, como la Corporación Andina de Fomento, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo y el BID (Viceministerio de Turismo, 2011). Un nuevo impulso recibió el turismo en el año 2014, a partir de la competencia Rally Dakar, que contribuyó ampliamente a la promoción internacional y al incremento de los visitantes en enero (Secretaría Departamental de Turismo y Cultura de Potosí, 2016; entrevista a J.P., 2016). A su vez, en el año 2012 se iniciaron los trámites para la incorporación del Salar de Uyuni en la Lista de Patrimonio Mundial de UNESCO, aunque aún no se concretó la inscripción (Ministerio de Culturas y Turismo de Bolivia, 28-1-2016; ACIJ, 2012).

El equipamiento turístico acompañó este crecimiento. Las 70 agencias de viajes registradas en el año 2007, pasaron a cerca de 100 en el 2016, lo que originó una fuerte competencia, más aún si se consideran las agencias de otras ciudades del país también comenzaron a operar en el salar (Gobierno Municipal de Uyuni, 2007; entrevista a J.P., 2016; Galaz-Mandakovic, 2014). Los alojamientos turísticos, en cambio, crecieron lentamente, siendo la escasez de la oferta y la baja categoría de los alojamientos un problema recurrente según las publicaciones de la época (The Rough Guide, 2004; ACIJ, 2012). En esta etapa llegaron algunas inversiones de otras ciudades de Bolivia, como el hotel de cadena nacional La magia de Uyuni. Sin embargo, el principal crecimiento se produjo en torno al año 2014 con la llegada del Rally Dakar, cuando el Estado nacional otorgó créditos para la construcción de alojamientos. Los 36 establecimientos registrados en torno al año 2000, pasaron a ser alrededor de 80 en el año 2016, además de otros 60 que abren en forma temporal, mayoritariamente de pequeñas dimensiones y de gama media y baja, no registrándose hotelería de lujo (ACIJ, 2012; entrevista a J.P., 2016).

Complementando la oferta, para el año 2012 se contabilizaron 17 puestos de artesanías y 37 restaurantes. Además, ese mismo año abrió una Oficina de Información Turística para la atención de visitantes, y se crearon nuevas atracciones, como el Museo Ferroviario y Centro de Interpretación en el año 2016 (Gobierno Municipal de Uyuni, 2007; Uyuni Web, 31-07-2015; entrevista a J.P., 2016). En esta etapa de importante crecimiento de la competencia privada, se crearon diferentes asociaciones, como la Cámara Hotelera y las organizaciones de agencias de viajes ASAVITU, OPETUR y CARETUR (entrevista a B.T., 2016).

Los emprendimientos en la ciudad, según señalan los pobladores, son mayoritariamente locales ya que no entran inversiones del exterior, porque las comunidades se oponen y existen numerosos problemas de regularización de las tierras (entrevista a L.L., 2016 y S.O., 2016).

### **3. Purmamarca y la Quebrada de Humahuaca**

Purmamarca es una pequeña localidad situada en el departamento de Tumbaya de la provincia de Jujuy, en el noroeste argentino, tradicionalmente dedicada a las actividades agro-pastoriles. La atractividad de Purmamarca se construyó en torno a recursos paisajísticos, principalmente el Cerro de los Siete Colores, además de la imagen pintoresca del poblado y algunos eventos festivos característicos.

#### *Desarrollo incipiente, patrimonialización e intervención estatal (1960 a 1980)*

Si bien las visitas turísticas a la Quebrada de Humahuaca comenzaron tempranamente a principios del siglo XX, por aquel entonces Purmamarca no formaba parte de los lugares a visitar, lo que se dificultaba por no contar con un camino de acceso transitado para vehículos (Tommei y Benedetti, 2011; Mancini y Tommei 2014).

El proceso de turistificación comenzó a desarrollarse en Purmamarca, en forma incipiente, en las décadas de 1960 y 1970 (Tommei y Benedetti, 2011). Ello se vinculó, por un lado, a la actuación estatal que buscaba promover la actividad turística y la protección patrimonial, procesos que estuvieron íntimamente ligados desde temprana fecha (Mancini y Tommei, 2014). Las iniciativas de patrimonialización fueron lideradas por el Estado nacional en una primera etapa, y desde la década de 1980, por el estado provincial, siempre acompañadas por la comisión municipal. En este sitio se superpusieron numerosas declaratorias patrimoniales desde la década de 1960, hasta comenzar a preparar la postulación de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio Mundial en UNESCO en 1980, la cual incluía a Purmamarca. Ello promovió nuevas legislaciones de protección del patrimonio y promoción del turismo a nivel provincial y municipal, entre 1980 y 1985, así como ciertos condicionamientos en el uso del suelo y características de las edificaciones. (Lóndero y Cabrera, 2010; Mancini y Tommei, 2014).

Por otro lado, las obras de infraestructura vial iniciadas en la década de 1970 en el camino de acceso a Purmamarca, mejoraron en cierta medida el tránsito vehicular, en un contexto en el cual el turismo estaba íntimamente ligado al transporte automotor, aunque el camino sufría recurrentes derrumbes e interrupciones (Tommei y Benedetti, 2011).

Los servicios orientados al turismo se establecieron lentamente, a lo largo de las décadas de 1970 y 1980. Se trataba de servicios mínimos orientados a los visitantes que realizaban excursiones por el día, y luego continuaban el

recorrido por la Quebrada de Humahuaca. Alrededor de 1976 se instaló el primer restaurante y en esa década también abrieron los primeros locales dedicados a la venta de recuerdos, denominados regionales (Tommei y Benedetti, 2011). Si bien existieron numerosos esfuerzos provinciales por regular y fomentar el desarrollo hotelero (Lóndero y Cabrera, 2010), estas iniciativas no prosperaron en Purmamarca.

#### *Lento crecimiento, mejoras viales y escaso equipamiento (1990).*

En la década de 1990 se produjo un crecimiento gradual en el número de visitantes. En esta etapa se continuaron e intensificaron, a grandes rasgos, los mismos procesos de la década anterior. Un factor relevante fue la mejora de la infraestructura vial, a partir del asfaltado de la ruta de acceso en el año 1991 y su incorporación al sistema vial nacional. La mejora de la accesibilidad permitió el arribo de un número creciente de visitantes, mayormente en el invierno y de origen nacional, aunque la modalidad de visita por el día siguió imperando (Tommei y Benedetti, 2011).

Las instancias de protección patrimonial continuaron en la Quebrada de Humahuaca, tanto a nivel provincial como nacional, incorporando a las poblaciones que la integran, los monumentos y lugares históricos, y bienes inmateriales como la celebración de la Pachamama y las artesanías (Mancini y Tommei, 2014).

Asimismo, continuaron las acciones de fomento del turismo a nivel provincial, a través de legislaciones que establecieron un régimen de promoción e incentivos al desarrollo turístico (Lóndero y Cabrera, 2010). De todas formas, el equipamiento turístico seguía siendo escaso en Purmamarca, con sólo cuatro servicios gastronómicos y sin alojamientos turísticos formalizados. Los únicos negocios que crecieron en esta década fueron los puestos de venta de artesanías y recuerdos, entre 20 y 50 a lo largo del año, destinados a los excursionistas que visitaban el pueblo (Tommei y Benedetti, 2011; Porcaro, Tommei y Benedetti, 2014).

#### *Fuerte expansión, desarrollo hotelero e impronta boutique (2000 y 2010)*

En las décadas de 2000 y 2010 el proceso de turistificación en Purmamarca se intensificó. Para el año 2010 se registraban alrededor de 46.400 visitas anuales, cifra que se estimaba muy superior para el año 2014 (Observatorio Turístico de Jujuy, 2011; entrevista a S.J., 2014). El crecimiento del turismo estuvo íntimamente ligado a las acciones estatales de patrimonialización, a través de la declaración de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio Mundial en el año 2003, que incluyó a Purmamarca como un lugar destacado (Mancini y Tommei, 2014).

A partir del proceso de turistificación se produjeron importantes transformaciones materiales en el poblado, que incluyeron la extensión espacial y densificación edilicia, cambios en la traza histórica y en la circulación, cambios

en el uso del suelo, surgimiento de nuevas áreas urbanizadas, así como cambios en la estética de las construcciones (Tommei y Benedetti, 2011).

El crecimiento del turismo se acompañó con cambios en las formas de recorrer el poblado. Si bien las excursiones diarias no se interrumpieron, se incorporaron estadías de mayor duración, constituyéndose Purmamarca como uno de los tres centros de visita y pernocte más relevantes de la Quebrada. En esta etapa se amplió notablemente el equipamiento turístico, a través de inversiones estimuladas por el estado provincial. Hacia finales de la década de 2000, se contabilizaban 17 establecimientos gastronómicos, sumados a aquellos instalados en los hoteles, además de 30 locales de venta de regionales y más de 50 puestos de venta en la feria (Tommei y Benedetti, 2011). Los alojamientos pasaron de ser 5 hacia el año 2000, a más de 60 establecimientos entre los registrados y los informales, para el año 2014. Una parte importante de la oferta actual está formada por hoteles de categoría superior, de pequeñas dimensiones, con servicios personalizados y con una estética particular, que le dieron al pueblo una impronta boutique (Porcaro, Tommei y Benedetti, 2014).

En Purmamarca no hay agencias de viajes receptivas. Por el contrario, al poblado llegan numerosas agencias de Salta y algunas menos de San Salvador de Jujuy o de otras ciudades del país, que efectúan circuitos por la Quebrada y se detienen una hora en el pueblo (Oficina de Turismo de Purmamarca, 2008). En Purmamarca sólo existen servicios de taxi que realizan excursiones hasta las Salinas Grandes, las cuales aumentaron de 5 empresas en el año 2004, a 65 servicios en el año 2017 (Troncoso, 2008; entrevista a C.M., 2017).

Los empresarios turísticos de Purmamarca provienen mayoritariamente de otras provincias argentinas, quienes han tenido una inserción más exitosa que los emprendedores locales (Tommei y Benedetti, 2014). Ello se vinculó a las condiciones impuestas para el acceso a los créditos, difícilmente accesibles para los lugareños, así como al rol de las asociaciones empresariales provinciales, conformadas mayormente por empresarios de gran envergadura y con un mayor poder (Troncoso, 2008). A pesar de ello, la comisión municipal buscó beneficiar a los pobladores locales a través de la exclusividad para ofrecer servicios de transporte de excursiones a las personas que son originarias de la localidad (entrevista a C.P., 2017).

Paralelamente, los pobladores de las zonas aledañas también buscaron ser partícipes de los beneficios económicos del turismo y atraer a visitantes en base a una oferta que revalorice las actividades productivas locales y formas de vida rural, en un contexto de auge del turismo comunitario en la provincia (entrevista a C.V., 2014). Ejemplo de ello son los guiados turísticos que realizan los trabajadores de las Salinas Grandes o el emprendimiento Red Espejo de Sal que organizaron las comunidades de la zona, que ofrece servicios de excursiones y gastronomía (Perfil, 19-11-2013; Espejo de Sal, 09-12-2010).

## CONCLUSIONES

La construcción de lugares turísticos es un proceso social que tiene como elemento central a la creación de valores turísticos, es decir la selección y valorización positiva de ciertos rasgos de un lugar, en función de una mirada particular de los territorios. Esta mirada es guiada, en gran medida, por las sociedades occidentales y urbanas, que valorizan y protagonizan el consumo turístico. Este proceso contextual y relacional, se produce por la interacción de múltiples actores con intereses y lógicas diferentes, que establecen relaciones conflictivas y fluctuantes.

Un examen pormenorizado de las dimensiones material e institucional, permite establecer algunas particularidades en la construcción de lugares turísticos en la triple frontera circumpuneña. A grandes rasgos, se reconoce un primer momento de desarrollo incipiente del turismo entre las décadas de 1960 y 1980, que se caracterizó por las dificultades de acceso a los lugares y la falta de servicios básicos y turísticos. En esta etapa fue relevante la participación de la población local para facilitar la estadía y excursiones de los visitantes, así como los primeros esfuerzos estatales de protección patrimonial en relación al interés turístico.

Un segundo período, en torno a la década de 1990, se caracterizó por el crecimiento gradual en los arribos de visitantes y la estructuración de una oferta de servicios, en gran parte liderada por pobladores de otras ciudades, instalados en estos poblados. En general, ello no fue acompañado por mecanismos de regulación estatal, aunque sí por nuevas iniciativas de patrimonialización, con la doble intención de proteger sitios y atraer turistas.

El tercer período, a partir de la década de 2000, se caracterizó por el incremento considerable en la llegada de visitantes, acompañado de una importante promoción internacional, iniciativas de patrimonialización, mejora de la infraestructura de transportes, los servicios públicos, y un fuerte crecimiento en los servicios turísticos. En esta etapa se consolidó la participación estatal, tanto en la regulación de la oferta como en el fomento y la planificación del turismo, y se fortaleció la incorporación de las comunidades indígenas al turismo, a través de diferentes estrategias.

Los tres poblados de la Circumpuna desarrollaron procesos de valorización turística en un mismo contexto general de la actividad. Sin embargo, cada uno de ellos desarrolló trayectorias particulares, a partir de las diferencias en la participación y capacidad de incidencia de los distintos sujetos, y de la particular forma en que se han ido entrelazando las prácticas y procesos en cada contexto socio-espacial.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Administradora Boliviana de Carreteras. (2014). Obras para vivir bien. Presentación por departamentales. La Paz: Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda.
- Agencia de Cooperación Internacional de Japón-ACIJ. (2012). Estado Plurinacional de Bolivia. Estudio Preparatorio para el Programa del Desarrollo Integral en el Altiplano Central y Sur. (Informe Final). ACIJ-KRI International Corp. Recuperado el 14-07-2017 de [http://open\\_jicareport.jica.go.jp](http://open_jicareport.jica.go.jp).
- Amilhat-Szary, A.-L. y Guyot, S. (2009). El turismo transfronterizo en los Andes centrales: prolegómenos sobre una geopolítica / Cross-border tourism in the Central Andes: preliminary remarks on tourism geopolitics. Si Somos Americanos. Revista de Estudios Transfronterizos, 9(2), 63–100.
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. Aportes y transferencias, 6(2), 29–50.
- Bolados García, P. (2014). Los conflictos etnoambientales de “Pampa Colorada” y “el Tatio” en el salar de Atacama, norte de Chile: procesos étnicos en un contexto minero y turístico transnacional. Estudios atacameños, 48, 228–248.
- Consortio Aeroportuario de Calama. (Sin fecha). Aeropuerto El Loa, Calama. Disponible en <http://www.cacsa.cl/es/>. Recuperado: 24-10-2016.
- Corporación Nacional Forestal. (2008-2016). Estadísticas de visitación Unidad SNAS-PE. Santiago de Chile: Unidad de Planificación y control de gestión. Gerencia de Áreas Protegidas y Medio Ambiente. Chile. Recuperado el 06-05-2016 de <http://www.conaf.cl/parques-nacionales/visitanos/estadisticas-de-visitacion/>.
- COSIPLAN. (2016). Cartera de proyectos 2016. Recuperado el 01-03-2017 de <http://www.iirsa.org/>.
- El Diario. (15-09-2014). Museo pequeño pero con grandes historias. Recuperado el 13-07-2017 de [http://www.eldiario.net/noticias/2014/2014\\_09/nt140915/nacional.php?n=34](http://www.eldiario.net/noticias/2014/2014_09/nt140915/nacional.php?n=34).
- Équipe MIT. (2000). De la mise en tourisme des lieux. Mappemonde, 57(1).
- Espejo de Sal. (09-12-2010). Quiénes Somos. Recuperado el 06-05-2014 de <http://www.espejodesal.com.ar/>.



- Galaz-Mandakovic, D. (2014). Uyuni, capital turística de Bolivia. Aproximaciones antropológicas a un fenómeno visual posmoderno desbordante. *Teoría y Praxis*, 16, 147-173.
- Gil García, F. M. (2005). Cuando vengan los turistas... ruinas arqueológicas, turismo y expectativas locales de futuro en Nor Lípez (dpto. Potosí, Bolivia). *Revista Textos Antropológicos*, 15(2), 197-228.
- Gobierno de Bolivia. (1996). Planes de Asistencia Municipal 1996/1997. Proyecto Desarrollo Democrático y Participación Ciudadana. Gobierno de Bolivia y USAID Bolivia. Recuperado el 10-06-2017 de [pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/PDABP023.pdf](http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PDABP023.pdf).
- Gobierno Municipal de Uyuni. (2007). Plan de desarrollo municipal de Uyuni 2008-2012. Ajuste plan de desarrollo municipal de Uyuni 2008-2012. Programa BOL/AIDCO/2002/0467 - APEMIN II. Recuperado el 12-03-2017 de <http://www.apemin.eu/PDM/PDMUyuni.pdf>.
- Gobierno Regional de Antofagasta. (1998). Resolución 25. Aprueba Plan Regulador Comunal San Pedro de Atacama. Chile.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010. Argentina. Recuperado el 06-12-2013 de <http://www.indec.gov.ar/bases-de-datos.asp>.
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2005). Chile: Ciudades, pueblos, aldeas y caseríos 2005. Chile. Recuperado 02-10-2016 de <http://www.ine.cl/>.
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2012). Censo de Población y Vivienda. Bolivia. Recuperado el 14-07-2017 de <http://datos.ine.gob.bo>.
- Knafou, R. (1991). L'invention du lieu touristique : la passation d'un contrat et le surgissement simultané d'un nouveau territoire. *Revue de géographie alpine*, 79(4), 11-19. DOI: 10.3406/rga.1991.3624.
- Lazzarotti, O. (1994). La géographie dans la controverse touristique. *Annales de Géographie*, 103(580), 627-650. DOI: 10.3406/geo.1994.13850
- Lóndero, M. E. y Cabrera, C. (2010). Regulación de la actividad turística en la República Argentina y la Provincia de Jujuy (Documento de trabajo No. 3). San Salvador de Jujuy: SIMEL Nodo NOA/FCE/UNJu.
- Lonely Planet. (1992). Bolivia. A Travel Survival Kit. Swaney, D. y Strauss, R. 2da. Edición. Lonely Planet Publications.

- Mancini, C. y Tommei, C. (2014). La institucionalización del patrimonio en la Quebrada de Humahuaca. El caso de Purmamarca. Cuadernos FHYCS-UNJu, 46, 41-68.
- Meethan, K. (2001). *Tourism in global society: place, culture, consumption*. Hampshire-New York: Palgrave.
- Ministerio de Agricultura de Chile. (1990). Decreto N° 50. Crea Reserva Nacional Los Flamencos en terrenos fiscales de la II región y la declara lugar de interés científico para efectos mineros.
- Ministerio de Culturas y Turismo de Bolivia. (28-1-2016). Gobierno invirtió más de 20 MM para potenciar turismo en Uyuni. Recuperado el 13-03-2017 de <http://www.minculturas.gob.bo>.
- Ministerio de Educación Pública de Chile. (1982). Decreto N° 37. Declara Santuario de la Naturaleza área que señala del Valle de la Luna, II Región de Antofagasta.
- Municipalidad de San Pedro de Atacama. (2011). Ordenanza N° 5. Modifica ordenanza n° 1, de 1990. Chile.
- Municipio de San Pedro de Atacama. (Sin fecha). Recuperado el 15-03-2017 de <http://www.municipiosanpedrodeatacama.cl>.
- Nielsen, A., Calcina, J. y Quispe, B. (2003). Arqueología, turismo y comunidades originarias: una experiencia en Nor Lípez (Potosí, Bolivia). *Revista de Antropología Chilena*, 35(2), 369-377.
- Observatorio Turístico de Jujuy. (2011). Arribos Purmamarca. Obtenido en la Secretaría de Turismo de Jujuy, el 14-03-2014.
- Oficina de Turismo de Purmamarca. (2008). *Agencias. Compendio estadístico al 01-10-2008*. Obtenido en la oficina de turismo de Purmamarca, cedido por Constanza Tommei.
- Perfil. (19-11-2013). Salinas Grandes, un desierto blanco a 4.000 metros de altura. Recuperado el 20-06-2017 de <http://turismo.perfil.com/24883-salinas-grandes-un-desierto-blanco-a-4-000-metros-de-altura>.
- Porcaro, T., Tommei, C. y Benedetti, A. (2014). Ações privadas na construção de um destino turístico. Alojamentos boutique em Purmamarca, província de Jujuy, Argentina. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 8(2), 301. DOI: 10.7784/rbtur.v8i2.718.

- Reserva de Fauna Eduardo Avaroa. (2014).** Estadísticas turísticas en la REA. Obtenido en la oficina de la REA en Uyuni, el 21-4-16.
- Reserva de Fauna Eduardo Avaroa. (Sin fecha).** Detalle del flujo turístico por ingreso al área. Recuperado el 12-03-2017 de <http://boliviarea.com>.
- Rivera, J. (2009).** Modelo Inédito de Turismo Comunitario Basado en Alianzas Estratégicas. En Aduato, J. A. (Ed.), Promoción y Comercialización del Turismo Rural Comunitario (pp. 65–74). La Paz: A-Tec Consultores.
- Secretaría de Turismo de Jujuy. (2011).** EA Demanda 2005-2010. Obtenido en la Secretaría de Turismo de Jujuy, el 14-03-2014.
- Secretaría Departamental de Turismo y Cultura de Potosí. (2016).** Estadísticas anuales del Municipio de Uyuni. Obtenido en la oficina de turismo de la ciudad de Uyuni, el 20-04-16.
- Servicio Nacional de Turismo. (2002).** Resolución 775 exenta. Declara zona de interés turístico nacional área de San Pedro de Atacama-Cuenca Geotérmica El Tatio. Chile.
- Servicio Nacional de Turismo. (2016).** Registro de turistas oficina local de San Pedro de Atacama 2015. Obtenido en la oficina de SERNATUR de San Pedro de Atacama, el 13-04-16.
- The Rough Guide. (2003).** The Rough Guide to Chile. 2da. Edición. Nueva York: Rough Guides Ltd.
- The Rough Guide. (2004).** The Rough Guide to South America. 1a. Edición. Nueva York: Rough Guides Ltd.
- Tommei, C. y Benedetti, A. (2011).** Purmamarca, una postal de siete colores. El lenguaje de la fotografía en la construcción paisajística de la Quebrada de Humahuaca, provincia de Jujuy. Presentado en I Jornadas de Visualidad y Espacio: Imágenes y Narrativas, Paraná, 3 y 4 de octubre.
- Troncoso, C. (2008).** Valorización turística de la Quebrada de Humahuaca (provincia de Jujuy). La conformación de una nueva oferta turística y los cambios en la forma de visitar el destino. Párrafos geográficos, 7(2), 96–123.
- Turismo y Comunicaciones. (1992).** Chile. A remote corner on earth. Travel Guide. 1a edición. Santiago de Chile.

UNESCO. (Sin fecha). Tentative Lists. Recuperado el 20-07-2017 de <http://whc.unesco.org/en/tentativelists/>.

Uyuni Web. (31-07-2015). Museo de trenes se construye en Uyuni. Recuperado el 13-7-2017 de <http://uyuniweb.com>.

Viceministerio de Turismo. (2011). Plan Nacional de Turismo 2012-2016. Ministerio de Culturas. Bolivia. Recuperado el 12-03-2017 de <http://www.bolivia.travel/index.php?p=publicaciones>.

### Entrevistas citadas

- Entrevista a A.D., San Pedro de Atacama, 13-04-16.
- Entrevista a B.T., Uyuni, 21-04-16.
- Entrevista a C.V., San Salvador de Jujuy, 04-07-14.
- Entrevista a C.S., San Pedro de Atacama, 15-04-16.
- Entrevista a C.M., Purmamarca, 27-11-2017).
- Entrevista a D.D., Uyuni, 21-04-16.
- Entrevista a E.E., San Pedro de Atacama, 03-11-16.
- Entrevista a F.F., San Pedro de Atacama, 11-11-16.
- Entrevista a F.E., Uyuni, 21-04-16.
- Entrevista a S.O., Uyuni, 21-04-16.
- Entrevista a J.P., Uyuni, 21-04-16.
- Entrevista a J.L., San Pedro de Atacama, 12-11-16.
- Entrevista a J.U., San Pedro de Atacama, 12-11-16.
- Entrevista a L.L., San Pedro de Atacama, 16-04-16.
- Entrevista a L.E., San Pedro de Atacama, 15-04-16.
- Entrevista a M.G., San Pedro de Atacama, 13-04-16.
- Entrevista a M.A., San Pedro de Atacama, 15-04-16.
- Entrevista a O.O., San Pedro de Atacama, 13-11-16.
- Entrevista a R.C., San Pedro de Atacama, 14-04-16.
- Entrevista a S.J., realizada por Constanza Tommei, Purmamarca, 10-2014.
- Entrevista a S.U., San Pedro de Atacama, 13-04-16.
- Entrevista a S.S., Uyuni, 20-04-16.

Recibido: 01/12/2017 | Aceptado: 15/12/2017.