

## EL TURISMO EN EL ESPACIO ANDINO: COLONIALISMO, SIMULACRO Y MEMORIA *TOURISM IN THE ANDEAN SPACE: COLONIALISM, SIMULATION AND MEMORY*

Jose-Luis Anta-Felez

Universidad de Jaén

[jlanta@ujaen.es](mailto:jlanta@ujaen.es)

<https://orcid.org/0000-0001-7063-5288>

### Resumen

El mundo andino está muy poco explotado turísticamente, debido tanto a la falta de infraestructuras, como a su desarrollo como producto. Aún así el turismo existe y es, en algunos lugares, abrumador. Este se establece en un doble juego de mercado: 1) se ofertan infraestructuras hoteleras y recorridos que son claramente un producto para los turistas extranjeros y, 2) se recrea todo un discurso sobre el patrimonio. El mercado turístico andino tiene tres vertientes autocontenidas, que abordan 1) el mundo indígena, ya sea al histórico o al presente, aunque sin confundirlos ni hacer una conexión entre ambos, 2) el mundo colonial, y 3) un cierto aparataje natural. Este trabajo, basado en la mirada crítica decolonial y la etnografía nacida del trabajo de campo sobre el terreno, analiza el juego entre los discursos y las prácticas sociales, desde el punto de vista tanto desde el punto de vista del visitante como del lugareño, por tanto recreando algunas de sus paradojas y contradicciones. Este análisis, obviamente con una mirada desde un espacio decolonial y perspectiva política, trata de recuperar la epistemología del sur.

**Palabras clave:** decolonial; Atacama; desierto; turismo; artesanía; epistemología; Andes

### Abstract:

*The Andean world is underexploited for tourism due to both the lack of infrastructure and the lack of its development as a product. Still, tourism exists and is, in some places, overwhelming. As such, it establishes itself in a double market game: 1) it offers hotel infrastructures and tours that are clearly a product for foreign tourists, and 2) it recreates a whole discourse on heritage. The Andean tourism market has three self-contained aspects, which address 1) the indigenous world, either the historical or the present, although without confusing them or making a connection between them, 2) the colonial world, and 3) a high quality natural environment. This work, based on a critical decolonial view and ethnography developed from field work, analyzes the game between discourse and social practice from the point of view of both visitors and locals, thereby recreating some of its paradoxes and contradictions. This analysis, obviously from a decolonial and political view, attempts to recover the epistemology of the south.*

**Keywords:** decolonial; Atacama; desert; tourism; crafts; epistemology; Andean

Cómo citar este artículo/citation: Anta-Felez, José Luis (2021). El Turismo en el espacio Andino: colonialismo, simulacro y memoria. *ANDULI* (20), 2021 pp.219-233. <http://10.12795/anduli.2021.i20.12>

## 1.El turismo como nuevo sistema colonial

El turismo de masas es un fenómeno que ha alcanzado al mundo andino de manera muy superficial, las cifras más optimistas del Consejo Mundial del Turismo<sup>1</sup> hablan de que toda América Latina recibe escasamente el 4% del turismo global y si contamos que éste es absorbido fundamentalmente por el Caribe, especialmente el mexicano y la costa de Brasil, es evidente que gran parte del continente es, turísticamente, una incógnita. Por otro lado, una de las principales características de esta zona es la gran disparidad de infraestructura turística existente entre las diferentes zonas, y si se hace referencia al mundo andino es de proporciones radicales, ya no son sólo diferencias nacionales, sino de tipo regional, incluso local: en Perú, por ejemplo, las diferencias entre las zonas de influencia de Machu Picchu y los lugares aledaños son, a vista de pájaro, enormes. Así, mientras que en Cuzco podemos encontrar hoteles de todo tipo, algunos realmente lujosos que en nada tienen que envidiar a los europeos o norteamericanos, a tan sólo cinco kilómetros, en el pueblo de Huanchae los hoteles brillan por su ausencia, y eso que estamos hablando de una población que tiene una cierta importancia a nivel local. Esta zona del mundo no es, consecuentemente, una zona fuera del estándar del turismo de masas, incluso podría decirse que es un buen ejemplo. Así, la gente que acude a Machu Picchu se hospeda en general en el Cuzco, desde allí toma un tren que le lleva hasta las ruinas que están a 112 kilómetros, lo que, en total, con la entrada al recinto, suma al día de hoy en torno a unos 140 Euros, algo más de 460 soles peruanos. El recorrido se puede hacer también de manera alternativa, utilizando el numeroso transporte local en autobús, lo que reduce el precio en un 90%, se trata, obviamente, de una sola jornada y es realmente extraño que alguien este más de un día. Lo interesante de este ejemplo es que se crea una doble dimensión en las poblaciones locales, por un lado, están los que trabajan para esta industria turística, y ya de por sí con enormes diferencias: desde los gerentes de los grandes hoteles al indígena que se busca la vida vendiendo recuerdos en la puerta del recinto, y los que viven al margen de ésta (Osorio; Best, 2015. Taylor, 2001). Obviamente en un lugar que tiende a ser una suerte de parque temático de las culturas incaicas, las miradas se concentran sobre el turista y las posibilidades económicas que ofrece. Pero, regresando a la primera idea, las diferencias entre lo que está en el circuito turístico y lo que está fuera son realmente importantes (Boukhris; Peyvel, 2020. Nogues, 2003).

Estas diferencias que establece el mundo andino están atravesadas, a su vez, por las propias dinámicas internas, donde los flujos de la gente tienen su propia dirección y no siempre coinciden con los turísticos, aunque no hace falta recordar que aquí, como en ya cualquier parte del globo, el fenómeno turístico hace prácticamente una única realidad de todo, encontrando gente de “paseo” en cualquier parte, por recóndita que parezca (Pitor Pakan, 2020). Esta confluencia de dinámicas, por decirlo rápido, entre la vida *para* el turismo y la vida local más alejada de él, recrea un mundo, por un lado, de paradojas, y, por otro, de contradicciones (Gama; Favila, 2018. Pereiro, 2013). En el primer caso se trata únicamente de la adaptación de los usos locales a los fines del turismo, en el segundo, la abolición de lo local en función del turista, la gente ya no es, sino en función del turista y la realidad se hace discursiva según los medios y fines de las empresas turísticas (Carrigan, 2011. Chambers; Buzinde, 2015). Si, como decía, en Cuzco la realidad se establece para seguir los parámetros del turismo, como puede ocurrirle en cierta medida a muchos lugares de

---

1 Datos para 2019, diapositiva 3 del informe:  
<https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>

Europa o Estados Unidos, siendo la cultura local únicamente una realidad recreada en función de los elementos que el turismo, más bien las empresas de sector, reclaman. La contradicción es que la gente, ya sea de dentro o los de fuera, prácticamente no pueden ver nada que no haya sido construido en función de la maximización de la ganancia vía el turista, por su parte otras partes del mundo andino se recrean en la paradoja. Así en un lugar como La Paz los turistas ven con una mezcla de asombro exótico y de repulsión cómo se vende de todo en la calle y la inmensa mayoría de ellos no estarían dispuestos a pasar por la experiencia de comer un trozo de carne que se corta sobre la acera, sin darse cuenta, a su vez, que el filete que se comerán en el restaurante del hotel proviene de ese mismo lugar. No es más que una enorme paradoja que se da entre las calificaciones morales sobre nuestra alimentación, lo que es obvio es que al final cada parte establecerá unas conclusiones diferentes.

Pero, además, desde la paradoja, en el mundo andino la movilidad de la gente es permanente y en cierta medida algunos de los conceptos que podemos entender bajo la idea de turismo en occidente (la recreación, el ocio, la ruptura de la rutina, etc.) están también presentes en las poblaciones locales. En primer lugar, porque en el mundo andino hay una alta proporción de gentes que son parte de occidente y mayoritariamente acomodada a sus usos, maneras y “costumbres”, por lo que es normal que viajen, hagan turismo y se muevan de manera muy parecida a como lo haría cualquier occidental. A esto hay que sumar que existe todo un núcleo, relativamente duro, de movi­lidades —es obvio que por razones laborales los andinos se mueven mucho— en torno a peregrinaciones y visitas, más o menos ritualizadas, a lugares de carácter religioso. Esta particular forma de turismo religioso tiene una importancia dentro de los niveles locales, incluso regionales, que no puede pasarse por alto y es evidente que para muchas de las personas del mundo andino acudir a estas fiestas tiene una gran multiplicidad de sentidos, de donde el de turismo no es en nada el menor. Esta doble dimensionalidad del espacio andino, ser objeto del y por el turismo, marca enormes diferencias que donde más se aprecian es en el sentido del mercado, generalmente porque remarca las diferencias sobre las estructuras del turismo (hoteles o elementos patrimoniales sólo para occidentales) y las que se hacen por el turismo interno (casas de huéspedes o venta de objetos de electrónica importados desde el suroeste asiático, por ejemplo). No se trata, como se podría suponer, de que exista un “mundo” andino construido para los turistas occidentales y otro para ser vivido por los turistas nacionales o regionales, sino que existe una manera diferente de vivir la apropiación de ese espacio y el contenido específico que se espera con respecto a los conceptos como el ocio o lo exótico. Por ejemplo, cuando se visita Machu Picchu los pocos peruanos que lo hacen, en relación con el número de forasteros del hemisferio Norte, verán en la recreación patrimonial que está pensada casi exclusivamente en un turista alemán o norteamericano, y que es tan poco atenta a la historia, como proclive a contar lo extraordinario del lugar (Bouchard; Carlotto; Usselman, 1992). Por igual, el popular turismo religioso que se da en el mundo andino tiene lecturas que son siempre parte de una construcción identitaria altamente artificializada y acorde a los intereses políticos y sociales del momento

## 2. Metodología y punto de vista

Operativamente, en lo que se refiere a entender esta realidad andina, el problema no está sólo, que también, en qué posición se toma para entender los discursos, que tienden a ser homogéneos por sí mismos y que dependen de qué lugar se ocupa para su interpretación, si no ver que la diferencia está en las cargas estructurales que

se manejan<sup>2</sup>. Un ejemplo rápido sería ver que está hecho *ex-proceso* para el turista local y para el forastero, es decir, observar el nivel del mercado en función de qué intereses, pues evidentemente aquí el discurso tiende a desdoblarse en virtud de su funcionalidad y objetividad racional. Porque el turista, sea del tipo que sea, cuando compra, cuando hace el acto del consumo, también quiere que el objeto tenga su propio discurso y la carga simbólica, no digamos ya su precio, estará en función de este. Y aunque siempre será construido desde fuera de la cultura local tiene implicaciones que lo hacen característico y definitorio. El objeto toma, en un sentido literal, una vida propia al inspirar en sus formas imágenes y sistemas de representación que, por un lado, están contenidas y por otro, le exceden. El objeto para y por el turismo es claramente un contenedor ideológico y sistémico de cosas que se compran y, a su vez, se quieren vender así. El mercado turístico andino tendrá así, tres vertientes autocontenidas: por un lado, la referencialidad al mundo indígena, ya sea el histórico o el presente, aunque sin confundirlos ni hacer una conexión entre ambos; por otro, al mundo colonial; y por último, a un cierto aparatage natural. Discursos contradictorios entre sí, pero que se caracterizan por su maleabilidad y plasticidad a la hora de presentar el discurso que los contiene y envuelve, y que no dejan de ser claramente un elemento de cierta nostalgia de un pasado que se muestra tan glorioso como trágico, tan diverso como exótico. El objeto turístico es, en consecuencia, una multiplicidad de elementos que pasan por un discurso de lo nostálgico, no de lo histórico, y que abarcan desde dónde se duerme, qué se come, qué se visita o qué souvenir se adquiere. Todo al final es como un enorme paquete que tiene un nivel de construcción en función de la rentabilidad económica, pero también como forma de representación de la dialéctica nosotros/vosotros. Un juego de ambigüedades donde existe una suerte de teatro donde todos representan un papel previamente pactado, obviamente por y también, para el mercado (Miller, 1999).

San Pedro de Atacama (Chile) está enclavado en la mitad del desierto del mismo nombre, compuesto por un pequeño poblado y con unos ayllus a su alrededor, sin duda es un oasis en la mitad de uno de los desiertos más espectaculares de la tierra. Fuera de los grandes circuitos turísticos es un lugar que se ha sumado al carro del turismo de “masas” en los últimos 30 años<sup>3</sup>, hasta el punto de que la realidad del lugar ha sido profundamente trastocada en función de la realidad turística, pudiendo afirmarse que ya nada es igual. En realidad, nunca es igual a nada, pero digamos que ha vivido un proceso acelerado de cambio hacia un modelo plenamente occidentalizado, a la vez que se ha revalorizado un incipiente núcleo de neo-indigenismo (Aguilera, 2006. Díaz Araya, 2006). El turismo es sólo uno de los factores del cambio, por estructurante y estructurado, pero no el único y quizás es posible observar la realidad desde aquí, aunque quedaría coja si no se atiende a otros muchos fenómenos paralelos, incluso *interconexionados* (Quijano, 1992). De hecho, en San Pedro se

---

2 Sin entrar en mayores disquisiciones sólo recordar que el turismo no es un “objeto” de la antropología social, acaso de los contextos turísticos. A su vez, recordar la fascinación de la antropología por el turismo y, en concreto, por la figura del turista-viajero, donde se dan juegos de espejos más que interesantes. Aún así se trata de mundos bien diferentes que en cierta medida se distorsionan para que unos y otros sean reflejos de lo que no son, pero se parecen cuando se aplica algún tipo de distancia (Boukhris, 2017. Toselli, 2006). Para una mirada de este mismo trabajo tras la crisis del Covid-19, véase: Everingham; Chassagne, 2020).

3 Se trata, sociológicamente, en general de un turismo juvenil internacional un tanto *underground* y mochilero, asociado al turismo de aventuras, alternativo y de “cierta tolerancia” legal. Por otro lado, sigue siendo un destino familiar de grupos nacionales en la exploración del discurso historicista chileno y algunos, pocos, turistas a la busca de un destino con un cierto grado de exclusividad (Anta, 2007. Martín-Cabello; Anta; García-Manso; Pérez Redondo, 2017).

pasó por las tres conocidas fases de la relación de los nativos con los extranjeros: primeramente unos y otros se miraron con admiración y respeto, esto ocurría, más o menos, hasta los primeros 2000; luego se pasó a un modelo de integración con el turismo, donde el discurso predominante era resaltar las bondades de éste y las posibilidades de cambio y desarrollo que traería; y la tercera fase, el desencanto del turismo, está por venir, aunque hay evidentemente rasgos al respecto de esto y que se relacionan con la creciente neo-atacamización, la creación de una conciencia indígena en ciertos grupos de jóvenes, y que se ha saldado en los últimos años con la quema en parte de la Iglesia y de uno de los almacenes del museo arqueológico (Barros, 2004. Boissevain; Hernández, 2005). Son dos hechos diferentes, obviamente, el del desencanto por lo que ha producido el turismo y la creación de una conciencia neo-indígena, que seguramente tiene más que ver con la combinación de una mirada impuesta por los científicos sociales, la emigración y la creación gubernamental de agencias, leyes y dispositivos legales. Pero aún así es evidente que el desencanto si bien está por venir ya empieza a dar sus primeros frutos.

### 3. Atacama y la conversión al turismo

Si se observa con atención lo que Atacama “vende” a los turistas, se puede llegar a la conclusión de que el modelo está demasiado elaborado, probado y contrastado como para ser algo espontáneo y local, y si se realiza una etnografía mínima no se tardará en llegar a la conclusión de que lo que tenemos delante es algún tipo de neocolonización. Como en cualquier otra parte del mundo andino las imágenes se suceden sin solución de continuidad, alternando los tópicos indígenas, el mundo colonial y las referencias a la naturaleza (MacCannell, 2005. Morales, 2006). Aunque obviamente las referencias al mundo indígena contemporáneo están, por decirlo rápido, sublimadas y referencializadas hacía una serie de elementos que son más bolivianos que cualquier otra cosa. En este sentido es evidente que los “paquetes” turísticos se manejan en varios niveles diferentes y el mundo atacameño es demasiado particularizado como para que sea un atractivo por sí sólo. El desierto es, en este sentido, demasiado grande y lo focalizan como recursos no sólo San Pedro sino también otros muchos sitios como Iquique, Arica o Calama. Por ello, para poder competir el recurso a los tópicos, tiene, si cabe, que ser mucho más específico. Y lo boliviano es un referente que como producto es bien conocido, se produce en suficiente cantidad y tiene los elementos significativos como para que se venda por sí mismo. Pero qué es lo boliviano, cómo se podría preguntar lo mismo del producto peruano si vamos hacia la zona de Arica, más al norte.

Si partimos de la idea de que existe una cierta lógica caníbal en las formas empresariales asociadas al turismo tenemos, a su vez, que observar que cuanto más fuerte sea el poder discursivo del Estado más capacidad existe de que todo termine por convertirse en algo asociado al turismo (Chassagne; Everingham, 2019. Mignolo, 2011). En este sentido gran parte de lo que ocurre en Atacama desde que es territorio chileno (a finales del siglo XIX) está en relación con una posición geoestratégica que delimita en buena parte su discurso identitario. Lo que podría ser Atacama en relación a su gente, la hipotética idea de que existe algo relacionado con una posible cultura atacameña (*Lican Antai* en lenguaje histórico-arqueológico) es sólo parte de una construcción cientifista y un discurso por parte del Estado que no se corresponde con la realidad social de la gente que allí vive. Pero, sin embargo, en función de que Atacama vende un cierto aparataje turístico es evidente que las ideas de un lugar único, con una fuerte personalidad y diferenciado de las zonas limítrofes, de fuerte

carácter boliviano y consecuentemente anti-chileno, haciéndose el factor discursivo de la identidad constantemente patente. Existe, de esta manera, una fuerte paradoja entre la idea de exclusividad que de Atacama se quiere dar y la realidad asociada al componente andino que lo incluiría en una matriz mucho más general. Y en cierta medida se resuelve acudiendo a elementos que, previamente ensayados sobre la población local, habían funcionado desde hace un siglo, a saber: un fuerte discurso asociado a la idea nacional chilena, una referencialidad a las culturas arqueológicas y un discurso muy contemporáneo asociado a las ideas “contraculturales” y “alternativas” (Bengoa, 2011, 2014. Martín-Cabello; García-Manso, 2015). En cierta medida es un algo que readapta el ideario de discursividades asociadas al turismo en el mundo andino, a la especificidad de Atacama y concretamente a los elementos que el Estado Chileno plantea.

Hay un cierto juego metafórico que explica bastante bien esta idea. Evangelina es una artesana que se dedica a realizar pequeños trabajos con el telar, en realidad su trabajo son pequeñas bandas que antaño servían para adornar los sombreros y que al día de hoy son utilizados para decorar, en ellos se representan figuras antropomorfas y animales característicos del mundo andino. Ella trabajó mucho durante años para que su trabajo y el de otros artesanos de Atacama tuviera un reconocimiento propio y se diferenciara de aquellas cosas que se traían desde Bolivia, que seguramente están estandarizadas y realizadas de manera más o menos mecánica (Larraín, 1990). La cosa no era fácil, primeramente, porque la diferencia real de los productos no era mucha y, segundo, porque el precio entre uno y otros era enorme. Así pues, la diferenciación estaba en una pequeña etiqueta que “avisara” a los posibles turistas-compradores de que se estaba ante “auténtica” artesanía atacameña. Obviamente esto partía de una idea anterior: que lo atacameño existía de manera diferenciada de su entorno y que tenía los suficientes recursos simbólicos propios como para crear una serie de productos característicos. Pero en un primer momento de lo que se trataba era comercializarlos vía una asociación de artesanos indígenas, es decir, un sistema reglado jurídicamente por el Estado chileno, de reunir a los artesanos, fundamentalmente dedicados a la confección de textiles en diferentes tipos de telar y a la creación de pequeñas piezas de barro, para que se habilitara una pequeña etiqueta que identificara el producto propio del ajeno. Junto a la etiqueta se ideó un pequeño discurso, que con el tiempo se ha perfeccionado, que reclamaba para sí un ideal de pureza y autenticidad, que homeopáticamente adscribían a sus productos. Todo ello terminaba por justificar unos productos que eran, por un lado, claramente no competitivos en precio y, mucho menos, en cuanto a la transmisión de unos símbolos que estaban visiblemente asociados al mundo andino y que los atacameños hacían artesanía, con una función diferente que la que le daba el turismo.

Tradicionalmente la “tragedia” de Atacama era que no existía algo claramente atacameño, no tanto por los habitantes de la zona, que han vivido desde siglos en su propia dinámica, sino por aquellos que reclamaban purezas, identidades y diferencias, ya sea como parte de su mirada, en el caso de los turistas, antropólogos o arqueólogos que por allí hemos rondado, o de la de los políticos, burócratas varios y educadores que buscaban excusas para una ferviente chilenización de la zona, frente al posible elemento contaminador indígena. Pero esta suerte de tragedia se tornó a partir de los años 90 del siglo XX, cuando era evidente que el turismo, por un lado, y por otro, la recepción positiva de los atacameños a los planes gubernamentales de dotarles de herramientas de identificación historicista permitía la creación de un discurso pleno, sin fallas ni cortapisas. No importaba si Atacama quedaba reducida a una ruptura con su historia, ni importaba si los habitantes de la zona fueran o no

indígenas, no importaba nada que un análisis de la realidad hubiera dado al traste. Y no importaba porque se podía recrear todo y nada, se podía decidir quién era quién y cuál era su papel. Y así la asociación de artesanos vio cómo podían poner una etiqueta que identificaba lo atacameño. Porque en realidad no importaba si lo que se vendía tenía o no una tradición tras de sí, o si el que lo hacía era o no un joven venido desde Santiago de Chile, lo que era determinante es que se perteneciera a la asociación que, a su vez, daba el derecho a poner la etiqueta de producto atacameño. En este sentido todo en Atacama dejaba de ser una realidad para tornarse en un simulacro del nuevo discurso de lo atacameño. Era obvio que ésta era una puerta que una vez abierta daba un giro nuevo a la realidad y que destapaba la caja de los truenos. Porque permitía que cualquier cosa fuera trastocada discursivamente en un simulacro.

El problema –por problematizar algo que por definición no lo es– del simulacro es que exige que todo lo sea. Que la realidad se reduzca al mínimo posible. Y, además, que la carga discursiva sea lo más importante posible, así la posibilidad de delegar permanentemente en las decisiones que marquen unos Otros, diferentes que los actores. El simulacro, en este sentido, es un guión ajeno que asumen unas gentes que dejan de ser individuos en función de una vida como actores, aparentemente más rica, más moderna, en consonancia con la globalidad, pero sin olvidar que es en función de un guion ajeno (Grosfoguel, 2012. Mignolo, 2005). En este sentido es evidente que no hay nada que reprocharles, ya que nosotros mismos vivimos en esa des-realidad desde hace mucho, imponiendo el modelo a todos aquellos con los que contactamos. Regresando a la gente de Atacama tenemos que tener en cuenta, además, que sus habitantes viven en un desierto, con todo lo que esto supone. No tanto en la medida que es algo que les aisle, que no es así a priori, sino cuanto más que viven en un espacio natural aparentemente extremo –aunque como ecosistema es de una enorme fragilidad–. Lo que durante siglos había dado una personalidad a sus gentes era que tanto San Pedro de Atacama, como las diferentes poblaciones que lo circundan, eran una suerte de islas de a-historia, de vivir conscientes de que el desierto era una fuente de riqueza en la medida que estaban inmiscuidos en medio de una nada que era central en la vida del sistema sud-andino. Pero al sumarse a la historia de Chile y concretamente al recrear un algo diferenciado, vía un discurso atacameño, sus cosas dejaban de ser lo importantes que fueran para incluirse en el destino de otros. Atacama, en un largo proceso que vino a culminarse a finales del siglo XX, podía decirse que se sumó a la historia. Y su papel era obviamente algo que tenía que ver con ese desierto que le rodea: tanto en cuanto que representaba un potencial como proveedor de materias primas (cobre, silicio, fosfatos y otros minerales), cuanto más que tenía un cierto sentido dentro del orden turístico. En este sentido era muy importante que desde un momento dado ya no sólo fueran ciertos productos los que llevaran la etiqueta de atacameño, sino un buen número de gente, lo fueran o no, y obviamente había muchos dispuestos a ser parte de algo que de por sí tenía un discurso bien trenzado, interesante e, incluso, de una cierta elegancia. Todos parecían ganar: el Estado chileno triunfaba claramente en una zona de alto contenido geoestratégico al re-significar a sus habitantes según sus criterios y fuera de los “peligrosos” políticamente discursos andinistas, que a la postre daban la razón a Bolivia; a las empresas mineras les ofrecía impunidad; a los turistas un paisaje natural “bien” culturizado; y a los habitantes de Atacama ventajas materiales inmediatas y un contenido histórico pleno de modernidad.

De hecho, los atacameños se muestran como un grupo resistente y revisionista en la medida que adaptan diferentes tradiciones y sistemas de supervivencia a

los ejercicios vivenciales diarios, renegociando, incorporando y construyendo su realidad de una manera altamente activa. En cualquier caso, estas negociaciones y construcciones tienen múltiples caminos, algunos sin duda tan sorprendentes que los propios actores se ven superados en sus ideas iniciales (Gundermann, 2003a, 2003b). Cuando los habitantes de Socaire a finales de los años 80 del siglo XX ponían en marcha de nuevo el baile del talatur y realizaban incorporaciones que ellos veían como lógicas y que, además, se les decía permanentemente su unión como algo superior, el sistema de cosmovisiones andinos, no había algo así como una conciencia indígena, entendida esta como un hecho étnico diferencial. Pero cuando en los 90 el gobierno chileno varía su discurso, con respecto a los habitantes de ciertas zonas, de demonizarlos a reintegrarlos en la diferencia (que no a la diversidad). Y, así, los atacameños se vieron sino legitimados, al menos en la firme creencia de que estaban siendo comprendidos. Y, obviamente, negociaron su “nueva” adscripción étnica.

La ley indígena era, en este sentido, un nuevo marco que, por un lado, permitía el reconocimiento a ciertos derechos, inminentemente materiales, como la adscripción de ciertos recursos, tierra y agua, y a realizar ciertas actividades de carácter ritual, religioso y social que hasta entonces sólo habían sido comprendidas como obstáculos para el desarrollo (CONADI, 2003). Para los atacameños todo marchaba moralmente bien. De hecho, que la ley convirtiera a unos sujetos en “indígenas” no era un problema y que tuviera una clara sustancialización basada en una mira finalista de su proceso cultural no era un problema a priori, pues, sin duda, la hipotética ganancia material era superior a todo esto. Incluso que se chilenezara su mirada andina no era un problema, pues ellos desde hace décadas se veían a sí mismos como chilenos por encima de cualquier otra cosa. Dicho de otra manera, ¿qué problema podría suponer el considerar una única cosa el ser indígenas-chilenos si ambos conceptos por separado estaban desarrollados entre ellos y a cambio ganaban un marco jurídico que les permitía el usufructo y negociación de su espacio, su memoria y, lo que era determinante, el agua que corría por el canal desde hace algo más de mil años?

En efecto, qué problema podría haber, el marco jurídico impuesto por el centralismo santiaguino era una ventaja a todas luces. Pero, obviamente empezó a haber problemas, y, sobre todo, con lo más obvio, la propia lógica mestiza de los atacameños. Si estas se podrían plantear como un ejercicio multicultural dado a su alrededor parecía plantear lo contrario, que vivían en un país multicultural se admitía que los atacameños lo fueran por sí mismos era el precio que tenían que pagar y tras una negociación muy poco lineal y con grandes asimetrías entraron en el extraño catálogo de indígenas chilenos. Es obvio que la creación de una identidad no es fácil y convertir el sabor local en una realidad identitaria era parte de un juego de poderes donde los agentes sociales tenían que luchar en múltiples frentes, que iban desde buscar un lugar para los afuerinos, los turistas, las ONGs, los creadores de desarrollismos, los mineros y, cómo no, con la iglesia y los investigadores sociales que, incluso, vivían entre ellos desde hace tantas décadas que eran más creyentes de los indígenas que gran parte de los habitantes locales (Núñez, 1992). Además de todo ello, la negociación ponía elementos materiales realmente complejos, tanto a nivel infraestructura básica, caso de tener electricidad de manera permanente, carreteras asfaltadas o acceso a la televisión, como de ser los auténticos beneficiarios de los recursos naturales y patrimoniales. Por esto mismo cuando en los primeros años del nuevo milenio se produjo un intento de quemar parte de los depósitos del museo arqueológico o cuando poco después se quemaron algunas de las figuras de santos de la iglesia sólo unos pocos fueron capaces de leer en las pintadas reivindicatorias, aquellas que

firmaban el proceso iconoclasta en nombre de la étnica likan-antai, la culminación de una larga marcha de negociaciones de lo propio y lo ajeno, la identidad en una palabra (Gundermann, 2004). De hecho, podemos ver este tipo de aparente fanatismo identitario como un problema y, seguramente, lo es a un nivel social, pero su lectura es también la de recrear la idea extrema de un proceso que había pasado de un pueblo con una lógica mestiza a una clara contraposición de los saberes, de los espacios y de las lógicas desde posiciones únicas, finalistas y existencialistas.

#### 4. Las máscaras del mercado

En consecuencia, se puede decir que la creación de una Atacama sólo chilena, significó la reelaboración del complejo tapiz que suponía pertenecer a un mundo más grande tal cual es el andino. En cierta medida esto no era una novedad y la creación de estructuras neo-indígenas era algo que se venía practicando desde hace muchos años y los discursos estatistas en Chile era sólo el último capítulo de un enorme tratado sobre el tema. Evidentemente en Atacama se creó un mercado turístico en función de la combinación de esos elementos que eran característicos de toda la zona andina: la simbolización de lo indígena, la historia colonial y el aparataje natural. Pero se hizo según un canon, digamos, adaptado al discurso centralista y colonialista chileno. Esto sí era una novedad, pues mientras que el desierto está ahí, y, en última instancia, es un extremo natural que es fácil de recrear, las ideas indígenas y/o coloniales eran más complejas, pues no había ni indígenas, ni suficiente arquitectura patrimonial perteneciente a una época colonial que pudiera ser digna de venderse, más a más si tenemos en cuenta que hay que competir con el paquete turístico tan cercano de Machu-Picchu o de Tihuanaco. Además, en Atacama la recreación de una cultura indígena histórico-arqueológica era realmente compleja de vender, ya que en realidad no se trató nunca de una gran civilización, con piezas arqueológicas “espectaculares” y, sin embargo, se dio la vuelta al argumento en función de la creación de un atractivo que argumentara la sencillez, vía la grandeza del desierto. Para ello fue necesario utilizar una combinación de elementos, por un lado, el poner etiquetas, pero, por otro, crear un contexto. Y aquí radica la principal novedad del Atacama neo-indígena para el turista.

Esta idea de un nuevo contexto para un nuevo grupo indígena se enmarcaba en la idea, más general y natural, de estar todo enclavado en un desierto, lo que producía un cierto aparato de estar ante un elemento extremo, pero, sobre todo, de ser algo aislado y, en cierta medida, de ser “virgen”. Consecuentemente, el discurso se ha centrado en cierta medida en lo *auténtico*, palabra que por muchas razones tiene significados diversos que han sido, de una manera u otra, ampliamente aprovechados. Pero como en todo discurso de lo auténtico, su verdadera máscara es la representación de un enorme simulacro. En cierta medida es otro de esos juegos metafóricos: la máscara, que tan cara es en el mundo andino. Y podemos afirmar que no es que en Atacama las cosas sean ficción, es que son simplemente una máscara nueva sobre elementos que tienen otra cara. Máscara que está puesta para producir un efecto, crear una nueva función y recrear un determinado estado de las cosas. En este caso la máscara no esconde al poder, es la propia cara del discurso del poder. Por decirlo rápido, la máscara son las condiciones sociales y materiales del mercado, en este caso turístico, pero lo mismo da si hablamos de la minería, educación, religión o migración. Así ocurre con una pequeña ciudadela de periodo incaico que se encuentra a las afueras de San Pedro, el Pukará de Quito, enclavado en uno de los lugares más bellos de la zona, desde donde se divisa el río, los ayllus y los

volcanes enmarcados en su brillante desierto. Resulta anecdótico, por común que se cuente una determinada historia al respecto, mostrándolo como un bastión defensivo frente al español invasor (cuando la historia seguramente es otra bien diferente, ya que hacía medio siglo que estaba abandonado cuando pisaron los adelantados de Pizarro) o que se esconda que su reconstrucción se hizo con dinero de la Comisión Nacional para el Quinto Centenario (organismo español) o que ni los arqueólogos, ni los historiadores, ni los restauradores se ponían de acuerdo de cómo era en realidad. Lo que no resulta anecdótico es que se intente vender la idea a los turistas de que existe una clara conexión entre esta ciudadela y los indígenas atacameños actuales, porque ni una cosa, ni otra responden a criterios que no se sostienen si no es con un discurso planeado desde fuera.

La cuestión es que al igual que ocurría con la artesanía, aquí se puso una etiqueta y, automáticamente, se convirtió al Pukará a los criterios del grupo neo-indígena. Criterios establecidos en la creencia discursiva de los grupos que detentan el poder desde la municipalidad (el ayuntamiento). Pero esto va más allá, ya que se trata también de una de las máscaras para el mercado. En 1992 yo estaba en San Pedro alojado con el equipo de la Universidad de Antofagasta que se afanaba en terminar la restauración del Pukará. Para poder trabajar con una cierta comodidad se instaló un enorme andamio, al que se puso una tirolina hecha con un grueso cable de acero trenzado, y que facilitaba enormemente la tediosa tarea de acarrear piedras y arena. Pero en un momento dado el cable se rompió y no sólo arrastró al andamio, sino que por muy poco no se lleva al equipo de trabajadores. El problema se concentraba en dos soluciones diferentes y paralelas, primero, reforzar el andamio poniendo unos contrafuertes que permitieran la tensión del cable. Segundo, la realización de un pequeño ritual de ofrenda a la tierra (pachamama) con la finalidad de aplacar su ira. Tanto una cosa, como otra se hicieron y obviamente todo funcionó, permitiendo la buena marcha del trabajo. En cierta medida cabría poner algún tipo de adscripción a todo esto, pero la realidad es que no es posible a priori, pues tanto los trabajadores de la universidad, como aquellos que hicieron y participaron del ritual, no tenían claro que ellos solo vivían en ese desierto con esas prácticas, los unos restaurar y los otros agradecer a la tierra. Incluso alguien tan distante de todo ello como yo, jamás escuché a nadie adscribirse ni como indígena, ni mucho menos como atacameño. Pero años después los turistas tenían que vérselas con carteles, cobradores de entradas y todo tipo de mensajes que adscribían aquello al mundo indígena atacameño. En última instancia nunca ya nada fue igual. Incluso, si se quiere ver así, el mundo Atacameño se recreó en una suerte de mundo juvenil: jóvenes indígenas reclamando por su identidad y jóvenes turistas reclamando por su cuota de libertad.

## 5. Conclusiones para una Atacama decolonial

No está exento de paradojas que un lugar tan exotizable como San Pedro de Atacama se haya terminado por convertir en una simbiosis de las culturas juveniles contemporáneas, aunque el proceso llevaría muchas páginas explicarlo, es entendible como un enorme juego de máscaras: los turistas son en su mayoría un grupo de jóvenes europeos y norteamericanos en la búsqueda de la última Arcadia. Mientras que el grupo social que vivía por Atacama se ha visto reducido y marginado y, a lo más, se hace presente también de manera juvenil desde una adscripción a un neo-indigenismo políticamente correcto y asimilacionista. No se trata de entender que este es el camino de la historia, como algunos proclaman, sino que es la historia de

occidente en su sentido más pleno, donde los márgenes quedan localizados y fijados para el bien de su mercado global.

Pero Atacama es, ante todo, un espacio de interculturalidad donde conviven de manera conjunta varias matrices interpretativas<sup>4</sup>. Obviamente entender que estamos ante un único espacio permite tener, por un lado, una unidad de análisis y por otro, un elemento común de comparación. Pero el territorio por sí mismo tampoco explica nada y, de hecho, son los propios habitantes de Atacama quienes tradicionalmente se niegan a verlo como un espacio unitario. Muy por el contrario, es este espacio, como cualquier otro, una fuente de recursos físicos y simbólicos que se usa y reinterpreta según las necesidades de cada momento. En Toconao, uno de los oasis al Este del Salar de Atacama desde hace tres décadas se empezó a usar piedra pómez para construir las casas y gracias a los cercanos yacimientos, a su gran capacidad de aislamiento y a su facilidad para trabajarlo, le hacía, sin duda, un material muy apetecible, frente al tradicional adobe. En realidad, no había ningún problema, pues en ese mismo momento hacían su parición los grandes bloques de cemento, que permitían rapidez, fiabilidad y dureza a la hora de construir. Prácticamente toda la comunidad se sumó a los nuevos materiales y los canteros no daban abasto con la piedra pómez y el resto de los oasis con los bloques de cemento. Obviamente el adobe siguió siendo importante, pero pasó a un segundo plano. Con el tiempo, la reinterpretación de los materiales no se hizo esperar: en este pequeño pueblo de Toconao se dedicaron a labrar pequeñas representaciones en la piedra pómez: primeramente, y siguiendo una tradición andina que provenía de la colonia, el campanario del pueblo y seguidamente figuras antropomorfas, generalmente de mujeres trabajando en un telar. Estas figuras se venden en el propio pueblo en un puestecito que tiene diferentes dulces infantiles, de marcas multinacionales, y a donde se acercan los turistas a comprar un souvenir. Por su parte, las casas de adobe tradicionales de Atacama, que responden a un patrón conocido como espacio intermedio, se dejaron de hacer tal cual, utilizando como novedad los bloques de cemento y los techos de calamina, mientras que una serie de gente venida de fuera y que se establecieron en San Pedro de Atacama de manera más menos estable sí que siguieron el patrón hasta conseguir que varias publicaciones lo reconocieran como una arquitectura destacable a varios niveles, sobre todo con lo que se conoce como “arquitectura con encanto”, es decir, una arquitectura de moderna factura, pero que aprovecha los materiales y conceptos tradicionales de la zona.

Es evidente que este tipo de mirada, donde todo es reinterpretado según elementos adquiridos o apropiados de otros está íntimamente asociado a la idea de territorio, reconociendo obviamente que la gente se mueve sobre él (Dannemann; Valencia, 1989. Martínez, 1990). De hecho, no es el conocimiento local el que plantea los problemas y las soluciones, ni, incluso los elementos que sirven a la matriz interpretativa. Es, por el contrario, una manera de comunicación intercultural que es global a la manera del capitalismo. Y lo mismo que podemos ver en Atacama es visible en México o en casi cualquier parte de África. La interculturalidad es, en este sentido, un estado más que una posición. Para entender esto es importante que nos planteemos primeramente que el territorio tiene una composición humana que desde una

---

4 La interculturalidad, entendida en su manera más pragmática, es la interacción de varios grupos culturales en un mismo espacio-tiempo. A un nivel epistemológico la cosa es un poco más compleja porque exige de sistemas de mediación y *agenciamiento* y, en última instancia, romper con ideas preconcebidas de homogeneidad, autenticidad y sincronía. Es por esto mismo que entendemos la interculturalidad como la diacronía cultural de un grupo en relación a su interacción con los demás.

dimensión histórica y sociológica es realmente muy variada. Por un lado, tenemos que el desarrollo histórico desde antes de la colonia ha sido una constante mezcla interétnica de donde se han contrapuesto claramente los modelos culturales, uno propio de la metrópoli, asociado ya sea al Imperio Inca, al español o al impuesto por el capitalismo del conglomerado minero-industrial, marcado por y desde Santiago de Chile; por otro lado, una población poco homogénea pero que ha tenido un cierto grado de unidad por la vinculación con las cosmovisiones andinas. Obviamente todo esto es especialmente complejo desde una perspectiva histórica que, además, ha venido a radicalizarse con la aparición en la zona de tres nuevos actores: los turistas, las diferentes organizaciones industriales y de ayuda y por un grupo de personas que, fundamentalmente, desde Santiago han venido a asentarse en el territorio, los conocidos como afuerinos. Pero, además, los actores tradicionales, ya fueran los pertenecientes al cúmulo de administradores coloniales, intercoloniales o neo-coloniales, así como los habitantes de Atacama han tomado nuevos papeles, algunos de ellos de carácter político, cuando no comprometido con su realidad más inmediata.

Este variado complejo paisaje humano, donde el turista se ha convertido en un sujeto más, pone a prueba, sin duda, la idea de cultura y más la idea de multiculturalidad. Los patrones se disuelven permanentemente sobre la idea de territorio, que parecía, al menos a primera vista, lo único que daría sentido y unidad a todo ello. Y, sin embargo, se trata de un espejismo más. Porque lejos de servir de unidad de análisis, incluso como elemento histórico, la constante reapropiación del espacio (cultural, histórico y social) le hace algo demasiado frágil como para proponerlo como un único todo. Sólo nos queda entender o la dinámica histórica, como propone Barros (1997), o la sociología de Gunterman (2003b), o el conglomerado de operaciones globales y su interpretación local (Rivera, 1999, 2004). En cualquier caso, sólo podemos hacer acercamientos muy locales, pues en las distancias largas todo tiende a parecerse entre sí. Y nada más lejos de la realidad. En primer lugar, es evidente que existe una identidad desterritorializada (Bengoa, 1996), más allá de una “cultura híbrida” (García Canclini, 1989) y que Atacama vive un proceso acelerado de recreación de una imaginación, a veces identitaria, a veces sólo grupal y pocas, pero significativas, de manera sentimental que supera en su proceso la propia idea de territorio. En este sentido podría hablarse con Appadurai (1996) de “nuevos roles” en los actores. Todas estas ideas ponen a Atacama no en el centro de la discusión, pero sí como un lugar privilegiado para su estudio. Y, obviamente, no me refiero a los procesos locales –palabra que personalmente me parece sospechosa de un etnocentrismo exagerado–, sino más bien a las negociaciones de las identidades locales, que permiten ver estructuras que tienen múltiples puntos de inflexión, cuando no figuras que han terminado por permear toda la realidad (Maybury-Lewis, 1997). Al romper con las estructuras sociales y observar las dinámicas comunitarias podemos concluir que no existen niveles previos de determinación y estaticidad. Los actores toman el protagonismo sobre las instituciones, no para llegar al individualismo, sino para entender las múltiples interacciones, procesos y sistemas que llevan a que la gente piense y haga las cosas de una determinada manera en un momento dado. Esta manera de ver las cosas nos permite entender que la vieja discusión entre estructura e historia no es tal y que los conceptos asociados, como tradición, cultura y resistencia se han de poner en entre dicho.

## Bibliografía

- Aguilera Barraza, R. P. (2006). Evaluación del acuerdo de Nueva Imperial y su impacto en la realidad indígena chilena, desde la percepción de la dirigencia aymara. *AIBR, Revista de antropología iberoamericana*, 1, 2: 311-330. <https://doi.org/10.11156/aibr.010209>
- Anta Félez, J. L. (2007). Desarrollo y turismo en Atacama (Chile). De la precariedad a la necesidad. En D. Lagunas (Coord.). *Antropología y turismo. Claves culturales y disciplinares*: 153-163. México: Plaza y Valdés.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large. Cultural Dimentions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Barros, A. (1997). Pachamama y desarrollo: paisajes conflictivos en el de Atacama. *Estudios Atacameños*, 13: 75-94. <https://doi.org/10.22199/S07181043.1997.0013.00006>
- Barros, A. (2004). Crónica de una etnia anunciada: Nuevas perspectivas de investigación a 10 años de vigencia de la Ley Indígena en San Pedro de Atacama. *Estudios Atacameños*, 27: 139-168. [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-10432004002700007](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-10432004002700007)
- Bengoa, J. (1996). *La comunidad perdida. Ensayos sobre identidad y cultura: los desafíos de la modernización en Chile*. Santiago de Chile: SUR.
- Bengoa, J. (2011). Los Mapuches: historia, cultura y conflicto. *Cahiers des Amériques Latines*, 68: 89-107. <https://doi.org/10.4000/cal.118>
- Bengoa, J. (2014). La trayectoria de la antropología en Chile. *Revista Antropologías del Sur*, 1: 15-42.
- Boissevain, J.; Hernández Armas, R. (2005). Rituales ocultos. Protegiendo la cultura de la mirada turística. *Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural*, 3, 2: 217-228. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2005.03.017>
- Bouchard, J.-F.; Carlotto Caillaux, V.; Usselman, P. (1992). Machu Picchu: problemas de conservación de un sitio inca de ceja de selva. *Bulletin de l'IFEA*, 21, 3: 905-927.
- Boukhris, L. (2017). The Black Paris project: the production and reception of a counter-hegemonic tourism narrative in postcolonial Paris. *Journal of sustainable Tourism*, 25, 5: 684-702.
- Boukhris, L. Peyvel, E. (2020). El Turismo bajo la óptica de los modelos postcoloniales y de la descolonización. *Via*, 16. <http://journals.openedition.org/viatourism/4106>
- Carrigan, A. (2011). *Postcolonial tourism. Litterature, Culture and Environment*, Routledge, London. <https://doi.org/10.4324/9780203832097>
- Chambers, D.; Buzinde, C. (2015). Tourism and decolonisation: Locating research and self. *Annals of Tourism Research*, 51: 1-16.
- Chassagne, N.; Everingham, P. (2019). Buen Vivir: Degrowing Extractivism and Growing Wellbeing through Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27, 12: 1909-1925. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1660668>
- CONADI, Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (2003). *La legislación indígena y el desarrollo económico, social y cultural de los pueblos indígenas en Chile*. América Indígena, LIX, 1: 1-8.

- Dannemann, M.; Valencia, A. (1989). Grupos Aborígenes Chilenos. Su situación Actual y distribución territorial. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Díaz Araya, A. (2006). Aymaras, peruanos y chilenos en los Andes ariqueños: resistencia y conflicto frente a la chilenización del Norte de Chile. *AIBR, Revista de antropología iberoamericana*, 1, 2: 296-310. <https://doi.org/10.11156/aibr.010208>
- Everingham, P.; Chassagne, N. (2020). *Post COVID-19 ecological and social reset: moving away from capitalist growth models towards tourism as Buen Vivir. Tourism Geographies*, 22, 3: 555-566. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762119>
- Gama Garduño, M. G.; Favila Cisneros, H. (2018). Una aproximación a la experiencia turística desde la Antropología del Turismo: una mirada mutua al encuentro entre turistas y locales. *Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural*, 16, 1: 197-211. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.013>
- García Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- Grosfoguel, R. (2012). Decolonizing Western uni-versalisms: decolonial pluri-versalism from Aimé Césaire to the Zapatistas. *Transmodernity: Journal of Peripheral Cultural Production of the Luso-Hispanic World*, 1, 3: 88-104.
- Gundermann, H. (2003a). Las poblaciones indígenas andíneas de Chile y la Experiencia de la ciudadanía. En Gundermann, H.; Foerster, R.; Vergara, J. I., *Mapuches y Aymaras. El debate en torno al reconocimiento y los derechos ciudadanos*: 19-104. Santiago de Chile: Ril, Universidad de Chile.
- Gundermann, H. (2003b). Sociedades indígenas, municipio y etnicidad: La transformación de los espacios políticos locales andinos en Chile. *Estudios Atacameños*, 25: 55-77. <https://doi.org/10.4067/S0718-10432003002500004>
- Gundermann, H. (2004). Inicios de Siglo en San Pedro de Atacama: procesos, actores e imaginarios en una localidad andina. *Chungara*, 36, 1: 221-239. <https://doi.org/10.4067/S0717-73562004000100007>
- Larraín, H. (1990). Apuntes para una geografía artesanal de la II Región de Chile. *Ibero-Amerikanisches Archiv*, 16, 4: 611-636.
- MacCannell, D. (2005). Turismo cultural. *Archipiélago*, 68: 53-57.
- Martín-Cabello, A.; García-Manso, A. (2015). Una aproximación a las relaciones entre el turismo mochilero y la cultura corporativa global. *Revista de Antropología Experimental*, 15: 55-72. <https://doi.org/10.17561/rae.v0i15.2365>
- Martín-Cabello, A.; Anta Féliz, J.-L.; García-Manso, A.; Pérez-Redondo, R. J. (2017). Turismo mochilero: una aproximación desde la sociología y la antropología a una subcultura global. Oviedo: Septem Ediciones.
- Martínez, J. L. (1990). Interetnicidad y complementariedad en el altiplano meridional. El caso atacameño. *Andes, Antropología e Historia*, 1: 11-30.
- Maybury-Lewis, D. (1997). Vivir con la etnicidad: la necesidad de un nuevo paradigma. En Arizpe, L. (Edit.). *Dimensiones culturales del cambio global. Una perspectiva antropológica*: 115-133. México: UNAM.
- Mignolo, W. (2005). *On subalterns and other agencies*. *Postcolonial Studies*, 8, 4: 381-407. <https://doi.org/10.1080/13688790500375082>

- Mignolo, W. (2011). *The Darker Side of Western Modernity: Global Futures, Decolonial Options*. Durham, NC: Duke University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv125jqbw.12>
- Miller, D. (1999). *Ir de compras: una teoría*. México: Siglo XXI.
- Morales Morgado, H. F. (2006). Turismo comunitario: una nueva alternativa de desarrollo regional. *AIBR, Revista de antropología iberoamericana*, 1, 2: 249-264. <https://doi.org/10.11156/aibr.010205>
- Nogués Pedregal, A. M. (2003). La cultura en contextos turísticos. En A. M. Nogués (Coord.). *Cultura y turismo: 27-54*. Sevilla: Signatura.
- Núñez, L. (1992). *Cultura y conflicto en los oasis de San Pedro de Atacama*. Santiago de Chile: Edt. Universitaria.
- Osorio, S.; Best, G. (2015). *A Case Study on Culture Brokers and Their Role in Tourism Management* in the Indigenous Community of Taquile Island in Puno, Peru. *International Journal of Tourism Research*, 17: 347-355. <https://doi.org/10.1002/jtr.1992>
- Pereiro, X. (2013). Los efectos del turismo en las culturas indígenas de América Latina. *Revista Española De Antropología Americana*, 43(1): 155-174. [https://doi.org/10.5209/rev\\_REAA.2013.v43.n1.42308](https://doi.org/10.5209/rev_REAA.2013.v43.n1.42308)
- Pitor Pakan, S. (2020). «L'Autre» peut-il investir le cadrage dans le champ des études touristiques? *Via*, 16. <http://journals.openedition.org/viatourism/4156>
- Quijano, A. (1992). Colonialidad y modernidad/racionalidad. *Perú Indígena*, 13, 29: 11-20.
- Rivera, F. J. (1999). Construcción y reformulación de la etnicidad atacameña en el Norte de Chile. En Koonings, K.; Silva, P. (Edits.). *Construcciones étnicas y dinámica socio-cultural en América Latina: 77-90*. Quito: Abya-Yala.
- Rivera, F. J. (2004). Anti-flexibilización con identidad/alteridad. La cuestión étnica atacameña contemporánea y su contexto neoliberal-flexible. *Revista de Antropología Experimental*, 4. <http://www.ujaen.es/huesped/rae>
- Taylor, G. (2001). Ideología e identidad. Lo andino y sus máscaras. *Bulletin de l'IFEA*, 30, 3: 409-411. <https://doi.org/10.4000/bifea.6884>
- Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural*, 4, 2: 175-182. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2006.04.012>



© 2021 por el autor. Licencia a ANDULI, Editorial Universidad de Sevilla. Este artículo es un artículo publicado en acceso abierto bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Attribution (CC BY) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

