



Turismo para mochileros en Salar de Uyuni, Bolivia: interacción anfitrión-visitante y encuentro turístico

Turismo de mochileiros no Salar de Uyuni, Bolívia: interação entre anfitrião e visitante e encontros com turistas

Mariana de Oliveira Eberhard

1 INTRODUCCIÓN

Viajé a Bolivia por primera vez en 2012, en un viaje de mochilero. No quería dejar de ver el mundialmente famoso Salar de Uyuni, la principal atracción turística de Bolivia y, con Machu Picchu y el lago Titicaca, uno de los puntos altos en la ruta de mochileros sudamericanos. Había aprendido sobre el Salar de Uyuni a través de fotos publicadas por amigos en las redes sociales y quería experimentarlo yo mismo.

El salar más grande del mundo es perfecto para tomar fotos en perspectiva, sin embargo, el salar real es solo una de las muchas paradas en el recorrido por el Salar de Uyuni. En los tres días y dos noches que componen el tour estándar, los visitantes pasan por coloridas lagunas, desiertos, interesantes formaciones rocosas y mucho más. Una de estas paradas es la *Cementerio de Trenes*, el cementerio de trenes, donde Uyuni'El pasado histórico y el presente se conectan. Allí, docenas de vagones y locomotoras se dejaron pudrir cuando terminó la era del ferrocarril dorado. Ahora, el sitio se ha convertido en una atracción turística y una parte central del recorrido por el Salar de Uyuni, para que los visitantes puedan tomar fotografías en los trenes oxidados.

Durante mi visita en 2012, vi que alguien había escrito "*Los de turismo son rateras*" en uno de los vagones, que traducido literalmente al inglés significa: "Los del turismo son ladrones". Alguien claramente no estaba contento con el turismo pero, en ese momento, era imposible saber si el problema eran los propios turistas o las empresas que organizaban los tours. Fue esa afirmación la que despertó en mí el interés por estudiar el turismo en Uyuni y la región circundante desde una perspectiva sociológica, por lo que regresé allí en 2016 para realizar una investigación etnográfica sobre **Turismo mochilero** y el **Encuentro Turístico**.

En este capítulo, discutiré cómo se forma la relación huésped-visitante en Uyuni, tanto por las características del turismo de mochilero como por la industria turística local.

Trabajo con datos recopilados durante tres meses de observación participante y entrevistas para comprender cómo el turismo en Uyuni ha resultado de cambios socioeconómicos que construyen las experiencias tanto de los anfitriones como de los visitantes, culminando en última instancia en una combinación cultural única que pude observar en mi investigación.

2 MÉTODOS: BUSCANDO EL ENCUENTRO TURÍSTICO

Después de pasar tres meses en Bolivia en 2016 realizando una investigación de campo financiada por una beca de la *Servicio Alemán de Intercambio Académico (DAAD)* (DAAD), Reuní varias entrevistas, fotos, documentos e impresiones sobre la relación entre mochileros y anfitriones. Al analizar mi experiencia, era importante para mí escapar de la "modelo de impacto" del turismo (Cohen 1984; Leite & Graburn 2009, Canosa *et al.* 2017), o, como lo llama MacCannell (1999), "pro-turista" en contra "anti-turista". El término "impacto", en mi opinión, convierte a la población local en un receptor pasivo del turismo, mientras que, en mi experiencia en Bolivia, ese no es el caso.

Para lograrlo, elijo un enfoque más antropológico, centrándome en la relación huésped-visitante (Smith 1989; Barreto 2007). Un ejemplo es la noción de encuentro turístico (Santana 2009), que se refiere a una combinación cultural única creada a partir de formas adaptadas de conceptos, valores y actitudes tanto de visitantes como de anfitriones. Según Santana (2009, 156), este proceso ocurre asimétricamente, con las culturas anfitrionas proporcionando un poco de sí mismas, mientras que la cultura del visitante moldea principalmente el encuentro.

Usando el encuentro como lente, examino una industria turística que capitaliza los paisajes locales, los servicios de hospitalidad y el conocimiento de los guías turísticos. En el otro lado de esta ecuación están los mochileros, viajeros que tienen la intención de experimentar la cultura local de los lugares que visitan, pero en la práctica están limitados por su propia cultura y el carácter económico del encuentro, lo que lo transforma en una transacción económica, sin posibilidad de producir un intercambio real entre ambos grupos.

Para seguir y comprender la manifestación de este encuentro turístico, hice el recorrido una vez más y realicé entrevistas en profundidad con miembros de varios grupos de interés, como guías, propietarios de agencias, turistas, la policía turística, propietarios de restaurantes, funcionarios gubernamentales y otros. La intención era

cubrir tantas perspectivas de la situación local como fuera posible, recogiendo testimonios y recuerdos que me ayudaran a entender la situación como un prisma de muchas caras.

El declive de la industria ferroviaria y el crecimiento del turismo

Caminando en Uyuni, pude ver la evidencia de lo importante que había sido el ferrocarril para la ciudad. Está el ya mencionado Cementerio de Trenes, varios monumentos en *la Avenida Ferroviaria*, el museo del tren de nueva construcción y la propia estación de tren. De hecho, Uyuni fue fundada en 1889 para servir como un cruce ferroviario entre La Paz (Norte), Potosí (Este), Argentina (Sur) y el Puerto de Antofagasta en Chile (Oeste). Con su posición geográfica estratégica, la ciudad se convirtió rápidamente en uno de los puntos más transitados de los ferrocarriles bolivianos (Contreras 2017).

Durante un siglo, la vida en Uyuni estuvo dictada por el ritmo del ferrocarril y el centro nacional de reparación de trenes ubicado en la ciudad. Furtuoso Vidal, un ex ferroviario, me contó cómo el ascenso y la caída de esta industria están conectados con la historia de Uyuni y, como resultado, con su propia biografía. "En 1968, el ferrocarril tenía 1.800 trabajadores sólo aquí". En los años 90, sin embargo el "gobierno comenzó a modernizar la flota, reemplazando los trenes británicos por los japoneses, y el centro de reparación perdió el 40% de su fuerza laboral". Como muchos otros trabajadores, Vidal perdió su trabajo y se mudó a Cochabamba para encontrar empleo. La ciudad se vació y Uyuni perdió más de la mitad de su población; Las casas se vendieron a precios bajos, y muchas quedaron desocupadas. Parecía el final para Uyuni.

Sin embargo, a medida que la ciudad de Uyuni se estaba vaciando, se estaba produciendo un movimiento opuesto: los viajeros aventureros habían descubierto el Salar de Tunupa, que es como los lugareños llaman al salar, después de un volcán cercano. Este cambio también se puede ver en la familia Vidal. Jimmy, el hijo de Furtuoso Vidal, uno de los pocos guías turísticos con un título formal en turismo, también aceptó ser entrevistado, contándome cómo llegaron los primeros viajeros. "En 1995, el turismo era muy atrevido en términos de transporte porque no había ningún operador turístico que te dijera: 'Ah, vamos allí'. Entonces, al principio, hubo un francés que contrató una camioneta Ford y le pidió al dueño del camión que lo llevara allí (al Salar). Nadie había despertado aún a las posibilidades. Estos camiones se utilizaban para transportar leña y

los turistas tenían que ir a Colchani para realizar el viaje. Todavía no teníamos la audacia de cruzar el Salar".

Todas las personas con las que hablé recuerdan que estos primeros viajeros vinieron de Europa o de Argentina, pasaron la noche en la casa de un residente local y convencieron a alguien para que los llevara al centro del Salar. Panchito, el conductor que realizó mi segunda gira en Bolivia, me dijo que esta misma historia se repetía una y otra vez. "Primero un viajero al año, luego dos, luego comenzaron a venir más". Entonces, el número de mochileros aumentó gradualmente, hasta que la gente, el gobierno y los inversores finalmente "despertaron a las posibilidades".

Esto se materializó en 1995 cuando se construyó un hotel en medio del Salar, sus paredes y camas completamente hechas de bloques de sal. Debido a los peligros provocados por el daño ambiental, el hotel ha sido desactivado y ahora es una tienda de recuerdos y una de las paradas del recorrido. Uyuni tardó años en atraer la atención de los principales medios de comunicación especializados. El primer registro que pude encontrar de una descripción periodística de la ciudad como un punto turístico es un artículo de Reuters publicado en 2007 en el sitio web de CNN, que describía el salar como el "nuevo destino" para los buscadores de aventuras (el lago salado boliviano es una nueva "visita obligada" 2007).

A partir de entonces, las principales guías de viaje para mochileros, como Lonely Planet y Rough Guides, han presentado a Uyuni, consagrando el recorrido como algo que todos los viajeros de la zona deberían ver, y explicando cómo hacerlo. Con el advenimiento de los foros de Internet, los viajeros buscaron consejos de viaje, el mejor momento para viajar y qué llevar, de otros mochileros. Las fotos surrealistas tomadas de paisajes andinos sirvieron como un señuelo que atrajo a más y más viajeros, haciendo de Uyuni un destino de ensueño para los jóvenes y la "capital turística de Bolivia" (Galaz-Mandakovic 2014).

Tour al Salar de Uyuni

Lo que comenzó con unos pocos aventureros tratando de encontrar su camino hacia el salar más grande del mundo finalmente se convirtió en el tour estándar del Salar de Uyuni. El paquete es vendido por casi todas las 120 agencias acreditadas para trabajar en Uyuni y la región, y rápidamente se convirtió en la locomotora que impulsa la

industria turística local. Todo el recorrido dura tres días y dos noches y se extiende más de 1.000 km en el Caribe andino. *Altiplano*, hasta el sur de Bolivia.

Como parte de mi investigación, tomé el recorrido nuevamente, ahora observando todo desde un punto de vista sociológico, recopilando conversaciones e impresiones en mis notas. Al igual que mis compañeros de viaje, me desperté temprano y a las 8 a.m. me paré frente a la agencia que me había vendido el paquete. Allí, conocí al grupo de argentinos que viajarían conmigo y a Panchito, el guía/conductor que nos mostraría las maravillas del *Altiplano*. Pronto, abordaríamos el Toyota 4x4 y dejaríamos atrás a Uyuni.

El Toyota Land Cruiser es el único modelo de vehículo utilizado por las agencias para recorrer el terreno accidentado de larga distancia que cubre el recorrido, y Panchito me explicó que esto se debe a que es el único automóvil que puede soportar la increíble altitud de 5,000 m.s.n.m. que alcanza el recorrido. En algunos puntos del recorrido, pude contar al menos 20 autos del mismo tipo, cada uno con capacidad para seis turistas. Todos comienzan el viaje en la ciudad de Uyuni al mismo tiempo y pronto comienzan lo que solo puedo describir como una carrera.

Debido a que hay tanta gente tratando de llegar a los mismos lugares al mismo tiempo, y porque hay tanto que ver en estos tres días, los mochileros tienen poco tiempo para admirar los paisajes y tomar fotos. La siguiente parada después del Cementerio de Trenes es una "isla" dentro del Salar, la *Isla del Pescado*, cubierta de cactus y que proporciona una bonita vista de la inmensidad blanca. Después de eso, hay una estadía de una noche en un hotel de sal en la frontera del salar, y luego el recorrido sale del Salar y continúa, yendo hacia el sur y deteniéndose en varias lagunas coloridas, desiertos, montañas, géiseres, una piscina termal natural y mucho más.

Leonardo Souza, un turista brasileño de 32 años, describió su experiencia con esta apretada agenda como una "gira japonesa", una referencia a las visitas guiadas dirigidas a grupos asiáticos, donde se detienen, toman una foto y luego continúan. No hay tiempo para disfrutar del silencio del desierto, porque apenas hay silencio. Y esto se debe a otra característica del recorrido, que es el hecho de que, a pesar de estar en un área que comprende varios miles de kilómetros cuadrados, los lugares donde los autos se detienen para dejar salir a los turistas se sienten extremadamente llenos. Leonard mencionó tener la misma sensación: "Todas las agencias comienzan el recorrido al mismo tiempo, van a los mismos lugares, por lo que siempre estás rodeado de mucha

gente. Podría haber algún tipo de circuito diferente, donde ellos (las agencias) hablan entre sí para que no tengas esa sensación de estar abarrotado".

Habiéndose convertido en un destino principal para mochileros, Uyuni está sintiendo los síntomas del **turismo excesivo** (Epler Wood *et al.* 2019). Vi esto muchas veces durante mi investigación de campo, no solo en las paradas llenas de gente y en la carrera para asegurar lugares para nuestro grupo en los hoteles de sal, sino también en la ciudad de Uyuni. Durante mi estadía, hubo al menos dos ocasiones en que la ciudad se quedó sin agua potable, una indicación de que la demanda superó la oferta. Además, hay un grave problema de saneamiento porque no hay una eliminación adecuada de los residuos, causando mucha basura en los alrededores de la ciudad.

Uyuni ha crecido muy rápido con la llegada de los mochileros y pude experimentar esto de primera mano. El número y el tamaño de los hoteles se habían duplicado al menos entre mi primera visita en 2012 y mi segunda en 2016. Otro ejemplo que muestra este crecimiento es Colchani, un pueblo en la frontera del salar que nació de la minería de sal pero pronto se convirtió en la última parada del recorrido. El pueblo se convirtió en una gran tienda de recuerdos y, en los cuatro años que abarcan mi primera y última visita, se había quintuplicado.

Los mochileros

Según el *Instituto Nacional de Estadística* (2016), el turismo en Bolivia creció un 200% entre 2007 y 2013, principalmente debido al aumento en el número de visitantes de Europa, América del Norte, Israel y países sudamericanos más ricos como Brasil y Argentina. Este grupo demográfico se reflejó en las personas que conocí en mis dos visitas al país, que en su mayoría eran blancas, jóvenes y tenían suficientes ingresos disponibles para ahorrar durante meses en la carretera. Todos los que he hablado se ven a sí mismos como mochileros, un término que indica personas de todo el mundo que viajan con un presupuesto y por períodos más largos, alojándose en hostales u hoteles baratos, y llevando sus pertenencias en una mochila grande (Cohen 2004; Hannam y Ateljevic 2008; Pearce 2008).

En Bolivia, contrastan mucho con la población local y es fácil detectarlos. Llevan mochilas coloridas de marcas outdoor como Patagonia y The North Face; su ropa muestra signos de haber estado mucho tiempo en la carretera; a veces tienen equipo de fotografía profesional; y hablan varios idiomas, pero generalmente pueden mantener una

conversación en inglés. Todo sobre ellos dice "World Citizen", un título del que la mayoría se siente orgullosa y, mientras buscan aventuras, también intentan escapar de la palabra "turista", identificándose más con el título "viajero" e incluso siguiendo un "carrera viajera" (Paris & Teye 2010).

Esta característica se confirma en la literatura. Richards y Wilson (2004), en su libro *El nómada global*, presentó los resultados de la primera encuesta sobre mochileros, que fue internacional, y recopiló datos sobre 2.300 encuestados. El cuestionario incitó a los estudiantes que habían realizado viajes largos y multidestino a identificarse como mochileros, viajeros o turistas. Los resultados mostraron que mochilero como título y como "carrera de viaje" (Richards & Wilson 2004, 47) depende en gran medida de los antecedentes socioeconómicos, la edad, el número de viajes y otros factores. "Más de la mitad de la muestra identificada con la etiqueta 'viajero', en comparación con casi un tercio que se llamaban a sí mismos 'Backpackers'. Menos del 20% se consideraban a sí mismos 'turistas'" (Richards y Wilson 2004, 44). En ese momento, los europeos, más que los estadounidenses, tendían a llamarse a sí mismos mochileros.

A los mochileros también les gusta tener la libertad de cambiar su itinerario cuando lo deseen, un deseo que a veces entra en conflicto con el recorrido en sí que, a pesar de ser aventurero, sigue un patrón y casi no deja espacio para la espontaneidad. Un ejemplo de esto es Brienna Swanson, una mochilera de 32 años de Canadá, que me dijo: "Normalmente no'No hago este tipo de tours, pero aquí no tenemos otra opción." Eso sucede porque es peligroso tratar de navegar por el terreno sin el conocimiento de los lugareños, ya que los automóviles son propensos a sufrir accidentes y una avería por la noche podría significar temperaturas tan bajas como -30 ° C en invierno.

Brienna también tenía la intención de tener más contacto con la cultura local y se sorprendió por las pocas oportunidades que tuvo durante el recorrido, proporcionándome una declaración que resume muy bien el carácter de una interacción anfitrión-visitante en condiciones como las creadas en Uyuni. "Cuando hay tanto turismo, generalmente hay muchos otros extranjeros alrededor y tal vez la única interacción que tienes es comprar recuerdos o comer y sé que eso puede cambiar el tipo de oportunidad (de interactuar con los lugareños) ... Cuando la gente está tan acostumbrada a tantos extranjeros alrededor, la forma en que se desarrolla esa relación, se convierte en esta interacción transaccional ritualizada, lo cual creo que es desafortunado porque para lo que vine a Bolivia es para interactuar realmente con las personas de una manera

auténtica, de humano a humano, y solo para aprender unos de otros, pero puede ser difícil cuando la industria turística está altamente desarrollada o demasiado desarrollada en algunos casos".

Leonardo Souza, el turista brasileño, expresó una opinión muy similar al respecto: "Creo que también es muy difícil separar las cosas. ¿Hasta qué punto cuando empiezas a interactuar con los lugareños tiene que ver con una proximidad concreta, o solo tiene que ver con el hecho de que la persona es consciente de que eres un turista?"

Ambos turistas parecen estar de acuerdo en que el hecho de que los mochileros sean una fuente de ingresos en Uyuni les dificulta crear vínculos genuinos con la población local. Sin embargo, esto no parece ser un problema exclusivo de esta región, siendo confirmado por Richards y Wilson (2004) en su encuesta sobre mochileros, donde los que se identificaron como mochileros creían que tendían a explorar la cultura local y las actividades de aventura más que los que se identificaban como turistas.

Los autores, a través de los resultados de su encuesta, pudieron confirmar que este deseo o ideología de viaje está presente en el estilo de viaje de mochilero, pero el contacto con otras culturas toma la forma de visitar monumentos y sitios históricos, lo que indica "una visión bastante tradicional de las experiencias culturales" (Wilson & Richards 2004, p. 61). Esta y otras contradicciones en el discurso y el comportamiento real de los mochileros culmina en lo que Cohen (2004) llama la "brecha entre ideología y práctica", determinando la idea de que no es simple apegarse a una forma abierta y multicultural de viajar sin tropezar con la propia cultura, los prejuicios y la propia industria

Perspectivas de los lugareños

A pesar de ser la región turística más importante de Bolivia, con 50.000 visitantes extranjeros cada año, el departamento de Potosí tiene la población más pobre del país, a pesar de que genera el 45% de su riqueza a través de la minería y el turismo (Smink 2015). Los que más sufren por la situación son los grupos que han habitado las regiones alrededor del Salar durante siglos, los llamados *Comunidades Intersalar*.

Varias de estas comunidades más pequeñas mantienen medios de vida ancestrales, como el cultivo de llamas y alpacas, la plantación de quinua y la extracción de sal. Tales aldeas viven en *ayllus*, una forma andina de comunidad familiar extendida con una ascendencia común (real o imaginaria). Los *ayllus* trabajan colectivamente en

un territorio de propiedad común (Weismantel 2006), manteniendo vivos los mitos y ritos ancestrales, y las lenguas quechua y aymara.

Al igual que los mochileros, es fácil detectar a esta población indígena debido a sus rasgos característicos y mujeres. Ropa tradicional, que se ha convertido en un símbolo de las raíces indígenas de Bolivia: un pequeño bombín, cabello largo y oscuro dividido en dos trenzas y varias faldas largas. Jorge Pérez Lupa, quien trabaja en la oficina de turismo de Potosí, me explicó que la relación de estas comunidades autónomas con Uyuni es principalmente comercial: "Viajan a la ciudad para comprar comestibles o vender sus productos agrícolas en el Mercado Central".

El recorrido pasa por algunas de estas comunidades más pequeñas y eventualmente se detiene en una u otra para almorzar.—Sin embargo, los pueblos, formados por unas pocas casas de adobe, parecen continuar sus actividades cotidianas sin ser molestados por las decenas de turistas que llegan cada vez. Leonardo Souza comentó su impresión de los pueblos que visitó durante su recorrido, cuestionando su autenticidad: "Te detienes en pueblos que están diseñados para recibir turistas. Ni siquiera sé si las personas que cuidan esos lugares solo van allí cuando hay turistas y luego lo hacen. ni siquiera me quedo allí."

Es importante para mí compartir su opinión aquí porque, aunque extrema, muestra el nivel de desapego de la población local de la gira. Las personas que poseen las agencias que controlan la industria del turismo no son locales, sino que en su mayoría son locales. *paceños*, bolivianos de La Paz que han emigrado a Uyuni para trabajar con turistas. Mientras que las comunidades locales han mantenido sus costumbres ancestrales, los forasteros han dominado el creciente mercado turístico.

Eso no significa que la gente no haya tratado de incluir a estas comunidades en el turismo. María Luz, jefa de la unidad de turismo del municipio de Uyuni, me explicó algunas razones por las que no ha funcionado: "En sí, los pueblos andinos son un poco reservados. Se necesita mucho para integrarlos en el turismo; las comunidades, por lo que puedo ver, están al margen". Acostumbrados a cultivar quinua, tienen un ritmo de vida muy específico, con tiempo para plantar, crecer y cosechar. El turismo, a pesar de ser también estacional, exige mucho más trabajo de la gente, que necesita adaptarse a los tiempos de los turistas.

María dijo que esta es la razón principal por la que estas comunidades no quieren integrarse en el sector turístico, una consecuencia de cómo se ha desarrollado la

industria. Sentí que, en Uyuni, parece haber una idea general de que los turistas solo quieren ver paisajes y museos, entonces eso es lo que ofrece el recorrido, que también está de acuerdo con Wilson y Richards. '(2004) Conclusión sobre mochileros" 'visión bastante tradicional de las experiencias culturales".

Nadie que conocí durante mi estadía mencionó la posibilidad de incluir a las comunidades locales en el circuito turístico para mostrar su propia cultura, como lo hacen otras poblaciones nativas en Nueva Zelanda y Perú, por ejemplo. El desarrollo de la industria turística en Uyuni centrada en paisajes naturales, impulsada por forasteros y hecha para servir a los extranjeros con sus visiones tradicionales del patrimonio cultural, ha terminado por excluir a los habitantes más antiguos de la región de la narrativa turística.

El Encuentro Turístico alrededor del Tour Salar de Uyuni

El encuentro turístico entre mochileros, trabajadores del turismo y lugareños puede describirse, como lo denomina Santana (2009), como un "vértice del sistema". Por un lado, tenemos turistas de entornos socioeconómicos más altos que desean experimentar la cultura andina y sus paisajes, y, para hacerlo, buscar empresas especializadas que estén dispuestas a emprender el viaje, y por otro lado tenemos a los guías/conductores, que son contratados por estas empresas y tienen el conocimiento para llevar grupos de extranjeros por el sur. *Altiplano*.

El encuentro turístico en Uyuni, al igual que en el modelo utilizado por Santana (2009), está dictado por una duración limitada del tiempo, el poder económico del visitante, la disparidad ocio-trabajo y las relaciones asimétricas y efímeras marcadas por estereotipos y fronteras simbólicas. Los turistas y la fuerza laboral se someten a procesos de conversión para adaptarse al molde del encuentro, con mochileros que se adaptan al recorrido y sus características, y la fuerza laboral que trabaja bajo los estándares de hospitalidad occidentales. Los individuos y grupos que finalmente interactúan desempeñan roles complementarios que están orientados instrumentalmente. La relación huésped-visitante se convierte en una traducción comercializada.

Y todavía hay una tercera pieza en este rompecabezas: las comunidades que han ocupado este espacio durante siglos pero que no están integradas en la narrativa del turismo por elección. Efectivamente se les niega trabajar bajo los modelos establecidos por la industria turística en Uyuni, lo que tiene varias consecuencias tanto para ellos, que



se benefician de la presencia de extranjeros, como para los propios mochileros, que no tienen posibilidad de interactuar con los lugareños y aprender sobre su cultura. Irónicamente, en Uyuni y la región circundante, es precisamente en el encuentro que se crea un abismo entre anfitrión y visitantes.

REFERENCIAS

Barretto, Margarita. 2007. *Cultura e Turismo - discussões contemporâneas*. Campinas, São Paulo: Papyrus Editora.

Canosa, Antonia, Brent, M, Moyle C. and Weiler B. 2017. "Anthropology and sociology in tourism doctoral research". *Tourist Studies*, 18 (4) 1-24.

Cohen, Erik. 1984. "The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings". *Annual Review of Sociology*, Vol. 10, pp. 373-392.

Cohen, Erik. 2004. "Backpacking: Diversity and change". In *The global nomad: Backpacker travel in theory and practice* by Greg Richards and Julie Wilson, 43-59. Clevedon, UK: Channel View Publications.

Contreras, Manuel E. 2017. "El desarrollo del transporte en Bolivia, una aproximación al impacto económico y social de los ferrocarriles y carreteras 1900-2015". In *Un siglo de economía en Bolivia (1900-2015): Tópicos de historia económica* by Iván Velásquez-Castellanos and Napoleón Pacheco Torrico, 317-356. La Paz, Bolivia: Plural editores.

Galaz-Mandakovic, Damir F. 2014. "Uyuni, capital turística de Bolivia: Aproximaciones antropológicas a un fenómeno visual posmoderno desbordante". *Revista Teoría y Praxis*, 16 (4), 147-173.

Epler Wood, Megan., Milstein, M. and Ahamed-Broadhurst, K. 2019. *Destinations at Risk: The Invisible Burden of Tourism*. The Travel Foundation.

Hannam, Kevin and Irena Ateljevic. 2008. *Backpacker tourism: concepts and profiles*. Clevedon, UK: Channel View Publications.

Instituto Nacional de Estadística (INE). 2016. "Anuario Estadístico 2016". Estado Plurinacional de Bolivia. Ministerio de Planificación del Desarrollo.

Quispe, Benito Q. and Juan José Méndez Manuel. n.d. *Guía Turística Reserva Nacional de Fauna Andina "EDUARDO AVAROA"*. Servicio Nacional de Áreas Protegidas (Sernap), Ministerio de Medio Ambiente y Agua.

Leite, Naomi and Graburn, N. 2009. "Anthropological Interventions in Tourism Studies". In *The SAGE handbook of tourism studies* by: Tazim Jamal and Mike Robinson, 35-64. Los Angeles, CA: SAGE.

MacCannell, D. 1999. *The tourist: a new theory of the leisure class*. Berkeley and Los Angeles, California: University of California Press, Ltd.

Paris, C. M. and Teye, V. (2010): *Backpacker Motivations: A Travel Career Approach*. In: *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(3), pp. 244-259.

Pearce P. 2008. *Sustainability Research and Backpacker Studies: Intersections and Mutual Insights*. In: Hannam, K. and Ateljevic, I. (eds.): *Backpacker Tourism - Concepts and Profiles*, pp. 38-53. Clevedon: Channel View.



Reuters for CNN. 2007. "Bolivian salt lake a new 'must-see'." July 30, 2017.
<http://edition.cnn.com/2007/TRAVEL/07/30/bolivia.tourism.reut/>

Richards, G. and Wilson, J. 2004. *The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon: Channel View Publications.

Santana, Agustín. 2009. *Antropologia do Turismo: analogias, encontros e relações*. São Paulo, SP: Aleph Publishing House.

Smink, V. 2015. *Bolivia y la paradoja de Potosí: el departamento más rico con la población más pobre*. BBC Mundo. Article found at the link and accessed on 15.06.2021
https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/07/150728_america_latina_bolivia_potosi_paradoja_vs

Smith, Valene L. 1989. *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Weismantel, Mary. 2006. "Ayllu: real and imagined communities in the Andes". In *The Seductions of Community: Emancipations, Oppressions, Quandaries* by Gerald W. Creed, 77-100. Santa Fe: School of American Research Press.