

Pueblos originarios, patrimonio y autenticidad en la promoción del “desarrollo con identidad”. Reflexiones desde el norte argentino

Indigenous people, heritage and authenticity in the promotion of “development with identity”. Reflections from the north of Argentina

Cecilia Benedetti

Instituto de Ciencias Antropológicas,

Universidad de Buenos Aires,

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (Argentina)

ceci.benedetti1@gmail.com

Resumen

El objetivo de este trabajo consiste en reflexionar sobre patrimonio, pueblos indígenas y autenticidad en las perspectivas de “desarrollo con identidad”. Actualmente, las mismas presentan protagonismo en la gestión patrimonial en los ámbitos internacionales y nacionales. A partir de una investigación antropológica que estoy desarrollando en la provincia de Salta, en el norte de Argentina, apunto a considerar cómo en la implementación de estos enfoques se delimitan determinados aspectos en torno a la preservación y la autenticidad, cuáles son las prácticas que involucran y cómo los indígenas se apropian, recrean y desafían dichas nociones. Considero que las novedades en torno a la autenticidad en estos enfoques refieren a principios y valores que permean dicha noción en términos de una nueva configuración moral, entre los cuales adquiere relevancia la delimitación de lo auténtico como respeto a la diversidad cultural.

Palabras Clave

Pueblos originarios; patrimonio; autenticidad; desarrollo; identidad.

Abstract

This work aims to reflect about heritage, indigenous people and authenticity in the promotion of “development with identity”. Currently, these approaches play a leading role in heritage management at the international and national levels. Based on anthropological research that I am developing in the province of Salta, in the north of Argentina, I aim to consider how preservation and authenticity are delimited in the implementation of these perspectives, which practices they involve and how indigenous people appropriate, recreate and challenge these notions. I consider that the novelty around the notion of authenticity refers to norms and values which permeate this notion in terms of a new moral shape, related with the delimitation of the authentic in terms of respect for cultural diversity.

Keywords

Indigenous people; heritage; authenticity; development; identity.

Introducción

Esta obra está sujeta a la Licencia Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional de Creative Commons. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



En las últimas décadas, el paradigma del desarrollo ha adquirido protagonismo en la gestión transnacional del patrimonio (Lafrenz Samuels, 2018; Coombe, 2012). Impulsados y financiados por organismos internacionales y agencias de cooperación (Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo), los enfoques enmarcados en el “desarrollo con identidad” conciben a la cultura como “capital” (Comaroff & Comaroff, 2011) o “recurso” (Yúdice, 2002) para dinamizar económicamente a sectores en condiciones de pobreza, especialmente indígenas y campesinos. Presentan protagonismo en las políticas públicas latinoamericanas y en las agendas de actores no estatales que trabajan con poblaciones indígenas y campesinas. Esto constituye una transformación respecto a las teorías de desarrollo dominantes en períodos anteriores, que no enfocaban en los aspectos culturales o la diversidad cultural (Monreal Requena, 2003). Las políticas de reconocimiento adquieren relevancia en relación a estas perspectivas, así se ha marcado a relación entre la afirmación de la diversidad y la mercantilización de las diferencias (Coombe & Weiss, 2015; Comaroff & Comaroff, 2011). En América Latina, esto implicó la transformación desde la negación o asimilación de las diversidades étnicas por parte de los Estados hacia la declaración de su configuración multiétnica y pluricultural¹.

Mientras que anteriormente nociones como ancestralidad o preservación correspondían a instituciones culturales como museos o institutos de cultura, en la actualidad constituyen categorías que adquieren visibilidad en los proyectos de desarrollo. Así organismos internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) o el Banco Mundial incluyen entre sus objetivos *recuperar y preservar las tradiciones, conservar las tradiciones, sostener la cultura intangible*. El objetivo de este trabajo consiste en reflexionar sobre patrimonio, pueblos indígenas y autenticidad en las perspectivas de desarrollo con identidad, a partir de una investigación que estoy desarrollando en la provincia de Salta, en el norte de Argentina. Apunto a considerar cómo en la implementación de estos enfoques se delimitan determinados nuevos aspectos en torno a la preservación y la autenticidad, cuáles son las prácticas que involucran y cómo los indígenas se apropian, recrean y desafían dichas nociones. Recuperando los aportes de Regina Bendix (1997) y otros autores que mencionaré en el trabajo, me interesa desplazar la pregunta respecto a qué es la autenticidad, hacia la reflexión sobre cómo y por qué la autenticidad es usada.

Las siguientes reflexiones se basan en una investigación de metodología etnográfica realizada en el Departamento de General San Martín, ubicado en el noreste de la provincia, una de las regiones con mayor presencia indígena en el país. Mi

¹ Estas transformaciones se han consolidado en el contexto de políticas de ajuste estructural, y así los diversos autores han marcado la relación multiculturalismo y neoliberalismo, en términos de nuevas formas de gobernabilidad y ciudadanía (Assies, 2006; Hale, 2002; Postero, 2009; Yashar, 2007).

Pueblos originarios, patrimonio y autenticidad en la promoción del “desarrollo con identidad”. Reflexiones desde el norte argentino

investigación en la región comenzó en 2004, en el marco de mi tesis doctoral sobre la producción artesanal chané. Continué investigando en la misma zona posteriormente, profundizando en la relación entre patrimonio, políticas de reconocimiento y procesos identitarios étnicos. Aunque voy a recuperar algunos aspectos de las etapas anteriores, la mayor parte del trabajo de campo en el cual se basa este trabajo fue realizado entre 2016 y 2019. Esto involucró seis estadías de campo en el Departamento donde realicé observaciones en instituciones, organismos, comunidades y otros espacios vinculados con la temática de estudio. Tal como se verá a lo largo del trabajo, fue especialmente importante la participación en diversos eventos locales, tales como ferias, jornadas, capacitaciones; a la vez que mantuve entrevistas y conversaciones informales con integrantes de comunidades indígenas - tanto con quienes participan en proyectos de desarrollo como otros que no - funcionarios y empleados estatales, responsables de ONG y otros organismos, dirigentes, población no indígena de la zona. Asimismo, recopilé fuentes diversas: folletos, publicidades turísticas, videos institucionales, publicaciones en redes sociales, artículos de diarios y revistas, etc. A partir de la pandemia por COVID-19 en 2020 no pude volver a realizar trabajo de campo, sin embargo, continué en contacto con quienes realicé mi investigación a través de llamadas telefónicas y otras formas de comunicación a distancia; a la vez que estuve en diversos eventos que ellos y ellas organizaron o participaron en forma virtual. A pesar de que no constituye el centro del trabajo, también retomé estos últimos registros para la elaboración de las reflexiones. Cabe señalar que no especifico ni las comunidades ni las instituciones con las que investigué para resguardar el anonimato de las fuentes, aspecto al cual me comprometí al realizar la investigación. En el Departamento de General San Martín los indígenas son caracterizados como “los más pobres entre los pobres”. La economía de la zona se asienta en la explotación hidrocarburífera y el cultivo de soja, ambas en manos de capitales transnacionales; mientras que la situación socioeconómica de la población presenta altos índices de pobreza y marginalidad. La población indígena está representada en siete pueblos reconocidos - wichí, chorote, toba, chané, guaraní, chulupí, tapieté - y dos que no poseen reconocimiento provincial: weenhayek y yowis. La mayor parte de las comunidades no cuentan con el título de sus tierras, a la vez que constituyen uno de los sectores más relegados en cuanto a distribución de los ingresos y acceso a los servicios. La situación de precariedad de estos pueblos se expresa en un grado importante de conflictividad respecto a la posesión de las tierras, la escasez de trabajo, la falta de acceso a derechos como salud y educación.

Las perspectivas de desarrollo con identidad arribaron en esta zona hacia la década de 1990². Han implicado programas muy diversos - en torno a prácticas productivas, liderazgos indígenas, problemáticas de género, entre otros - en este caso abordé las mismas a partir de los programas, proyectos y acciones vinculadas al fomento

² En este período, la región atravesó una fuerte crisis, en el marco de la privatización de la empresa estatal Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF) a partir de las reformas de ajuste estructural implementadas en el marco del Consenso de Washington.

artesanal y al turismo comunitario, en las cuales los aspectos patrimoniales presentan mayor relevancia. Mi investigación se centró en las dependencias estatales de cultura y turismo - principalmente provinciales y locales - y de ONG que incentivan dichas actividades, vinculadas al campo del turismo, el fomento artesanal y el emprendedurismo. Cabe destacar que esta región nunca constituyó un centro turístico; el fomento a la actividad se instaló en la región en los últimos años, especialmente a partir de un plan llevado adelante por la Secretaría de Turismo Provincial denominado Sí+, financiado por el BID. Si bien esto ha implicado la multiplicación de las actividades en torno al turismo - eventos, reuniones, capacitaciones, visitas de agencias y expertos, promociones, entre otros - la llegada de visitantes aún es muy marginal.

En mi investigación trabajé con artesanos y artesanas chané y guaraní que integran proyectos propulsados por las instituciones mencionadas. Los chané son reconocidos por sus máscaras de madera - principalmente zoomorfas - y piezas de cerámica. La producción de los guaraníes se centra en cestería y otras piezas confeccionadas con bejuco, así como también máscaras de madera. También abordé un circuito de turismo comunitario formado por tres comunidades guaraníes cuya propuesta comprende caminatas por las yungas, talleres artesanales y culturales, bebidas y comidas elaborados con la producción de los cercos locales. La participación de los indígenas en estos proyectos es muy diversa: buena parte tiene una trayectoria prolongada en los mismos y sostienen relaciones consolidadas con los organismos, mientras que otros sostienen vínculos más casuales o discontinuos. Los proyectos de las diversas instituciones suelen recaer en los mismos grupos, en buena medida porque la participación requiere de un entrenamiento a largo plazo - en aspectos como relacionarse con los técnicos, cumplir con plazos, requisitos, trámites - que no todos pueden sostener. Esto implica la exclusión varios intentaron comenzar con estos proyectos, pero luego se han quedado en el camino (Benedetti, 2021).

Debates en torno a la autenticidad

En gran medida, la problemática de la autenticidad en los procesos patrimoniales actualmente es discutida en términos de los enfoques que se centran únicamente en los efectos del poder en la definición de la misma y aquellos focalizan en las posibilidades de reapropiación, resignificación y resistencia por los sujetos subalternos. En relación a la primera línea, algunos autores señalan que, en el marco de la gestión neoliberal del patrimonio, las experiencias declaradas auténticas son apropiadas por el mercado y generan valor económico; esto implicaría la imposición de una identidad prefabricada, a medida del consumidor (Frigolé, 2014; Santamarina & Moncusi, 2015; Del Mármol & Santamarina, 2019). Esto conduciría a la estandarización y eliminación de las diferencias culturales locales, más que a la incorporar los puntos de vista indígenas (Ruhanen & Whitford, 2019).

Pueblos originarios, patrimonio y autenticidad en la promoción del “desarrollo con identidad”. Reflexiones desde el norte argentino

Por otro lado, otros estudios enfatizan en mostrar la agencia y las reapropiaciones de los sujetos en las definiciones sobre la autenticidad, más allá de las versiones hegemónicas, ya sea en relación al turismo o a las definiciones de UNESCO o los gobiernos nacionales. Esto ha sido remarcado en varias investigaciones en China, país que presenta gran relevancia en la investigación sobre turismo, patrimonio y autenticidad. Por ejemplo, a partir de un análisis sobre una ceremonia matrimonial de la religión dongba - cuyas escrituras han sido incluidas en el Registro de las Memorias del Mundo por UNESCO - en el sudoeste de China, Zhu (2015) analiza cómo las comunidades locales, turistas y otros actores locales no se apropian de las declaraciones, el conocimiento científico o las certificaciones legales, sino que sacan a relucir sus propias interpretaciones sobre la autenticidad. En su estudio sobre los Orochen, Fraser (2020) muestra que la patrimonialización no opera como una relación jerárquica y estática entre el estado y las minorías étnicas. En cambio, los transmisores del patrimonio - como artesanos o músicos - internalizan las clasificaciones del patrimonio para reimaginar sus identidades étnicas y las nociones de autenticidad de nuevas maneras, incluyendo su visión de la cultura orochoen en los programas de desarrollo.

Otras investigaciones etnográficas - como el estudio de Heldt Cassel y Miranda Maureira (2017) sobre comunidades indígenas en Quebec o la investigación de Theodossopoulos (2013) sobre los emberá de Panamá - han destacado la relevancia de las imágenes surgidas en el marco de la nueva relación entre turismo y patrimonio en la construcción de percepciones de los indígenas sobre las identidades étnicas, analizando cómo implicó reconsiderar la importancia de pertenecer a las comunidades indígenas y la construcción de una imagen positiva sobre sí mismos frente a la caracterización como incivilizados a través de la cual son estereotipados en la sociedad nacional. Muestran como las prácticas culturales “auténticas” son constantemente negociadas en relación a las expectativas de los turistas por un lado y visiones, conveniencias y beneficios locales por otro. Al mismo tiempo, dichas imágenes sobre la autenticidad producen tensiones y conflictos entre los indígenas, así no existe una única versión de la autenticidad. En una línea similar, a partir de su estudio sobre las tejedoras mayas y su relación con los turistas en torno a la autenticidad de sus producciones, Little (2019) propone concebir a la autenticidad como coproducción social a través de diferentes marcos culturales y conceptuales, donde se pone juego la dimensión política, es decir, quién tiene el derecho para autenticar. Estas negociaciones habilitan nociones más flexibles que aquellas provenientes del discurso patrimonial autorizado, contemplando el pasado, pero también abriendo direcciones para el desarrollo en el futuro, tal como señala Varutti (2015) sobre los artesanos indígenas en Taiwan.

En vinculación a estas perspectivas, la autenticidad no es concebida como una definición lista para su aplicación, sino que es repetidamente remodelada, matizada y cuestionada en las prácticas específicas (Macdonald, 2013). Se ha señalado la importancia de considerar los diferentes significados de la autenticidad utilizados en las prácticas sociales (Bruner 1994), su carácter cambiante según el tipo de

audiencia y contexto (Chhabra, 2019), su calidad negociada con múltiples dimensiones y evaluada por diferentes actores (Xie 2003)³. Así la maleabilidad de la autenticidad implica un gran potencial para legitimar y deslegitimar en cuestiones como las identidades colectivas y las jerarquías sociales (Silverman, 2015).

Mi análisis se centra en aquellos enfoques que proponen desplazarse de la autenticidad hacia la autenticación. Considero estas dinámicas en la promoción del patrimonio como recurso para el desarrollo y en la interacción entre las instituciones y los indígenas. Así no focalizo en la relación entre turistas y anfitriones, aspecto en el cual están basados buena parte de los trabajos mencionados anteriormente.

Cohen y Cohen (2012) definen a la autenticación como el proceso social a través del cual la autenticidad es confirmada. Xie propone en esta línea considerar la perspectiva de los actores involucrados en el turismo en la creación de la división entre lo auténtico y lo inauténtico (Xie 2001, 2018). Los enfoques performativos han adquirido relevancia en el estudio de los procesos de autenticación en el turismo. Los mismos focalizan en el proceso de volverse auténtico a través de prácticas corporizadas, en la interacción entre la agencia individual y el mundo externo (Zhu, 2015), considerando a la autenticidad como una cualidad relacional que se produce en los encuentros entre sujetos y objetos (Knudsen & Waade, 2010). En vinculación a esta cuestión, Cohen y Cohen (2012) argumentan que es necesario desplazarse desde la dimensión socio-psicológica de la experiencia turística – que ha sido dominante en este campo – hacia los procesos sociales y políticos implicados en la autenticación. En esta línea, los autores⁴ señalan que en los procesos de autenticación en el turismo se perpetúan y confirman más en prácticas públicas difusas y reiterativas más que a través de declaraciones o certificaciones. Esto no implica negar la dimensión política de estos actos de autenticación; en cambios, estas performances “pueden ser alentadas u opuestas por razones políticas, especialmente para impugnar o resistir reclamos o intereses políticos en competencia” (Cohen & Cohen, 2012).

³ Estas perspectivas parten de la crítica al enfoque objetivista que distinguía entre culturas auténticas e inauténticas, basándose en criterios de expertos y el conocimiento científico. Los mismos consideraban que la mercantilización de las prácticas – proceso a través del cual fenómenos como la etnicidad o la autenticidad dejan de tener valor de uso en la vida cotidiana para tener valor de cambio – implicaba la pérdida de la autenticidad (Zhu, 2015; Theodosopoulos, 2013).

⁴ Cohen y Cohen señalan que la autenticación implica siempre una dimensión performativa, recuperando el concepto de John Austin. Distinguen entre procesos fríos o calientes de autenticación (*cool and hot*). Mientras que los primeros refieren a “un acto performativo (de habla) único, explícito, a menudo formal o incluso oficial, mediante el cual se declara que la autenticidad de un objeto, sitio, evento, costumbre, función o persona es original, genuino o real” (Cohen & Cohen, 2012), los segundos constituyen el “proceso performativo inmanente, reiterativo e informal de crear, preservar y reforzar la autenticidad de un objeto, sitio o evento” (Cohen & Cohen, 2012).

Pueblos originarios, patrimonio y autenticidad en la promoción del “desarrollo con identidad”. Reflexiones desde el norte argentino

Ancestralidad y autenticidad en la perspectiva institucional

Tal como señala Heinich (2011), la autenticidad constituye uno de los núcleos principales en torno al patrimonio; así la autora declara que la misión de la administración patrimonial es otorgar el valor de autenticidad a los objetos que son listados en tanto tales. Uno de los aspectos que ha generado intensos debates en torno a este tema refiere a la relación entre autenticidad y comercialización. Los mismos han sido centrales en la conformación de las políticas patrimoniales vinculadas a los pueblos originarios en Argentina. Hacia fines del siglo XIX, en el surgimiento de los primeros museos nacionales, la autenticidad constituía un valor central en la selección de los objetos destinados a la preservación. Dicha noción se centraba en la consideración de objetos que permanecían inalterados desde el pasado, “no contaminados” por la cultura occidental y que desaparecían frente al avance de la civilización. Por ejemplo, Metraux advertía que en veinte o treinta años ya no podrían realizarse estos estudios: “Es un deber sagrado reunir colecciones lo más completas posible de estas poblaciones antes de que sea demasiado tarde” (Metraux, 1930). Las producciones artesanales adquirieron gran relevancia en estas colecciones; sin embargo aquellas destinadas a la comercialización eran consideradas “impuras”, ya que implicaban formas y motivos destinadas a “satisfacer las demandas de los consumidores” (Metraux, 1930). Esta contradicción perduró en las políticas de fomento artesanal – centradas en la comercialización - que atravesaron a estas producciones hacia la década de 1960. En el marco de los problemas de desempleo de los sectores rurales, la producción artesanal fue abordada por agentes vinculados al desarrollo, desde una perspectiva que focalizaba en los aspectos económicos, desinteresándose de la dimensión cultural de la actividad. Dicha dimensión adquirió relevancia en cambio en las instituciones culturales que también encararon el fomento artesanal. Dirigidas por los folkloristas en tanto expertos, se encargaron de definir y “resguardar” la autenticidad de las producciones – entendidas como representaciones de la identidad nacional - frente a la comercialización.

Estas contradicciones continúan presentando vigencia en la actualidad. En esta línea, Bortolotto (2020) analiza la tensión entre comercialización y sobrecomercialización en el discurso de los agentes de UNESCO. Basándose en la definición de economía moral de Kopytoff - en tanto los códigos culturales que “están detrás de la economía objetiva de las transacciones visibles” (Kopytoff, 1986) - señala que la regulación de la cultura tradicional se encuentra entre dos lógicas que “reflejan diferentes economías morales, una basada en la exclusividad del régimen propietario y la otra en la inclusividad y la compartición del régimen patrimonial” (Bortolotto, 2020). Así se apunta a distinguir entre la “buena” comercialización que reporta beneficios para las comunidades, de la “mala” comercialización que implica descontextualización y malversación (Bortolotto, 2020).

Esta discusión es intensamente reproducida en el marco de los nuevos enfoques de desarrollo con identidad. Si bien las agencias que los llevan adelante son

heterogéneas y presentan diferentes grados de relevancia en el contexto local, todas plantean el dilema entre lo identitario y lo comercial y la necesidad de encontrar un “equilibrio” entre ambos. Mientras que la Secretaría de Turismo presenta un enfoque más comercial en torno a la actividad, los objetivos de las ONG se vinculan más bien con la promoción del desarrollo como forma de enfrentar la vulnerabilidad de los pueblos originarios y promover sus derechos. Al mismo tiempo, los técnicos y técnicas que se desempeñan en estas instituciones presentan diferentes matices y orientaciones respecto a estos objetivos, incluso algunos han se han desempeñado tanto en el ámbito estatal como en varias organizaciones no oficiales.

La introducción de la preservación cultural en los proyectos de desarrollo ha implicado nuevas discusiones y dinámicas en torno a la demarcación de lo auténtico. Las mismas suelen ser transmitidas en capacitaciones, talleres, encuentros, jornadas y otras actividades de los proyectos. Se expresan también en páginas web, redes sociales, videos institucionales y otros materiales y canales de difusión que expresan los discursos institucionales. Acompañan los productos y proyectos a través de etiquetas, tarjetas, banners, folletos y carteles. Una de las instancias relevantes refiere a eventos - como ferias, jornadas, encuentros y otras actividades - orientadas a la población en general que se desarrollan en la zona, que las instituciones y ONG organizan para mostrar públicamente sus proyectos, sobre los cuales volveré en el próximo apartado. La exhibición de los indígenas a partir de la dimensión identitaria es central en estas ocasiones. Esto constituye una novedad, ya que, en otros eventos locales organizados desde el gobierno local, las referencias a lo étnico y la ancestralidad no presentan gran visibilidad. En línea de lo señalado por Cohen y Cohen (2012), este conjunto de prácticas públicas son centrales para la autenticación, en tanto instancias de difusión y confirmación de las nociones de autenticidad.

En el marco de estas perspectivas de desarrollo, si bien se suele reconocer el dinamismo de la cultura, lo “identitario” es entendido en términos de ancestralidad, prácticas heredadas de los antepasados, que son continuadas desde antes de la dominación occidental. Al mismo tiempo, desarrollo - al igual que turismo o emprendimiento - son destacados como categorías foráneas a la cultura indígena que implicarían la contradicción entre lo “comunitario” y el mercado, a la vez que entre lo ancestral y lo moderno. Esta cuestión se planteaba recurrentemente en las entrevistas, a la vez que suele ser transmitido en diversas instancias de los proyectos. Por ejemplo, la capacitadora del programa Emprende Turismo señalaba que el desafío es como integrarse al mundo moderno - en referencia a encarar la actividad turística - sin perder la identidad. En un manual para emprendedores de una ONG se señala: En la tienda virtual de las ONG se expone: “el proyecto vincula el paradigma del Desarrollo Local no indígena con la cosmovisión indígena del Vivir Bien, desafío que se resuelve a través de un enfoque intercultural que respeta y valora los saberes ancestrales indígenas”.

En esta línea, la noción de preservación adquiere nuevas dimensiones en la implementación de estos proyectos. “No queremos cambiarlos” es una frase que

Pueblos originarios, patrimonio y autenticidad en la promoción del “desarrollo con identidad”. Reflexiones desde el norte argentino

suele repetirse en las instituciones locales y provinciales - de todos los ámbitos - como forma de denotar el respeto hacia los pueblos originarios en el marco de las transformaciones en las políticas indigenistas. Se enfatiza en que el turismo comunitario o el emprendedurismo no es una imposición; a la vez que se remarca la importancia de la valoración de la diversidad cultural en las capacitaciones y otras instancias de difusión de los proyectos. En el manual mencionado anteriormente, se caracteriza el emprendimiento desde una perspectiva intercultural como un “enfoque que reconozca las diferencias culturales como parte de un futuro común multicultural y sin exclusión”. Esto se extiende al ámbito de los consumidores o visitantes y se expresa en la noción de consumidor o turista responsable; así se plantea la elaboración de códigos de conducta para el turista en vinculación al respeto a estos aspectos. Por lo tanto, la preservación se entiende en términos del respeto por la diversidad cultural, adquiriendo esta noción nuevos principios morales.

Asimismo, se plantea que la autenticidad ya no es definida por expertos, sino por los participantes de las comunidades indígenas; así se subraya que en el marco de estos proyectos las comunidades decidan qué quieren “mostrar”. Para esto se establecen un conjunto de técnicas, tales como talleres, diagnósticos participativos, mapeos comunitarios. En la misma línea, la autogestión se constituye como modalidad positiva en relación a la autenticidad, ya que apuntaría a rescatar las formas indígenas frente al carácter “externo” o “occidental” del turismo e impedir que otros actores “direccionen” los proyectos. El carácter autogestivo de estos proyectos suele ser promocionado como un valor positivo. El programa Si+ anuncia en su promoción del turismo comunitario: “Que los propios pueblos originarios desarrollen metodologías y prioridades de aplicación”. Una de las ONG que fomenta este tipo de turismo promocionaba en sus redes sociales sus tareas como “construcción endógena, participativa e intercultural”.

Al mismo tiempo, nuevas dimensiones adquieren relevancia como auténticas en torno a lo indígena. A diferencia de períodos anteriores, lo “comunitario” presenta protagonismo en esta línea. En las entrevistas con los responsables de las diversas instituciones, esto es presentado como un valor positivo y presentado en vinculación al compartir, a la solidaridad, en oposición al individualismo que caracterizaría a la sociedad occidental. Esto suele ser repetido en los encuentros sobre turismo indígena que aglutinan a técnicos, expertos y pueblos indígenas, a la vez que es vinculado con la gestión colectiva de los proyectos. En la misma línea podemos comprender algunas nociones que históricamente han expresado la autenticidad, como no utilizar pinturas u otros materiales industriales en la elaboración de artesanías. Mientras que anteriormente esto implicaba sólo la conservación respecto a las técnicas del pasado, ahora la conservación se enmarca en el “respeto a la naturaleza”⁵ como esencia de la identidad indígena. Por ejemplo,

⁵ Desde la década de 1970, los indígenas son presentados como agentes relevantes en el discurso medioambiental en la arena transnacional. Ulloa define a este fenómeno como la “construcción del

en el sitio web de una ONG de comercialización artesanal se explicaba que “su relación con la naturaleza los lleva a recolectar sus materias primas sin dañar el medioambiente”. Por lo tanto, la preservación es relevante como forma de conservar estos valores.

Podemos pensar entonces que estos enfoques de desarrollo con identidad adquieren relevancia en la transformación y circulación de una nueva economía moral en torno a la autenticidad, entendida en términos de Didier Fassin (2018) como la producción, circulación y apropiación de normas y obligaciones, valores y afectos relativos a un problema específico en un tiempo y un espacio dados⁶. La delimitación como auténtico se expresa en términos del reconocimiento de la diversidad cultural y la conservación se explica – ya no por la ciencia o la identidad nacional – sino en términos de promover valores intrínsecos a dichas culturas. Por lo tanto, en el contexto de las políticas de reconocimiento, la autenticidad es movilizadora en términos de preservar derechos.

Autenticidad y pueblos originarios

Los proyectos de desarrollo con identidad implicaron que el discurso patrimonial adquiriera relevancia en la relación entre los indígenas y las prácticas involucradas en estos proyectos⁷. En esta línea, Kirshenblatt Gimblett ha destacado la dimensión metacultural implícita en los procesos patrimoniales: “los artistas, especialistas en rituales y artesanos cuyos bienes culturales se convierten en patrimonio (a través de este proceso) experimentan una nueva relación con esos bienes, una relación metacultural con lo que una vez fue solo *habitus*” (Kirshenblatt-Gimblett, 2006).

En términos generales, las presentaciones de los participantes de los proyectos y sus producciones en discursos públicos en eventos, medios, redes sociales, materiales de difusión se centran en sus tareas de preservación y en el carácter ancestral de las prácticas involucradas en los proyectos - siembra, elaboración de comidas, artesanías - enfatizando en una relación que antes no tenía tanta centralidad. De este modo, conforman instancias centrales para la delimitación, confirmación y experimentación de aquello que constituye la “cultura indígena” y por lo tanto adquieren relevancia en los procesos de autenticación.

En el caso de las artesanías, cuando comencé a investigar en la zona hace quince años, la importancia de conservar la práctica artesanal se fundaba en su relevancia como fuente laboral: “es el único trabajo que tenemos”, “nosotros nos salvamos por las artesanías” (Benedetti, 2014). Por ejemplo, un artesano chané explicaba la transmisión del saber artesanal a su hijo “Para que no se olvide la cultura de nosotros. No se tiene que olvidar, porque algún día termina el trabajo [en referencia

nativo ecológico” por una diversidad de actores situados en diferentes lugares del espectro del poder que están en constante interacción, contradicción y negociación (Ulloa, 2001).

⁶ En la elaboración de este concepto, el autor recupera aportes de E.P. Thompson, James Scott y Lorraine Daston, al respecto ver Fassin 2018.

⁷ Para abordar este aspecto, recupero algunas cuestiones abordadas en Benedetti (2021), articulándolas en nuevas formas con la problemática plantada en el presente trabajo.

Pueblos originarios, patrimonio y autenticidad en la promoción del “desarrollo con identidad”. Reflexiones desde el norte argentino

al trabajo asalariado en las empresas petrolíferas de la zona] y nosotros hacemos máscaras. Y esto de nosotros tiene que aprender”. En términos generales, los discursos en torno a las artesanías se expresaban en vinculación a las fuentes de ingresos y el mundo del trabajo; a la vez que esto no implicaba la ausencia de la dimensión identitaria, que no fuera reconocido como “la cultura de nosotros”. En cambio ahora el discurso patrimonial se va expandiendo para configurar esta relación, a través de conceptos como pérdida cultural, recuperación o rescate, valoración.

Esto se expresa, por ejemplo, en los agradecimientos públicos que realizan los participantes de los proyectos hacia las instituciones que los financian en los eventos mencionados anteriormente. La ejecución de los mismos con destreza es muy importante, así antes de hablar en público se suele repasar la lista de agradecimientos. Me interesa destacar estas instancias ya que expresan los intercambios en torno a estas construcciones en la performance. Mientras que quienes tienen mayor experiencia en este tipo de proyectos enfatizan en la ancestralidad y la “valoración”, mostrando como la recepción de recursos permite “preservar” su cultura; los menos expertos agradecen la posibilidad de tener una fuente de trabajo.

Al mismo tiempo, otras prácticas comienzan a ser visibilizadas como ancestrales. Así la siembra comienza a ser presentada como “tradicción” o las comidas como “saberes ancestrales de la gastronomía local” y definidas en guaraní como “ñande rembui” (nuestras comidas). Un folleto del circuito de turismo comunitario promocionaba: “Nuestros senderos tienen historias de historias de los ancestros, vivencias y reciprocidad”. También se refieren a las prácticas tradicionales en términos de “conservación”, destacando su continuidad con el pasado. En unas jornadas de turismo impulsadas por el gobierno provincial, dos jóvenes de una comunidad guaraní destacaban: “Nosotros seguimos manteniendo y también resaltando nuestra cultura, nuestras tradiciones, nuestras costumbres”, expresando la necesidad de proyectos de capacitación para poder dedicarse al turismo. En vinculación a esto, también se expresa la idea de pérdida cultural: así algunas comunidades se lamentan de haber *perdido* la producción artesanal, la siembra o el idioma guaraní.

En los eventos mencionados anteriormente, los artesanos y otros participantes suelen ser felicitados por sus piezas o proyectos. En la misma línea, son aplaudidos por sus discursos y otras intervenciones, a la vez que abundan los abrazos con autoridades y responsables de instituciones y fotos compartidas. Por ejemplo, en una capacitación para proyectos de turismo de la secretaría provincial con numerosos participantes - indígenas y criollos - se proyectó un video de promoción turística de la provincia. En el mismo se mostraba a las integrantes del proyecto de turismo comunitario - presentes en el evento - en una celebración denominada *arete*

en guaraní y conocida localmente como *pim pim*⁸. La proyección fue aplaudida intensamente, a la vez que las participantes se pusieron de pie agradeciendo la ovación. Como la capacitación implicaba una competencia entre los postulantes a los fondos, la capacitadora agregó que el grupo “había sumado un par de puntitos”. Este tipo de interacciones son muy poco frecuentes en el contexto local, de hecho se suele destacar la gran distancia social entre dichos pueblos y los criollos.

En dichos eventos organizados por las instituciones también suelen incluirse la presentación del *arete*. Autoridades, políticos, funcionarios que participan en los mismos suelen sumarse a la danza. Mientras que en las fiestas locales el *pim pim* o *arete* suele ser considerado “ordinario” o “vulgar”, en estos espacios adquiere un nuevo reconocimiento. Esto no implica que este respeto sea efectivo por parte de quienes aplauden en estos eventos, pero sí que se constituye como la forma correcta de actuar. De este modo, en el contexto local, estos eventos son relevantes para la confirmación de la autenticidad de estas formas de presentar la cultura, aunque las instituciones y participantes tengan intereses diferentes y no compartan las mismas nociones.

Zhu (2015) ha señalado que la resistencia o desafío a la noción de autenticidad dominante no suele expresarse a través de formas clásicas de resistencia o conflictos explícitos. En esta línea, durante mi trabajo de campo la contradicción con los criterios de autenticidad se expresaba en formas dispersas, fragmentarias, disimuladas. Por ejemplo, la elaboración de motivos definidos como locales constituye uno de los aspectos en los que se centra la autenticidad de las producciones artesanales. En el caso de las máscaras *chané*, dichos motivos refieren a los animales del *monte*: yaguaretés, yacarés, loros, lechuzas, víboras, coatíes, toros, perros, gallinas y monos. Esto suele ser destacado tanto por las instituciones culturales y de fomento - que consideran que la elaboración de otros motivos implica una pérdida de la identidad - como por los agentes de comercialización, que señalan que estas máscaras no tienen salida comercial (Benedetti, 2014). Sin embargo, a veces las representaciones de los animales se asemejan más a las figuras de películas de Disney u otras imágenes de los medios de comunicación que a los animales locales; incluso ocasionalmente se elaboran figuras que contradicen estos criterios. Por ejemplo, en una feria de emprendedores organizada por una ONG se vendía una máscara de elefante. En otra feria organizada por instituciones de desarrollo, una profesional de la universidad comentaba con sorpresa que una pieza de bejuco era muy moderna, la artesana respondió que la había copiado de internet sin considerar que esto fuera negativo. En esta línea, la introducción de nuevas formas o motivos

⁸ Antes de la colonización europea, el *arete* se vinculaba con la maduración del maíz. A partir de la acción de los misioneros franciscanos convergió con el carnaval (Rocca y Newbery, 1976), por lo cual quedó asociado a dicha festividad. En la actualidad, el *pim pim* se realiza en algunas comunidades en el período carnavalesco y además constituye una categoría específica en los “corsos”, desfiles que organizan la administración municipal para el carnaval. También se realizan presentaciones en eventos heterogéneos - conmemoraciones, actos escolares, encuentros, jornadas, etc.- como modo de denotar y visibilizar la participación de los pueblos originarios en los mismos.

Pueblos originarios, patrimonio y autenticidad en la promoción del “desarrollo con identidad”. Reflexiones desde el norte argentino

que contradicen los criterios de autenticidad se produce eventualmente, en forma fragmentaria.

Del mismo modo, los desafíos a las nociones hegemónicas en torno a la autenticidad se presentan aislados, dispersos, sin constituir un discurso articulado en torno a esta cuestión. Por ejemplo, en una charla informal con un grupo de turismo comunitario de la comunidad guaraní, yo mencioné que algunas personas consideran que los wichí no deben hacer piezas como un portacelular de chaguar. Mientras que algunos señalaron que los wichí lo hacían por “necesidad”, se mencionó a Facundo Jones Huala, un conocido dirigente mapuche- que para ese momento estaba encarcelado en Argentina - que era deslegitimado como líder indígena por usar un celular de un modelo reciente, descalificación que también es común en el contexto local. “Pretenden que vivamos en el pasado”, comentó uno de los miembros del grupo. Este tipo de discurso ha surgido en forma ocasional en mis conversaciones con otros indígenas que no participan en estos proyectos, en vinculación a que ellos quieren “progresar” o “mirar al futuro”.

Por otro lado, tal como ha señalado Little (2019), la noción de autenticidad o discusiones similares que distinguirían entre lo “verdadero” o “falso” no presentan gran relevancia entre los indígenas, ni en la presentación de los productos ni en los discursos públicos. El tema tampoco surgía espontáneamente en las entrevistas y cuando yo intentaba instalarlo desde diversas maneras, las respuestas eran forzadas. Las discusiones planteadas por las instituciones en torno a la contradicción entre lo identitario y lo mercantil tampoco adquieren gran relevancia en la participación en estos proyectos. En términos generales, sus integrantes han adoptado las herramientas, objetos y vocabulario del marketing sin sentir que implica una contradicción o un peligro para sus identidades. Así en los eventos pueden utilizar, con el mismo orgullo, vestimentas tradicionales o remeras y gorras con los logos de los proyectos. Uno de los grupos invirtió el dinero de un microcrédito en botellas térmicas, gorras, lapiceras, mates y tazas con el logo de la comunidad - que había sido diseñado en el marco de otro proyecto - aduciendo que esto era una forma de tener algo para vender ya que ellos no producen artesanías. No expresaron sentir que esto implicaba una contradicción, sino más bien me mostraban “lo bonitos que son”, a la vez que estas acciones les permiten afirmar su visibilización en el paraje donde atraviesan diversos conflictos territoriales, tal como veremos posteriormente. La mercantilización tampoco es percibida como una pérdida del vínculo con las prácticas del pasado. Así una de las participantes del proyecto de turismo comunitario señalaba que le gusta participar en los proyectos porque “vuelve a hacer las comidas que se hacían antes”. Para ella, esto no se contradice con realizar cambios para diferenciar la oferta, una de las prácticas que suele ser incentivada para incrementar la comercialización. En términos generales, “lucrar con la identidad” no constituye una discusión entre los indígenas ni una crítica respecto a la participación en los proyectos.

En cambio, quienes participan en los proyectos señalan que son criticados por “mostrarse”, a diferencia de otros indígenas que quieren “esconder que son

aborígenes” porque tienen “vergüenza”, en palabras de un artesano chané. “Mostrarse” adquiere gran relevancia como práctica que ha surgido a partir de estos proyectos de desarrollo y presenta diferentes significados. En parte refiere a las nuevas formas de comercialización que desarrollan quienes están involucrados en estos proyectos, centradas en la exhibición de la dimensión étnica, a la vez que involucran el vínculo que los participantes desarrollan con las instituciones que los apoyan (Benedetti, 2021).

La noción de avergonzarse de la cultura se vincula con la complejidad de las relaciones interétnicas en la región y la fuerte estigmatización que los indígenas experimentan cotidianamente a través de múltiples prácticas y discursos. Por lo tanto, en los contextos interétnicos, algunos tienden a ocultar las actividades vinculadas a su identificación étnica. En las interacciones cotidianas, las prácticas “ancestrales” a través de las cuales se expresa la visibilidad de los pueblos originarios son entendidas como “atraso” y se constituyen como argumento para explicar su condición de “postergados”. Así las artesanías son vistas como “un trabajo de indios”; incluso dedicarse a la actividad artesanal puede ser objeto de burlas en las peleas entre indígenas y criollos. Lo mismo sucede en relación a los idiomas indígenas y otras prácticas como el arete, tal como ya señalé. En esta línea, en un discurso público una feria de emprendedores, un integrante de una agrupación de *pim pim* declaraba en relación a “mostrarse”:

“Tenemos que estar orgullosos de llevar en nuestra sangre una raza y una cultura y un mundo de conocimientos y de comovisiones. Y enseñarle a los demás que significa nuestra cultura y no tener vergüenza de mostrarla tampoco. (...). Enseñarles a los jóvenes que es cultura tienen que dispersarla, no solo acá en la ciudad sino en todo el país y en todo el mundo. Y mostrar que nuestra danza guaraní es tan importante como las demás. Muchas veces los jóvenes tienen vergüenza de bailar, de danzar. Hay que enseñarles que no tienen que tener vergüenza”.

Esta diferenciación entre “mostrarse” y “tener vergüenza” sí presenta cierta relevancia respecto a la idea de “lucrar con la identidad”. En esta dirección, se plantean discusiones en relación a la participación de las agrupaciones de *pim pim* en los corsos de carnaval de las ciudades locales. Los mismos incluyen una competencia donde los ganadores pueden recibir dinero, órdenes de compra en comercio locales, etc; además de placas u otros objetos recordatorios. Así se critica a quienes sólo “sacan” el *pim pim* para estas instancias “por ganarse el premio”, frente a quienes lo realizan en las comunidades o a quienes se “avergüenzan” de bailar el *pim pim* pero luego lo hacen “para lucrar” en los corsos.

Durante mi investigación con la comunidad chané, surgían críticas similares a partir de la diferenciación entre “los artesanos” y “los que hacen artesanías”. Los segundos eran deslegitimados ya que se dedican a la producción artesanal sólo frente a la escasez de otras fuentes de trabajo; sin embargo cuando tienen otros trabajos (como el empleo en las empresas hidrocarburíferas), “ya se hacen los delicados, andan con lentes”, tal como señalaba un artesano chané para expresar que intentan parecerse a los criollos (Benedetti, 2014).

Pueblos originarios, patrimonio y autenticidad en la promoción del “desarrollo con identidad”. Reflexiones desde el norte argentino

Al mismo tiempo, la noción de autenticidad adquiere gran relevancia en disputas económicas y políticas, tales como conflictos territoriales y distribución de recursos diversos. En estas disputas, distinguir entre indígenas “auténticos” y “falsos” constituye una cuestión central. Ya mencioné la precariedad de la situación territorial de los indígenas en esta zona, lo cual genera – más allá de las disputas jurídicas - una conflictividad interétnica continua e incluso ha desencadenado situaciones de violencia. En estas disputas se pone en juego la adscripción étnica de los indígenas: así se los suele deslegitimar porque no hablan las lenguas indígenas o no producen artesanías. Si bien existen documentos formales que acreditan la pertenencia étnica de las comunidades indígenas – como las personerías jurídicas – las mismas no son suficientes en los conflictos cotidianos. Por ejemplo, en el marco de un conflicto territorial entre pobladores de un paraje habitando por guaraníes y criollos, hubo una iniciativa de un grupo de criollos hacer un censo respecto a quien hablaba guaraní, frente a lo cual miembros de la comunidad se pusieron de acuerdo en no contestar.

Las nociones de autenticidad proveniente de los proyectos puede ser reapropiada en esta línea. Una de las comunidades guaraníes que participa en el turismo comunitario recurrentemente expresa que este proyecto no les da beneficios económicos, en cambio ellos lo llevan adelante por la visibilidad que les reporta. Una participante de dicho proyecto me comentaba que para ella sostener el proyecto era una forma de repetir una y otra vez la presencia de la comunidad guaraní en el paraje, es un trabajo “de hormiga” me explicaba. En este sentido, la dimensión performativa de la autenticidad - en tanto práctica reiterativa y formalizada - es reapropiada por las comunidades en los conflictos políticos.

A modo de cierre

Desde la década de 1990, los enfoques de desarrollo con identidad implicaron nuevas definiciones en torno a las prácticas patrimoniales de los pueblos originarios, entre ellas, en relación a la noción de autenticidad. Este concepto viene siendo discutido en el marco de la nueva relevancia de la gestión mercantil del patrimonio, señalándose la importancia de considerar las reapropiaciones, negociaciones y confrontaciones de los indígenas en torno a estos conceptos. Mi trabajo apuntó a contribuir en esta línea, considerando los procesos de autenticación en el marco de los proyectos de desarrollo y centrándome en las interacciones entre indígenas e instituciones. Si bien estos proyectos se proponen recuperar los puntos de vista indígenas en torno a la autenticidad, plantean discusiones que responden al campo patrimonial más que a las problemáticas interétnicas cotidianas.

Estos proyectos de desarrollo, mediante sus orientaciones, metodologías, formas de promoción invocan una nueva economía moral en torno a la autenticidad. Así se va consolidando la importancia de definir lo auténtico en términos de respetar los derechos de los indígenas. En este marco, para las instituciones, la noción de

autenticidad constituye una forma de diferenciar la “buena” y “mala” comercialización: una que preserva la diversidad cultural y otra que la distorsiona en función de los beneficios mercantiles. Por otra parte, más allá de los intereses heterogéneos de los agentes que implementan estos proyectos, podemos pensar que la recuperación de estas discusiones en torno a la autenticidad contribuye a legitimar a estas instituciones – que no provienen de campos que históricamente se han especializado en el patrimonio, como los museos o las instituciones de cultura - en términos de expertas para la administración patrimonial, en un contexto donde la dimensión identitaria adquiere relevancia en la gestión social de la pobreza en los paradigmas hegemónicos.

De todos modos, la autenticidad no es movilizada en términos de esta dicotomía por los indígenas que participan en los proyectos. En cambio, la diferenciación entre quienes sostienen las tradiciones en forma “correcta” y quienes lucran con la identidad son reapropiadas en términos de construir una diferenciación entre quienes muestran “orgullo” y “vergüenza”, generando diferentes reacciones en las comunidades indígenas, en línea de lo señalado por los diversos autores que he mencionado anteriormente. Así la autenticidad - como modo de distinguir entre lo correcto y lo que no lo es - se nutre y es movilizada en términos de los conflictos interétnicos locales. Las formas de exhibición promovidas desde el campo patrimonial se han articulado en esta discusión como lo correcto en torno a “presentarse como indígena”, lo cual implica tensiones incluso entre los mismos artesanos y participantes de los proyectos. Por ejemplo, un artesano chané me mencionaba que a su hija no le gustaba hacer artesanías y quería ser secretaria, pero esto no significaba que quería dejar de ser indígena; otra artesana guaraní excusaba que su hija no era artesana porque colaboraba en la cooperadora de la escuela.

Tal como señalé, para los indígenas, la noción de autenticidad no es central al participar en estos proyectos. Sin embargo, esto no implica que la problemática sea indiferente para estos pueblos: la autenticidad como forma de distinguir indígenas verdaderos y falsos suele ser movilizada en los conflictos por las tierras y los recursos en un contexto donde las formas de reconocimiento étnico son altamente disputadas.

Bibliografía

Assies, W. (2006). Reforma estatal y multiculturalismo latinoamericano al inicio del siglo XXI. En R. Boelens, D. Getches & A. Guevara Gil (Eds.). *Agua y Derechos: políticas hídricas, derechos consuetudinarios e identidades locales*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos, WALIR, Abya-Yal.

Pueblos originarios, patrimonio y autenticidad en la promoción del “desarrollo con identidad”. Reflexiones desde el norte argentino

Bendix, R. (1997). *In search of authenticity. The formation of folklore studies*. Wiscosin: The University of Wiscosin Press.

Benedetti, C. (2014). *La diversidad como recurso. Producción artesanal chané destinada a la comercialización e identidad*. Buenos Aires: Antropofagia.

Benedetti, C. (2019). De la industria del piquete al paraíso verde. Turismo y pueblos originarios en un municipio del norte argentino. *Revista De Antropología Social* 28 (1). doi:10.5209/RASO.63764.

Benedetti, C. (2021): Showing themselves: indigenous people, cultural heritage promotion and community development in Northern Argentina. *International Journal of Heritage Studies*, DOI: 10.1080/13527258.2021.1922932

Bortolotto, C. (2020). Commercialization without over-commercialization: normative conundrums across heritage rationalities. *International Journal of Heritage Studies*, DOI: 10.1080/13527258.2020.1858441

Bruner, E. (1994). Abraham Lincoln as Authentic Reproduction: A Critique of Postmodernism. *American Anthropologist*, 96(2). Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/681680>.

Cohen, E. & Cohen, S. (2012). Authentication: Hot and Cool. *Annals of Tourism Research*, 39(3). DOI: 10.1016/j.annals.2012.03.004

Comaroff, J. & Comaroff, J. (2011). *Etnicidad SA*. Buenos Aires: Katz.

Coombe, R. (2012) Managing Cultural Heritage as Neoliberal Governmentality. En R. Bendix, A. Eggert & A. Peselmann (eds.) *Heritage Regimes and the State*. Göttingen: Universitätsverlag Göttingen.

Coombe, R., and L. Weiss. (2015). Neoliberalism, Heritage Regimes, and Cultural Rights. En L. Meskell (ed) *Global Heritage: A Reader*. Hoboken: Wiley-Blackwell.

Chhabra, D. (2019): Authenticity and the authentication of heritage: dialogical perceptiveness, *Journal of Heritage Tourism*, DOI: 10.1080/1743873X.2019.1644340

Del Mármol, C. & Santamarina, B. (2019) Seeking Authenticity: Heritage and Value within the Intangible Economy. *Journal of Mediterranean Studies* 28 (2). Recuperado de <https://muse.jhu.edu/article/756103>

Fassin, D. (2018) *Por una repolitización del mundo. Las vidas descartables como desafío del siglo XXI*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

Cecilia Benedetti

Fraser, R. (2020) Cultural heritage, ethnic tourism, and minority-state relations amongst the Orochen in north-east China, *International Journal of Heritage Studies*, 26:2, 178-200, DOI: [10.1080/13527258.2019.1620830](https://doi.org/10.1080/13527258.2019.1620830)

Frigolé, J. (2014) Retóricas de la autenticidad en el capitalismo avanzado. *Endoxa* (33). DOI: [10.5944/endoxa.33.2014.13564](https://doi.org/10.5944/endoxa.33.2014.13564)

Hale, C. (2002). Does the Multiculturalism Menace? Governance, Cultural Rights and the Politics of Identity in Guatemala. *Journal of Latin American Studies* 34 (3). doi:10.1017/S0022216X02006521.

Heinich, N. (2011). The making of heritage. *Nordic Journal of Aesthetic*, 22 (40-41). <https://doi.org/10.7146/nja.v22i40-41.5203>.

Heldt Cassel, S. & Miranda Maureira, T. (2017) Performing identity and culture in Indigenous tourism – a study of Indigenous communities in Québec, Canada, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 15:1, 1-14, DOI: [10.1080/14766825.2015.1125910](https://doi.org/10.1080/14766825.2015.1125910)

Kirshenblatt-Gimblett, B. (2006). World Heritage and Cultural Economics. En I. Karp, C. Kratz, L. Szwaja & T. Ybarra-Frausto (eds.) *Museum Frictions. Public Cultures/global Transformations*. Durham: Duke University Press.

Knudsen, B. & Waade, A. (2010). Performative Authenticity in Tourism and Spatial Experience: Rethinking the Relations Between Travel, Place and Emotion. En B. Knudsen & A. Waade (eds.) *Re-Investing Authenticity Tourism, Place and Emotions*. Bristol, Buffalo y Toronto: Channel View Publications.

Kopytoff, I. (1986). La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como proceso. En A. Appadurai (ed.) *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural sobre las mercancías*. México: Grijalbo.

Lafrenz Samuels, K. (2018). *Mobilizing Heritage: Anthropological Practice and Transnational Prospects*. Gainesville: University Press of Florida.

Little, W. (2019) 'Whatever We Weave Is Authentic': Coproducing Authenticity in Guatemalan Tourism Textile Markets. En , N. Leite, Q. Castañeda & K. Adams (eds.) *The Ethnography of Tourism*. London: Lexington Books.

Macdonald, S. (2013). *Memorylands. Heritage and Identity in Europe Today*. Londres y Nueva York: Routledge.

Metraux, A. (1930). Etudes sur la civilisation des indiens chiriguano. *Revista del Instituto de Etnología de la Universidad Nacional de Tucumán*. Tomo I.

Pueblos originarios, patrimonio y autenticidad en la promoción del “desarrollo con identidad”. Reflexiones desde el norte argentino

Monreal Requena, P. (2003). De campesinos a indígenas. Tierra y cultura en los discursos del desarrollo. En B. Pérez Galán & G. Dietz (eds.) *Globalización, resistencia y negociación en América Latina*. Madrid, Libros de la Catarata.

Postero, N. (2009). *Ahora somos ciudadanos*. La Paz: Muela del Diablo Editores.

Ruhanen, L. & Whitford, M. (2019): Cultural heritage and Indigenous tourism, *Journal of Heritage Tourism*, DOI: 10.1080/1743873X.2019.1581788

Santamarina, B. & Moncusi, A. (2015). El mercado de la autenticidad: las nuevas ficciones patrimoniales. *Revista de Occidente*, 410-11

Silverman, H. (2015) Heritage and Authenticity. En: Emma Waterton and Steve Watson (eds). *The Palgrave Handbook of Contemporary Heritage Research*. London: Palgrave Macmillan.

Theodossopoulos, D. (2013) Laying Claim to Authenticity: Five Anthropological Dilemmas. *Anthropological Quarterly*, 86 (2). DOI: 10.1353/anq.2013.0032

Theodossopoulos, D. (2013) Emberá Indigenous Tourism and the Trap of Authenticity: Beyond Inauthenticity and Invention. *Anthropological Quarterly*, Vol. 86 (2) 397-426,

Ulloa, A. (2001). El nativo ecológico: movimientos indígenas y medio ambiente en Colombia. En M. Archilla y M. Pardo (Eds.) *Movimientos sociales, estado y democracia en Colombia*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Varutti, M. (2015). Crafting heritage: Artisans and the making of Indigenous heritage in contemporary Taiwan. *International Journal of Heritage Studies*. 21, 1-14. 10.1080/13527258.2015.1050055.

Xie, P. (2003) The Bamboo-beating Dance in Hainan, China: Authenticity and Commodification, *Journal of Sustainable Tourism*, 11(1) DOI: 10.1080/09669580308667190

Yashar, D. (2007). *Contesting citizenship in America Latina: the rise of indigenous movement and the postliberal challenge*. Cambridge: Cambridge University Press

Zhu, X. (2015). Cultural effects of authenticity: contested heritage practices in China. *International Journal of Heritage Studies*, DOI: 10.1080/13527258.2014.991935

Recibido: 25/08/2021

Evaluated: 31/10/2021

Versión Final: 23/11/2021