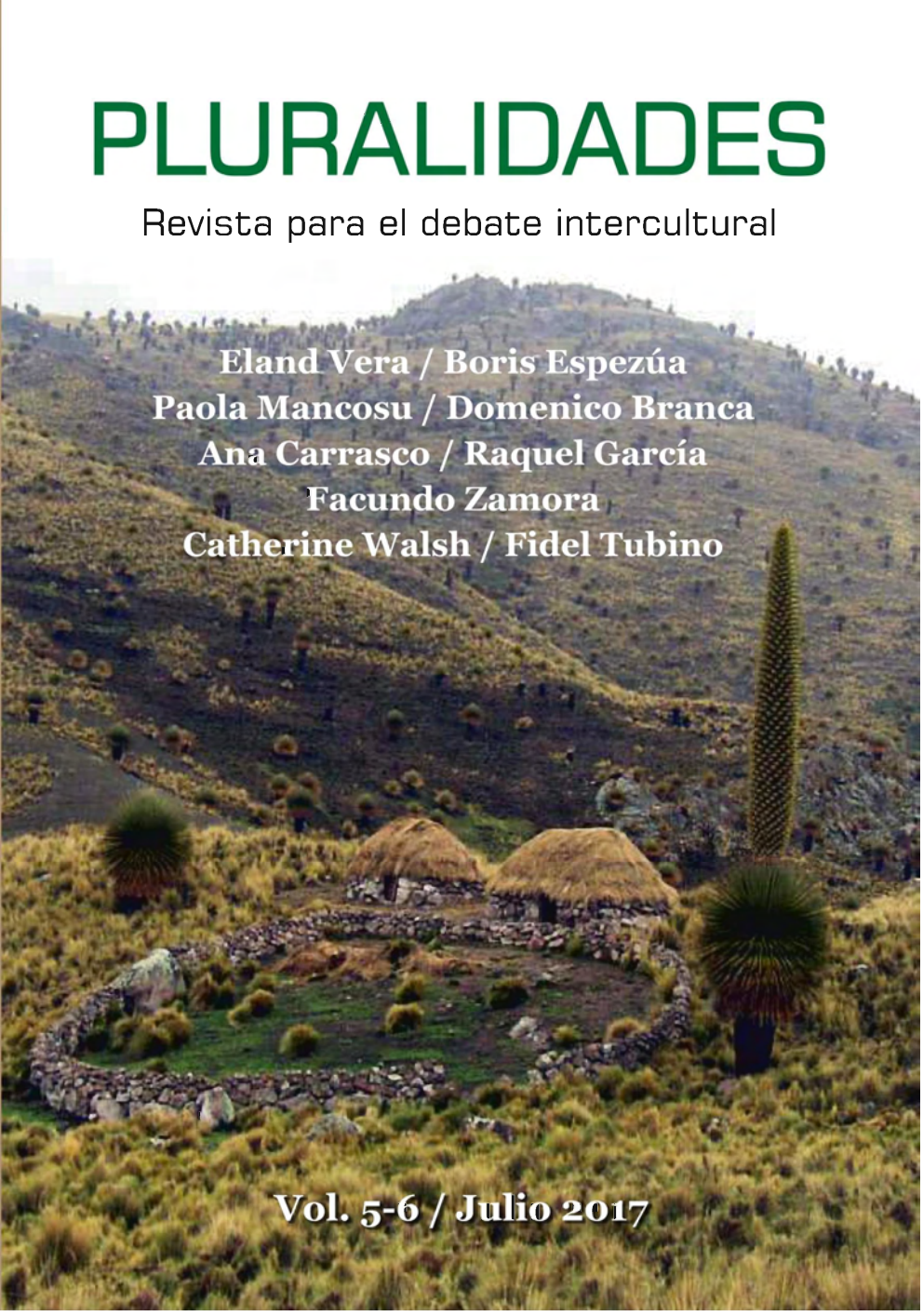


# PLURALIDADES

Revista para el debate intercultural

**Eland Vera / Boris Espezúa**  
**Paola Mancosu / Domenico Branca**  
**Ana Carrasco / Raquel García**  
**Facundo Zamora**  
**Catherine Walsh / Fidel Tubino**

**Vol. 5-6 / Julio 2017**



# LOS “FALOS” DEL *INCA UYO*: LA REINVENCIÓN DEL PATRIMONIO, ENTRE LA MISTIFICACIÓN Y LA MOFA

**Ana Cecilia Carrasco Quintana**

**Resumen.** *El templo del Inca Uyo es un claro ejemplo de cómo se puede construir un discurso de apropiación en torno al patrimonio cultural, dándole características maleables al mismo según lo exijan las demandas del público que una comunidad busca atraer. ¿Cómo se logra dotar de una fama internacional a una construcción arqueológica de menos de 15 m<sup>2</sup> que resguarda piezas arquitectónicas inconexas entre sí? Más allá de los pocos acercamientos que la historia y la arqueología ha podido desarrollar en el lugar, y de la intervención del Estado en la puesta en valor del sitio arqueológico, actualmente se le reconoce internacionalmente como un templo dedicado a la adoración del “falo” y a la vez como propicio escenario de graciosas fotografías. Este texto intenta analizar los efectos que el uso social podría haber ocasionado en la percepción de los valores patrimoniales de una población y qué posibilidades ello genera en la gestión local del patrimonio.*

**Palabras clave:** *templo de la fertilidad, Chucuito, políticas de representación, patrimonio cultural, uso social del patrimonio.*

## Introducción

El “templo de la fertilidad” en la ciudad de Chucuito, Puno, se ha convertido en las últimas décadas en uno de los destinos turísticos de más fácil acceso para los visitantes a la provincia de Puno. Es también parte del recorrido de algunas agencias de turismo. El nombre con el que oficialmente este sitio arqueológico ha sido catalogado como Patrimonio Cultural de la Nación en el 2009 es *Inca Uyo*. Tal espacio ha sufrido algunas modificaciones desde que se inició el proceso de puesta en valor para fomentar el turismo y, aunque originalmente no tuviera la connotación actual, es ahora conocido como un adoratorio del “falo”, dándosele así la categoría de templo. El sitio en cuestión tiene en torno a él no sólo una corta historia contada por los niños y mujeres que participan de la custodia del lugar, e incluso corroboraciones de sus poderes sobrenaturales por visitantes agradecidos, sino también una serie de fotografías diseminadas por internet, de gente que visita este templo y que participa de las dinámicas que lo hacen popular. Tan sólo digitando en *google eart* “Fertility temple” para ubicar el sitio, nos podemos dar una idea de cuán acuñado está el término y de lo icónico del lugar.

¿Qué puede significar para una población la posesión de un espacio icónico propenso a la mistificación, independientemente de si realmente constituye para ellos un espacio de valor místico?

### El visitante y el visitado

Hablemos un poco del turista. El turista es un visitante que sale de su entorno inmediato para entrar a otro completamente nuevo. Es una persona que aprovecha las vacaciones para hacer contacto con otros escenarios, otros paisajes, otros usos y costumbres, que los propios. El perfil de turista tipo explorador, es una

herencia europea que se desencadena en el S. XVI desde los descubrimientos de nuevas tierras hacia el oriente, emprendidas por las naciones europeas (Nowicka, 2008). Incluso podría decirse que, en cierto modo, el contacto entre turista y visitado recrea la llegada del hombre blanco al nuevo mundo. Entre nosotros mismos, como peruanos, la forma de referirnos al “Perú profundo” como destino de viaje, nos lleva a recrear al explorador blanco del S. XVI, trasladando al encuentro de los contextos urbano y rural.

La dinámica actual del turismo no ha perdido el factor de la otredad en su mecanismo, aunque van cambiando ciertos elementos en el intercambio entre turista y visitado. Intervienen factores que se han ido incorporando a lo largo de los años y una reinventada participación de actores, mas no deja de haber un visitante y un visitado en una relación subalterna. El diálogo intercultural no es una búsqueda necesaria en estos intercambios, aunque sí posible; sin embargo, éste no tiene lugar en un escenario de transacciones, no hay un intercambio entre culturas, sino dinero a cambio de una *nueva* experiencia, de la que se tiene alguna referencia, pero que aun así debe mostrarse particular, como corresponde a un descubrimiento. El *descubierto* toma el papel encargado. El *descubridor* pagará por ver.

El visitante y el visitando (turista y poblador) van estableciendo códigos que el residente debe evaluar para asegurarse el generar interés en el viajero. Por tanto, el visitado puede recrearse o recrear su entorno, material y/o inmaterial, lo cual, sea a mediano o largo plazo, conlleva generar nuevos referentes de identidad. “Se trata de la *invención permanente de tradiciones*. Lo importante no es la invención de una expresión cultural sino si ésta es asumida por el grupo como signo de identidad.” (Urrutia, en Ranaboldo, C. y Schejtman A., 2009:10).

La necesidad que surge en los pobladores a nivel nacional, quienes son, en gran medida, los gestores de los espacios turísticos, es la de satisfacer al perfil del visitante y ello, a su vez, busca el beneficio económico que esperan lograr. Se ha cuestionado y repensado ya desde la antropología cuánto esto puede generar una folklorización que refuerce la etnicidad y actúe en detrimento de la valoración de la cultura de los propios pobladores, perdiéndose los referentes locales primigenios cuando las costumbres dejan de tener razón en los conocimientos y consensos internos de los pueblos (Gascón, 2013). Los pobladores, o los encargados de gestionar el desarrollo turístico a nivel local, tienen el poder de regir esta dinámica bajo nuevas y recreadas políticas de representación, de las que la población se hace dueña, que han de regirse según los intereses que primen como importantes para la localidad.

### **Empoderamiento del discurso**

La valoración del patrimonio cultural es, en principio, tarea de cada Nación. Es ella la que regula las leyes con las que se evalúa un bien y la que establece las normas de prevención y conservación, de acuerdo a las normas internacionales. Sin embargo, cuando un espacio no cuenta con la presencia del Estado, dependerá de la valoración que el sitio suponga para una población, el que sea preservado y cuidado.

Fuera del guión que se repite para los visitantes, acerca del poder mágico de los “falos”, podemos visualizar que la población va construyendo su propio discurso sobre los fines y valores del patrimonio. La población posee un bien y tener un discurso sobre ese bien, les confiere poder, fuera de toda oficialidad. Éste, a la vez, se impone por sobre hipótesis que investigadores locales han intentado difundir.

No pertenecer a la oficialidad, a pesar de ser un bien registrado en el 2009 como Patrimonio Cultural de la Nación, se debe a que no es un sitio arqueológico que figure en los libros de historia nacional ni mundial, salvo publicaciones poco difundidas. Casi constituye un terreno vacío, presto a toda manipulación que quiera hacerse sobre él, avalado por una actitud pasiva de las autoridades, incluido el Ministerio de Cultura. PromPerú retiró a Chucuito de su publicidad oficial por las diferentes faltas a la verdad; en principio, por ser éste un espacio recreado y no en situación original o producto de una investigación arqueológica. La razón de esta actitud del Estado podría deberse a los acuerdos internacionales sobre el patrimonio pues, por ejemplo, en la Carta de Venecia (ONU, 1964) se establece la veracidad de la historia en los sitios arqueológicos, como un principio de valoración del patrimonio que las naciones deben defender.

Existe un conflicto, tal vez no consciente, en la población de Chucuito, respecto a su empoderamiento: no sólo es el poder de gestionar el patrimonio sino también de patrimonializarlo, más allá de si reciben o no el beneplácito de PromPerú. Decidir el valor del patrimonio ya no es en este caso una cuestión académica ni científica, ni tiene que ver con políticas de Estado, sino instrumental y práctica, valiéndose de las características estereotipadas de los visitantes, del recurso visual que constituyen los “falos” y de los usos actuales del lugar que son lo único real y concreto. Solo puede sumarle fuerza a una narración inventada el que todos la compartan. Usar como argumento: “eso es lo que se dice” equivale a decir: esa debe ser la verdad.

En entrevistas hechas a las artesanas de la localidad, ellas manifiestan lo que vieron: hubo una excavación. Se recogieron los postes de piedra de las casas; se les llamó “falos”. Pero los “falos” dieron frutos en una localidad donde no podía imaginarse un empo-



rio comercial y se incrementó la venta de trucha y queso frito. Empezó también a dar resultado la venta de artesanías a visitantes y curiosos. Fue exitoso que Chucuito tuviera movimiento comercial los fines de semana. Empezó a dar resultado que cercando el *Inca Uyo* se pudiera cobrar una entrada y que ésta formara parte del tesoro municipal. Empezó a ser cierto que el *Inca Uyo* tenía poder sobrenatural. Llegaron místicos nacionales a explicar a las artesanas cómo funciona el circuito de la energía en el lugar y porque ello les fuera útil, se dispusieron a incorporar tal explicación en sus discursos respecto al sitio<sup>1</sup>. Llegaron los testimonios de mujeres, ciertos o inventados. Empezó a ser cierto que el *Inca Uyo* sea el “Templo de la fertilidad”.

Si bien no todos los pobladores son beneficiados con las dinámicas ocasionadas a partir de este sitio arqueológico, puede comprobarse que, aunque no todos compartan la explicación de que desde tiempos inmemoriales fuera usado para la fertilidad, tampoco se animan a desmentir que actualmente lo sea. Pueden declarar sí, que antes no había nada más que paredes de poca altura, que antes esa era una zona de siembra y pastoreo, que en las casas se usaban esas piezas de piedra llamadas “falos”, de estacas para atar el ganado. Una respuesta común obtenida entre personas de mediana edad es: “los antiguos tendrían que hablar” o “tendrías que preguntarle a los más viejitos. Ellos podrían saber”. Es inútil explicar que una interpretación de este tipo la debe dar un investigador usando la ciencia como recurso. Para los pobladores de edad adulta y también para muchos niños, la respuesta debe hallarse entre ellos mismos.

---

1. Entrevista a artesana local, cuidadora del *Inca Uyo*. 2016.

## Valores de intercambio del bien patrimonial

El Perú es un país altamente poseedor de bienes arqueológicos. En los últimos años la puesta en valor de bienes culturales ha permitido dotar a los pobladores de diferentes regiones de un nuevo destino para los turistas. Sin embargo, un bien patrimonial encierra en sí mismo una serie de implicancias mucho mayores que las de esparcimiento.

Los bienes culturales contienen información del pasado, vestigios de desarrollos culturales, tienen el poder de generar memoria y, esto a su vez, de generar un discurso identitario. La generación de un discurso puede ser promovido desde el Estado, desarrollado por la historia, la arqueología, y las ciencias pertinentes, que constituiría el grupo hegemónico que dicta los discursos oficiales. Sin embargo, cuando la gestión de los bienes culturales llega a estar en manos de los pobladores, ellos tienen también la oportunidad de generar un discurso sobre su propio entendimiento, en donde entra en juego sus propias políticas de representación.

Si observamos los sitios arqueológicos emblemáticos del Perú —en donde *Machu Picchu* resulta ser la máxima expresión— podemos ver que uno de los factores que favorece el interés en un sitio arqueológico es su magnificencia en proporciones y características estéticas. Estos sitios, aparte de su magnificencia, tienen también, entre sus atractivos, el pasado mismo al que representan y, aparte de estos dos componentes, destaca un factor que ha favorecido la recurrente llegada de un perfil de turista que toma como destino predilecto al Perú: el turista místico, que tiene predilección por los recintos sagrados. Teniendo estos antecedentes, no es de extrañar que en la percepción de nosotros los peruanos, como poseedores de bienes culturales, se hayan creado



estándares con qué medir el valor de los sitios arqueológicos y –en ciertos casos– de cómo generarles el valor suficiente que los haga atractivos.

Describamos entonces, en qué consiste el recinto del *Inca Uyo*. Es un espacio rectangular de aproximadamente 15 m<sup>2</sup>. Llega apenas a los 2 metros de alto y no tiene ningún tipo de ornamentación en la parte superior. Las paredes son rectas con base ancha y el techo es descubierto. Las paredes tienen, también, un recubrimiento con piedras que le da un aspecto distinto hacia el exterior: formas mucho más regulares que el aspecto de las paredes hacia el interior del recinto. En la zona oriente, la pared está dividida, dejando en medio un ingreso rectangular. El interior y también el rededor, contiene piezas arquitectónicas y arqueológicas que fueron recogidas por gestión del Instituto Nacional de Cultura (INC) hace un par de décadas, según indican los mismos pobladores, desde las casas aledañas y, según indican otros, halladas en la excavación del lugar. Dentro del *Inca Uyo* existe un conjunto de postes de piedra menores a 90 cm de alto. La peculiaridad de un grupo de estos postes, unos diez entre el total, es que tienen una terminación curiosa: el de una semiesfera perfectamente pulida. Otro grupo tiene una especie de protuberancia indefinida y de poco volumen, que está enterrada en el suelo. De esta otra forma asemejan el aspecto de estacas. Todos estos postes han sido colocados en tres hileras de lado norte a sur. Frente al grupo, en un espacio central, se encuentra un poste de mayores proporciones que el resto y que luce, además, una abertura en la mitad superior de la semiesfera. Este poste mayor ha sido asegurado en la base con un vaciado de cemento y restos de piedra labrada. Alrededor del *Inca Uyo* se puede apreciar restos de construcción, como semiarcos, y piezas de tipo incaico, que no tienen continuidad estructural con el recinto. La evidencia conjunta

sugiere que hubo mucha destrucción del aspecto original de esa pequeña ciudad, durante la época virreinal.

El pasado colonial, incaico y preincaico en Chucuito, puede pensarse que fue de mucha importancia ya que se destruyó con esmero, al punto que todos los restos de estructuras, que pueden apreciarse, resultan inconexos entre sí. Realizar una investigación profunda del lugar suena a un sueño ideal e imposible, pues casi todo el territorio ha sido urbanizado y, desde antaño, las tierras tienen poseedores celosos que no hubieran permitido se siga cavando y correr el riesgo de vivir sobre bienes que el Estado se disponga a administrar.

El pánico surgió cuando el Estado reclamó como patrimonio de la nación al *Inca Uyo*, terreno que servía de pastoreo y eventuales siembras, y prosiguió con el recojo de “falos” que no se puede entender claramente con qué fin los poseía la población, antes de saberse que tenían valor patrimonial. Algunos dicen que se usaban como estacas para atar animales. Otros dicen que simplemente se guardaban en las casas, como amuletos, por una cuestión de suerte, otros dicen que los sembraban en el campo para darle energía a la tierra, aunque esto último podría haberse añadido a la memoria local como parte de la argumentación de los poderes del templo.

Podríamos seguir enumerando una serie de factores que hace apasionante investigar la historia de cómo surge el recinto del *Inca uyo*, pero actualmente se lo puede entender como un fenómeno contemporáneo, sujeto a reglas de mercado. Desde que el turismo es una fuente de desarrollo económico, la relación se hace ineludible y termina siendo el producto de la fama y el comercio, lo que finalmente le otorga prestigio a la localidad: es poseedora del templo de la fertilidad, único en su género a lo largo del país.

## El que crea y el que recrea

El *Inca Uyo* como espacio místico y pintoresco es una oferta dirigida a turistas y tiene éxito en ese mismo público. Un presupuesto es el morbo que, por supuesto debe ser incitado, porque a primera vista el *Inca uyo* es tan sólo un cementerio de clavos de piedra. El visitante está dispuesto a gozar de una experiencia, sea mística o entretenida. El visitante debe alcanzar algún tipo de satisfacción. En ese sentido, las agencias de turismo junto con los pobladores participantes, han convertido en parte del ritual el “subir al falo” que, literalmente consiste en montarse sobre el poste de mayor tamaño. El visitante contribuye al proceso de recreación. Si su fin no es místico, sino el entretenimiento: se acerca al “falo”, se deja tomar el pelo, hace bromas, se ríe, se toma fotos –en ocasiones bastante obscenas– y publica en las redes sociales que ha visitado el templo de la fertilidad.

La dinámica de la promoción del lugar funciona como por arte de magia. La recreación del *Inca Uyo* como el templo de la fertilidad ha superado a sus pobladores como transmisores de la información –o la desinformación. Los visitantes del templo llegan a Chucuito con la directa intención de verlo; no llegan a él de forma fortuita ni casual. Y, por supuesto, preguntan frecuentemente: “¿dónde queda el templo de la fertilidad?” de modo que no es mucho lo que les queda por decir a las anfitrionas del lugar. Para los interesados más bien en un contacto místico, existe la explicación, difundida por los niños, las artesanas y los guías, de realizar un ritual con hojas de coca y vino. Los guías del perfil “turismo místico” agregan al rito una serie de símbolos y significados que dejan absortos a los clientes en un viaje de conexión a la tierra y hacia los diferentes puntos cardinales, a partir de la ubicación del “falo” mayor.

La concepción que tiene un visitante sobre los pobladores con los que hará la transacción monetaria por la experiencia mística, hace un papel importante respecto a la credulidad o aceptación del guión. Se tiene por presunción que el Ande posee una inmensa cantidad de mitos, creencias, y –cabe también– poderes sobrenaturales. Que exista un templo de la fertilidad en el Perú, con las características de éste, es un caso peculiar que, aislado del análisis de los referentes arqueológicos, no da lugar a sospecha de esta peculiaridad, sino una suma de asombros. El turista místico es un creyente.

Cuando el asombro falle, queda aún la posibilidad de lo anecdótico, que es en fin de cuentas, uno de los elementos más comunes en la experiencia del visitante a este sitio. El *Inca Uyo* es uno de los pocos sitios arqueológicos del Perú en donde los turistas iniciarán el recorrido entre risotadas y lo habrán de terminar de la misma manera.

Es importante anotar que esta transacción de experiencia mística por dinero no conlleva a exponer los rasgos de la cultura local, ni es prioridad de ella darlo a conocer. La variedad de costumbres, ritos, conocimientos, propios de la cultura, quedan velados tras la imagen de ser un pueblo que le rinde culto al “falo”. Esto podría verse como una pérdida, una estafa si se quiere; pero por otro lado, puede también considerarse que la población en Chucuito, en sus aspectos culturales más profundos, no se sujeta a ninguna demanda económica externa. La población entrega al negocio del turismo: el *Inca Uyo*, el *chairo*<sup>2</sup>, la trucha, el queso frito y la artesanía y no le ofrece nada más. Ella guarda para sí misma sus usos, costumbres y creencias.

---

2. Sopa típica de la región elaborada con chuño (papa deshidrata), *charqui* (carne deshidratada) y verduras. Es parte de la oferta de los restaurantes.

## ¿Y la ritualidad?

¿Podríamos decir que la población de Chucuito ha relativizado para sí misma el sentido de lo ritual y lo místico? Es curioso que si observamos los propios usos y costumbres del pueblo, vemos efectivamente un alto grado de ritualidad muy vigente entre sus pobladores.

Probablemente Chucuito sea uno de los pocos lugares en el Perú en donde el turismo no es un factor que determine sus motivos de fiesta ni costumbres sociales. En los famosos “doce platos” que cada barrio realiza una vez al año por Semana Santa, se preparan potajes que no son parte del menú común que se ofrece a los turistas –habitualmente sólo se vende trucha y queso frito en los restaurantes como oferta a los visitantes. Tampoco existe una recreación de las ritualidades propias de ésta, ni de otras festividades, como la *Huaccha*<sup>3</sup>, que requiere de gran presupuesto y recursos, aparte de representaciones escenográficas sobre la torre del campanario para lanzar los *quispiños*<sup>4</sup>. Estas y otras costumbres que se viven en Chucuito, tienen como referente a los pobladores mismos y no se prestan a la promoción turística.

Respecto al *Inca Uyo* en sí mismo, no hay antecedentes entre las costumbres locales antiguas que daten del uso ritual de este recinto. Actualmente, y mientras haya quienes así lo mantengan, es un escenario de importancia los 21 de junio con motivo del año nuevo andino, en donde el recinto pierde la connotación de tem-

- 
3. Conmemoración de la llegada de la Virgen de la Asunción al pueblo, cuando éste vivía hambruna. La tradición cuenta que le Virgen se subió a lo alto del campanario y, desde ahí, lanzó el *quispiño*.
  4. Amasado de harina de quinua y agua, al que se le puede dar forma de animales muy pequeños. Puede conservarse por mucho tiempo. Ha sido usado para preservar a la población de hambrunas y para darles vigor en las jornadas de largo trabajo.

plo de la fertilidad y da paso a la celebración del *Inti Raymi*<sup>5</sup>. Su locación es ideal para recibir los primeros rayos del sol que ingresan a la explanada hacia las 6 de la mañana. Esta faceta del lugar es relativamente reciente, pero no ha tenido como germen la promoción turística, sino buscar un espacio conjunto de celebración para la *wilancha*<sup>6</sup> y la ofrenda a la tierra por el año nuevo andino. Los efectos concretos del *Inca Uyo* como lugar de adoración-recreación-producción económica, varían según la relación del poblador con el lugar. Para algunos niños y jóvenes, se debiera conocer la historia real del lugar y de todo Chucuito. Para otros, la narración que se corrobora es la verdad: el templo da fertilidad si le haces un ritual con vino y coca. Entre la población adulta *lo que se dice* como discurso común es lo que tiene valor de verdad, mientras sea un discurso aprobado por la población mayoritaria. Respecto a los usos rituales, como se hace con todo espacio de negocio y productividad, las artesanas *challan*<sup>7</sup> el recinto con vino y le ofrecen coca, no por esperar concebir, sino para que la productividad económica continúe. El sitio toma un nuevo valor. Se le debe reverencia, en los códigos que la población le reconoce, según el papel que cumple.

La relacionalidad es ontológica en el sentido andino de la vida y la reciprocidad es uno de sus principios, que además fundamenta los códigos de reverencia hacia la tierra. Aquello que nos da un 'beneficio' es a lo que debemos un 'pago'. Sin embargo, la forma de reciprocidad entre miembros de una comunidad o aillu y la que se concibe hacia el resto —otros que no forman parte de

- 
5. Fiesta en honor al sol, realizada los 24 de junio, de origen imperial incaico.
  6. Sacrificio de un auquénido en ceremonia ritual.
  7. Ofrenda realizada para propiciar un buen augurio. Este uso del sitio me fue explicado en una entrevista a una pobladora no artesana, sino bodeguera, de un negocio colindante al *Inca Uyo*.

su *aillu*— tiene distinto sentido. La ayuda desinteresada no es un valor en el mundo andino, sí la reciprocidad. Las relaciones que pueda establecerse con un foráneo conllevan a una reciprocidad regulada, de acuerdo a su funcionalidad, mientras que las relaciones con la comunidad tienen otro orden de sujeción en donde la cohesión contribuye al equilibrio comunitario dentro del grupo y en relación al cosmos (Estermann, 2006).

Si el tipo de reciprocidad entre un *aillu* tiene entre sus fines mantener alianzas para compartir tierras, compartir bienes, compartir trabajo y compartir también las celebraciones en vínculos de familiaridad para asegurar no sólo el beneficio personal sino el de la comunidad y el de la tierra, la relación hacia nuevos espacios que reconfiguran su valor, el *Inca Uyo*, y nuevos actores, como el turista; los principios de reciprocidad habrán de estar sujetos a lo que éstos nuevos elementos traen u ocasionan hacia la comunidad. Por esto no es de extrañar que las artesanas *challan* en el *Inca Uyo* para iniciar sus jornadas de trabajo, ni que les digan, a los turistas, lo que ellos esperan oír, sin que estas “mentiras” les parezcan engaños, ni mucho menos acepten cambiarlas por verdades sustentadas en lo que algún arqueólogo o investigador, que no tenga ninguna relación con la comunidad, pueda decir.

## **Conclusiones**

El del *Inca Uyo* no es un caso aislado en el Perú, respecto a las invenciones, reinvencciones y recreaciones sobre la cultura. En el caso Cusco y sus bienes culturales ampliamente documentados y conocidos, año a año los guías turísticos alimentan su guión respecto a los espacios, a sus usos, funciones y significado cultural, a veces impulsados por un afán reivindicatorio de la cultura, y otras para dotarle de mayor interés comercial al lugar. Sucede



inevitablemente que los guías locales se convierten en gestores del sitio y pueden darle una significancia manipulada, si así se lo proponen.

Podría decirse que el *Inca Uyo* es el caso de un nuevo orden re creador de la experiencia mística, sin mucha conexión con los usos y costumbres locales, en donde se tiene como presupuesto al turista y él se convierte en parte de esta construcción. La mistificación de este lugar se sustenta en las expectativas del visitante y en la respuesta del mismo; las creencias del pueblo pueden recrearse en base a ese fenómeno, pero no en el aspecto fundamental de sus tradiciones. Si a estas alturas existieran políticas que regulen la veracidad sobre los sitios arqueológicos y su difusión, probablemente sería casi imposible quitarle al *Inca Uyo* la etiqueta de “Templo de la fertilidad”, pues la publicidad y la 'virialidad' en internet ha superado toda estrategia de promoción.

Sin duda, dentro del conjunto inmenso de bienes patrimoniales que el Perú posee, el *Inca Uyo* constituye un caso muy peculiar. Dentro de los pocos recursos estéticos y materiales del lugar los pobladores han logrado gestionar la trascendencia del sitio por sobre la fragilidad de su historia y por sobre el sentido común del visitante. De este modo ha pasado de ser un espacio arqueológico apenas estudiado, y de poco registro bibliográfico, es decir, casi inexistente para la arqueología –y para el Perú– en un recinto para la satisfacción de las expectativas de turistas nacionales y extranjeros quienes, en su búsqueda de lo exótico y sorprendente, si no logran hacer una experiencia mística, podrán al menos llevarse como recuerdo una foto hilarante y sugestiva de su paso por el Altiplano.

## **Bibliografía**

ESTERMANN, J.

2006 *Filosofía Andina. Sabiduría indígena para un mundo nuevo*. La Paz, Bolivia: 2da Ed., ISEAT.

GASCÓN, J.

2005 *Gringos como en sueños*. Lima, Perú: IEP.

RANABOLDO, C. y SCHEJTMAN, A.

2009 *El valor del patrimonio cultural. Territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas*. Lima, Perú: IEP.

NOWICKA, P.

2008 *Vacaciones en el Paraíso*. España: Oxfam Intermón.

ONU

1964 *Carta de Venecia*. Venecia, Italia. ICOMOS.





**PERÚ**

Ministerio de Cultura

Dirección Desconcentrada de Cultura  
de Puno

**PRÓLOGO (3)**

**INTRODUCCIÓN (5)**

**ELAND VERA. Agencia indígena para la descolonización (11)**

**BORIS ESPEZÚA SALMÓN. Subjetivizarse para decolonizarse (27)**

**ENTREVISTA A CATHERINE WALSH (43)**

**PAOLA MANCOSU. De lo teórico a lo poético: el feminismo descolonizador de Mujeres Creando Comunidad (65)**

**DOMENICO BRANCA. Notas sobre Antropología y Traducción (77)**

**CONVERSACIÓN CON FIDEL TUBINO (95)**

**ANA CECILIA CARRASCO QUINTANA. Los “falos” del Inca Uyo: la reinención del patrimonio, entre la mistificación y la mofa (115)**

**RAQUEL E. GARCÍA y FACUNDO ZAMORA QUINTAR. Estado, producción y circulación de las artesanías en la provincia de Jujuy, Argentina (131)**

**CONVERSATORIO:  
BALANCE Y PERSPECTIVA DE LOS TEMAS TRATADOS EN EL  
GRUPO INTERCULTURALIDAD (155)**

**DE LOS AUTORES (195)**