

VOLUMEN 2  
NÚMERO 2  
DIC 2021-MAY 2022



Facultad de Filosofía y Letras  
Universidad Nacional de Cuyo  
Mendoza, Argentina

ISSNe 2718- 8205



REVISTA DE  
TURISMO E IDENTIDAD



**UNCUYO**  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE CUYO



FACULTAD DE  
FILOSOFÍA Y LETRAS

**arca** ÁREA DE REVISTAS  
CIENTÍFICAS Y  
ACADÉMICAS

Publicación del Instituto de Investigaciones en Turismo e Identidad (IITI)  
Departamento de Turismo - Facultad de Filosofía y Letras  
Universidad Nacional de Cuyo – Mendoza, Argentina



REVISTA DE  
TURISMO E IDENTIDAD

**ISSNe 2718- 8205**

**Volúmen 2 – Número 2**  
**Diciembre de 2021 a mayo de 2022**

Mail INSTITUTO: [iiti-uncuyo@ffyl.uncu.edu.ar](mailto:iiti-uncuyo@ffyl.uncu.edu.ar)

Mail REVISTA: [revistaturismoeidentidad@ffyl.uncu.edu.ar](mailto:revistaturismoeidentidad@ffyl.uncu.edu.ar)

SITIO DE LA REVISTA: <http://revistas.uncu.edu.ar/ojs/index.php/turismoeidentidad>



## Datos de Revista - Journal's Information

Revista de turismo e identidad

EISSN 2718 – 8205 | V2 n2 | diciembre de 2021 - mayo 2022

Revista de Turismo e Identidad es una publicación del Instituto de Investigaciones en Turismo e Identidad (IITI) - Departamento de Turismo - Facultad de Filosofía y Letras - Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, Argentina.

Centro Universitario - Ciudad de Mendoza (5500) - Casilla de Correo 345 – Provincia de Mendoza, Argentina

e-mail: [revistaturismoeidentidad@ffyl.uncu.edu.ar](mailto:revistaturismoeidentidad@ffyl.uncu.edu.ar)

Instituto de Investigaciones en Turismo e Identidad: [iiti-uncuyo@ffyl.uncu.edu.ar](mailto:iiti-uncuyo@ffyl.uncu.edu.ar)

web: <http://ffyl.uncu.edu.ar>

Envíe su trabajo a:

[revistaturismoeidentidad@ffyl.uncu.edu.ar](mailto:revistaturismoeidentidad@ffyl.uncu.edu.ar)

<http://revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/turismoeidentidad/about/submissions#authorGuidelines>

**El envío de un artículo u otro material a la revista implica la aceptación de las siguientes condiciones:**

- Que sea publicado bajo Licencia Creative Commons Atribución - NoComercial 4.0 internacional <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> a partir del número 3 de Revista Turismo e Identidad (con publicación en diciembre 2021).
- Que sea publicado en el sitio web oficial de "Revista de Turismo e Identidad", de la Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, Argentina: <http://revistas.uncu.edu.ar/ojs/index.php/turismoeidentidad> y con derecho a trasladarlo a nueva dirección web oficial sin necesidad de dar aviso explícito a los autores.
- Que permanezca publicado por tiempo indefinido o hasta que el autor notifique su voluntad de retirarlo de la revista.
- Que sea publicado en cualquiera de los siguientes formatos: pdf, xlm, html, epub; según decisión de la Dirección de la revista para cada volumen en particular, con posibilidad de agregar nuevos formatos aún después de haber sido publicado.

**Proceso de evaluación por pares:** Revista de Turismo e Identidad considera para su publicación artículos inéditos y originales, los que serán sometidos a evaluación. La calidad científica y la originalidad de los artículos de investigación son sometidas a un proceso de arbitraje anónimo externo nacional e internacional. El proceso de arbitraje contempla la evaluación de dos jueces, que pertenecen a distintas instituciones y universidades. Se estima un plazo de un mes para que los especialistas informen los juicios. Dependiendo de las opiniones de los árbitros, la revista informará al autor la factibilidad de la publicación de su trabajo. Revista de Turismo e Identidad se reserva el derecho de no enviar a evaluación aquellos trabajos que no cumplan con las indicaciones señaladas en las "Normas para la publicación", además se reserva el derecho de hacer modificaciones de forma al texto original aceptado. La revista se reserva el derecho de incluir los artículos aceptados para publicación en el número que considere más conveniente. Los autores son responsables por el contenido y los puntos de vista expresados, los cuales no necesariamente coinciden con los de la revista.

**“¿Qué es el acceso abierto?”**

El acceso abierto (en inglés, Open Access, OA) es el acceso gratuito a la información y al uso sin restricciones de los recursos digitales por parte de todas las personas. Cualquier tipo de contenido digital puede estar publicado en acceso abierto: desde textos y bases de datos hasta software y soportes de audio, vídeo y multimedia. (...)

Una publicación puede difundirse en acceso abierto si reúne las siguientes condiciones:

- Es posible acceder a su contenido de manera libre y universal, sin costo alguno para el lector, a través de Internet o cualquier otro medio;
- El autor o detentor de los derechos de autor otorga a todos los usuarios potenciales, de manera irrevocable y por un periodo de tiempo ilimitado, el derecho de utilizar, copiar o distribuir el contenido, con la única condición de que se dé el debido crédito a su autor;
- La versión integral del contenido ha sido depositada, en un formato electrónico apropiado, en al menos un repositorio de acceso abierto reconocido internacionalmente como tal y comprometido con el acceso abierto.”

De: <https://es.unesco.org/open-access/%C2%BFqu%C3%A9-es-acceso-abierto>

**Política de acceso abierto:** Esta revista proporciona acceso abierto inmediato a su contenido, basado en el principio de que ofrecer los avances de investigación de forma inmediata colabora con el desarrollo de la ciencia y propicia un mayor intercambio global de conocimiento. A este respecto, la revista adhiere a:

- PIDESEC. Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.  
[https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/derechoshumanos\\_publicaciones\\_colecciondebolsillo\\_07\\_derechos\\_economicos\\_sociales\\_culturales.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/derechoshumanos_publicaciones_colecciondebolsillo_07_derechos_economicos_sociales_culturales.pdf)
- Creative Commons <http://www.creativecommons.org.ar/>
- Iniciativa de Budapest para el Acceso Abierto.  
<https://www.budapestopenaccessinitiative.org/translations/spanish-translation>
- Declaración de Berlín sobre Acceso Abierto [https://openaccess.mpg.de/67627/Berlin\\_sp.pdf](https://openaccess.mpg.de/67627/Berlin_sp.pdf)
- Declaración de Bethesda sobre acceso abierto [https://ictlogy.net/articles/bethesda\\_es.html](https://ictlogy.net/articles/bethesda_es.html)
- DORA. Declaración de San Francisco sobre la Evaluación de la Investigación <https://sfdora.org/read/es/>
- Ley 26899 Argentina. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/220000-224999/223459/norma.htm>
- Iniciativa Helsinki sobre multilingüismo en la comunicación científica <https://www.helsinki-initiative.org/es>

**Política de detección de plagio:** Se utiliza el software Plagius (<https://www.plagius.com/es>). Esta etapa de control está a cargo del Comité de redacción y el Editor de la revista.

**Aspectos éticos y conflictos de interés:** Damos por supuesto que quienes hacemos y publicamos en Revista de Turismo e Identidad conocemos y adherimos tanto al documento CONICET: "Lineamientos para el comportamiento ético en las Ciencias Sociales y Humanidades" (Resolución N° 2857, 11 de diciembre de 2006) como al documento "Guide lines on Good Publication Practice" (Committee on Publications Ethics: COPE). Para más detalles, por favor visite: [Code of Conduct for Journal Editors](#) y [Code of Conduct for Journal Publishers](#)

**Política de preservación:** La información presente en el "Sistema de Publicaciones Periódicas" (SPP), es preservada en distintos soportes digitales diariamente y semanalmente. Los soportes utilizados para la "copia de resguardo" son discos rígidos y cintas magnéticas.

Copia de resguardo en discos rígidos: se utilizan dos discos rígidos. Los discos rígidos están configurados con un esquema de RAID 1. Además, se realiza otra copia en un servidor de copia de resguardo remoto que se encuentra en una ubicación física distinta a donde se encuentra el servidor principal del SPP. Esta copia se realiza cada 12 horas, sin compresión y/o encriptación.

Para las copias de resguardo en cinta magnéticas existen dos esquemas: copia de resguardo diaria y semanal.

Copia de resguardo diaria en cinta magnética: cada 24 horas se realiza una copia de resguardo total del SPP. Para este proceso se cuenta con un total de 18 cintas magnéticas diferentes en un esquema rotativo. Se utiliza una cinta magnética por día, y se va sobrescribiendo la cinta magnética que posee la copia de resguardo más antigua. Da un tiempo total de resguardo de hasta 25 días hacia atrás.

Copia de resguardo semanal en cinta magnética: cada semana (todos los sábados) se realiza además otra copia de resguardo completa en cinta magnética. Para esta copia de resguardo se cuenta con 10 cintas magnéticas en un esquema rotativo. Cada nueva copia de resguardo se realiza sobre la cinta magnética que contiene la copia más antigua, lo que da un tiempo total de resguardo de hasta 64 días hacia atrás.

Los archivos en cinta magnética son almacenados en formato "zi", comprimidos por el sistema de administración de copia de resguardo. Ante la falla eventual del equipamiento de lectura/escritura de cintas magnéticas se poseen dos equipos lecto-grabadores que pueden ser intercambiados. Las cintas magnéticas de las copias de resguardo diarios y semanal son guardados dentro de un contenedor (caja fuerte) ignífugo.

Copia de resguardo de base de datos: se aplica una copia de resguardo diario (dump) de la base de datos del sistema y copia de resguardo del motor de base de datos completo con capacidad de recupero ante fallas hasta (5) cinco minutos previos a la caída. Complementariamente, el servidor de base de datos está replicado en dos nodos, y ambos tienen RAID 1.



Revista promovida por ARCA (Área de Revistas Científicas y Académicas)  
de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Cuyo

Email ARCA: [revistascientificas@ffyl.uncu.edu.ar](mailto:revistascientificas@ffyl.uncu.edu.ar)

[arca.revistas](#) | [Instagram: @arca.revistas](#) | [LinkedIn: ARCA – FFYL](#) | [Twitter: @ArcaFFYL](#)

[Youtube: área de revistas científicas ARCA](#) | [blog: https://arcarevistas.blogspot.com/](https://arcarevistas.blogspot.com/)

**Revista de Turismo e Identidad** es una publicación de divulgación científica del **Instituto de Investigaciones en Turismo e Identidad, IITI**, de la **Facultad de Filosofía y Letras**, de la **Universidad Nacional de Cuyo**. Publica trabajos originales, sujetos a arbitraje, orientados a un público lector especializado e interesado en el sector turístico con una visión multi e interdisciplinaria. Se abordan temas relativos al turismo y patrimonio en la actualidad, a la búsqueda de nuevas opciones y alternativas para el futuro de los mismos, atendiendo a los criterios de sostenibilidad que se promueven en el siglo XXI, al desarrollo local y a la participación comunitaria con conciencia socio ambiental y cultural. La responsabilidad por las opiniones emitidas en los artículos corresponde exclusivamente a los autores.

**Foto de tapa: Gustavo Aloy. "Bardas Blancas".** Bardas Blancas, Malargüe, provincia Mendoza, República Argentina. Abril de 2021.



Se permite la reproducción de los artículos de este número siempre y cuando se cite la fuente. Esta obra está bajo una Licencia Atribución-NoComercial 2.5 Argentina (CC BY-NC 2.5 AR), salvo los elementos específicos publicados dentro de esta revista que indiquen otra licencia. Usted

es libre de: copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato; adaptar, transformar y construir a partir del material citando la fuente. Bajo los siguientes términos: Atribución —debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante. NoComercial —no puede hacer uso del material con propósitos comerciales. No hay restricciones adicionales — No puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/ar/>. La **Revista de Turismo e Identidad** actualizará su licencia de publicación a partir del número 3 (diciembre 2021), a la versión Atribución-NoComercial 4.0 internacional (CC BY-NC) <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.es>.

Esta revista se publica a través del SID (Sistema Integrado de Documentación), que constituye el repositorio digital de la Universidad Nacional de Cuyo (Mendoza): <http://bdigital.uncu.edu.ar/>, en su Portal de Revistas Digitales en OJS: <http://revistas.uncu.edu.ar/ojs/index.php/index/index>.

Nuestro repositorio digital institucional forma parte del SNRD (Sistema Nacional de Repositorios Digitales) <http://repositorios.mincyt.gob.ar/>, enmarcado en la leyes argentinas: Ley N° 25.467, Ley N° 26.899, Resolución N° 253 del 27 de diciembre de 2002 de la entonces SECRETARÍA DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN PRODUCTIVA, Resoluciones del MINISTERIO DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN PRODUCTIVA N° 545 del 10 de septiembre del 2008, N° 469 del 17 de mayo de 2011, N° 622 del 14 de septiembre de 2010 y N° 438 del 29 de junio de 2010, que en conjunto establecen y regulan el acceso abierto (libre y gratuito) a la literatura científica, fomentando su libre disponibilidad en Internet y permitiendo a cualquier usuario su lectura, descarga, copia, impresión, distribución u otro uso legal de la misma, sin barrera financiera [de cualquier tipo]. De la misma manera, los editores no tendrán derecho a cobrar por la distribución del material. La única restricción sobre la distribución y reproducción es dar al autor el control moral sobre la integridad de su trabajo y el derecho a ser adecuadamente reconocido y citado.



#### EQUIPO EDITORIAL

- **Directora:**  
**Dra. Sandra Pérez Stocco**   
Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- **Editor:**  
**Mgtr. Germán Eduardo Herrera**   
Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- **Secretaria de Edición:**  
**Lic. Sonia Wilde**   
Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- **Secretario de Redacción:**  
**Lic. Javier Battaleme**   
Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- **Correctora:**  
**Mgtr. Eleonora Mamani**   
Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- **Diseño Gráfico:**  
**Lic. Clara Luz Muñoz**   
Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- **DG. Natalia Lucentini**   
Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- **Gestora de publicación virtual:**  
**Prof. Lorena Frascali Roux**   
Área de Revistas Científicas y Académicas (ARCA), Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.

#### COMITÉ EDITOR

- **Dr. Elías Gil**   
Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- **Mgtr. Fernando Oyarce Ortuya**   
Universidad Autónoma de Chile, Instituto Hábitat, República de Chile.
- **Mgtr. Alejandra Brunet**   
Universidad del Dominio Americano y Universidad Pedro Henríquez Ureña UNPHU, República Dominicana.
- **Esp. Lic. Carlos Bassan**   
Universidad Nacional de San Juan, República Argentina.
- **Mgtr. María Delia Soterias**   
Universidad Nacional de Chilecito, La Rioja, República Argentina.
- **Dr. Diego Navarro Drazich**   
Conicet, República Argentina.

#### CONSEJO ASESOR

- **Dra. Yolanda de la Fuente Robles**   
Universidad de Jaén, España.
- **Mgtr. Carlos Maillet Aranguiz**  
Director Nacional de Patrimonio Cultural de Chile. Universidad del Desarrollo, Escuela de Arquitectura, República de Chile.
- **Dra. Josefina Matas Musso**   
Universidad Católica Boliviana de La Paz, Estado Plurinacional de Bolivia.
- **Mgtr. Mariano Alguacil**  
Ministerio de Cultura y Turismo de la provincia de Mendoza, República Argentina.
- **Dr. Hernán Riquelme Brevis**   
Universidad Autónoma de Chile, República de Chile.

#### COMITÉ EVALUADOR

- **Dr. Roberto Moreno García**   
Universidad Autónoma de Chile, República de Chile.
- **Mgtr. Paula Luconi**   
Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- **Mgtr. Juan Pablo Aguilar**   
Universidad Nacional de Cuyo, CONICET, República Argentina.
- **Esp. Geog. Franco Bianco**   
Universidad Nacional de Cuyo, CONICET, República Argentina.
- **Ing. Osvaldo Mota**  
Universidad APEC, Instituto Tecnológico de Santo Domingo, República Dominicana.
- **Lic. Prof. Sebastián Herrera**   
Ministerio de Cultura y Turismo de la provincia de Mendoza, República Argentina.
- **Esp. Lic. Paola Miner**  
Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- **Dra. Esther Ruiz**   
Universidad Rey Juan Carlos, España.
- **Lic. Gilberto Soto**  
Universidad Pedro Henríquez Ureña, UNPHU, Santo Domingo, República Dominicana.
- **Mgtr. Gabriela Santibáñez**   
Universidad Nacional de Cuyo, Universidad de Congreso, Universidad de Mendoza, República Argentina.
- **Prof. Ivana Mellado**  
Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.







## Editorial

 **Germán Eduardo Herrera**

Editor

Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo

República Argentina

[gherrera@ffyl.uncu.edu.ar](mailto:gherrera@ffyl.uncu.edu.ar)

En el actual número de la Revista de Turismo e Identidad les ofrecemos cuatro artículos científicos, una nota de interés y una nota de la Dirección. El primero de los artículos nos propone una metodología para analizar las actitudes de los residentes locales, de la Comuna de Cochamó en Chile, en relación a los turistas. El segundo indaga acerca de cómo la actividad turística contribuye a la puesta en valor y a la revisibilización de una minoría étnica, los afroargentinos, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En el tercero, se reflexiona sobre cómo se construyen y tensionan los patrimonios - y la “voz experta”- desde las experiencias de turismo rural y comunitario, en las provincias argentinas de Santa Fe y Jujuy, en los años 2019 y 2020. El cuarto, a través de la revisión bibliográfica como base para métodos de estudios, formula tres aspectos fundamentales para evaluar el paisaje en el último siglo. La nota de interés nos muestra fundamentos teóricos y posibilidades para desarrollar el turismo creativo en la Argentina. En su nota, la directora de nuestra Revista, hace un repaso acerca de los que nos dejó el 2° Congreso Internacional de Investigación en Turismo e Identidad, realizado en un

contexto de pandemia y en modalidad virtual, en octubre de 2021, en la provincia de Mendoza, Argentina.

Los invitamos a recorrer nuestra Revista, destacando que su contenido ha sido evaluado a través de doble referato ciego a cargo de investigadores y profesionales residentes en la Argentina y en el exterior.

Agradezco, en nombre del Equipo Editorial, a todos los que han participado y apoyado la publicación del volumen 2 – número 2 de nuestra Revista.

## Editorial


In this current issue of the Journal of Tourism and Identity, you will find four scientific articles, an article of general interest and an article written by the director. The first article proposes a methodology to analyze the attitudes of local residents from the Commune of Cochamó in Chile in relation to tourists. The second one inquires about how tourists' activity contributes to the enhancement and re-making of an ethnic minority, the Afro-Argentines, in the Autonomous City of Buenos Aires. The third one reflects on how assets are made and highlighted- and the "expert's voice" - from the experiences of rural and community tourism in the Argentine provinces of Santa Fe and Jujuy in the years 2019 and 2020. The fourth, by conducting an abibliographic review as a basis for the study methods, formulates three fundamental aspects to evaluate the landscape in the last century. The article of- interest presents theoretical foundations and possibilities to develop creative tourism in Argentina. In her article, the director of our Journal shares what the 2nd International Congress on Research on Tourism and Identity left us, held in a context of pandemic and in a virtual mode, in October 2021, in the province from Mendoza, Argentina.

Do not miss our Magazine whose content has been evaluated through double blind referencing by researchers and professionals residing in Argentina and abroad.

I thank you all, on behalf of the Editorial Team, all those who have participated and supported the publication of volume 2 - number 2 of our Magazine.

# Índice

Editorial | *Editorial*

 **Germán Eduardo Herrera**.....9



Índice..... 12

**ARTÍCULOS** ..... 15

Las actitudes de los residentes hacia el turismo. Caso de estudio: comuna de Cochamó, Chile  
| *Residents 'attitudes towards tourism. Case study: commune of Cochamó, Chile*

 **Bastían Quinteros Sandoval** ..... 17



La visibilidad del legado patrimonial afro-argentino en la actividad turística de la Ciudad de Buenos Aires | *The visibility of the afro-argentine heritage legacy in the tourist activity of the City of Buenos Aires*

 **Roxana Laura Hruby** y  **Ricardo Cortes**..... 39

El patrimonio cultural en tiempos de turismo comunitario: relecturas, tensiones y reformulaciones | *Revisiting, tensions and reformulations over cultural Heritage in times of community based tourism*

 **Clara Elisa Mancini** y  **Cecilia V. Pérez Winter** ..... 67

Tres aspectos fundamentales para la evaluación del paisaje en el último siglo Revisión bibliográfica como base para métodos de estudio | *Three fundamental aspects for landscape assessment in the last century*

 **María Jesús Molina** y  **Jorge Moya**.....99

**NOTA DE INTERÉS** ..... 123

Turismo creativo: fundamentos y posibilidades de desarrollo en Argentina | *Creative tourism: foundations and development possibilities in Argentina*

 **Melina Noel Mansilla** ..... 125

**NOTA DE LA DIRECCIÓN** ..... 154

Lo que nos dejó el 2° Congreso Internacional de Investigación en Turismo e Identidad | *What the 2nd International Tourism and Identity Research Congress left us*

 **Sandra Pérez Stocco** ..... 156



# ARTÍCULOS





# Las actitudes de los residentes hacia el turismo. Caso de estudio: comuna de Cochamó, Chile

*Residents' attitudes towards tourism. Case study: commune of Cochamó, Chile*

 **Bastían Quinteros Sandoval**

Universidad de La Frontera  
Temuco, La Araucanía, Chile  
[bastianmquinteros@gmail.com](mailto:bastianmquinteros@gmail.com)

## RESUMEN

La planificación y gestión estratégica de la actividad turística debe considerar como eje central a los residentes y sus actitudes, quienes adquieren un rol central en el análisis de futuras políticas destinadas al mejoramiento del desarrollo turístico. Una actitud positiva al turismo permitiría que los residentes valoren esta actividad como un medio para lograr un desarrollo integral de su comunidad, mientras que una actitud negativa se puede transformar en un obstáculo para este. Este artículo analiza las actitudes de los residentes de la comuna de Cochamó hacia el turismo, para ello se diseñó una investigación de carácter cuantitativo donde se aplicó un cuestionario de escalas de actitudes tipo Likert. Los resultados arrojaron una poca sensibilidad de los residentes a los beneficios del turismo, expresando una actitud negativa hacia los impactos económicos, socio-culturales y medio ambientales.

**PALABRAS CLAVE:** turismo, actitud, residentes, planificación.

**ABSTRACT**

Strategic planning and management of tourism activity should consider residents and their attitudes as a central axis, since they play a central role in the analysis of future policies aimed at improving tourism development. A positive attitude towards tourism would allow residents to value this activity as a means to achieve the integral development of their community, while a negative attitude could become an obstacle to it. This article analyzes the attitudes of the residents of the commune of Cochamó towards tourism, for which a quantitative research was designed using a Likert-type attitude scale questionnaire. The results showed a low sensitivity of the residents to the benefits of tourism, expressing a negative attitude towards the economic, socio-cultural and environmental impacts.

**KEYWORDS:** tourism, attitude, residents, planning.

*Fecha recepción: 26 de octubre de 2021*

*Fecha aprobación: 2 de diciembre de 2021*

**Introducción**

El turismo es una actividad que ha evidenciado un impacto positivo sobre el crecimiento y desarrollo económico a pesar de su estacionalidad. El turismo crece, los visitantes viajan a los destinos, gastan una mayor cantidad de dinero, impactando en el crecimiento del PIB nacional y de los territorios (Brida, Rodríguez, & Mejía, 2021). Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018) el sector económico ha experimentado una continua expansión y diversificación transformándose en uno de los sectores de la economía de mayor envergadura a nivel mundial, expresándose en el aumento de los desplazamientos de turistas internacionales, de 25 millones en la década del 50 a 1.400 millones en el año 2018. En términos concretos la actividad turística ha generado un crecimiento económico del +3,6% del PIB mundial, ha significado un ingreso total de 1,7 billones de dólares en todo el mundo, y un 7% de las exportaciones mundiales. El aumento de estos flujos de turistas, la dependencia entre las economías y las sociedades del mundo, son parte del acelerado proceso de globalización. En este contexto, el turismo se

enmarca en el modelo capitalista, el que es capaz de transferir capitales de cualquier parte del mundo, obteniendo la máxima ganancia (Bravo, Aleman, & Perez, 2018).

En Chile las dinámicas globales son semejantes. Debido a su privilegiada variedad en recursos y atractivos naturales, y destinos turísticos de montaña, de naturaleza, cultura, urbanas, costeras, lacustres y fluviales se ha posicionado a nivel mundial en la Versión Sudamericana nº 27 de los World Travel Awards 2020 como el ganador del “Mejor destino 2020” y el ganador por seis años consecutivos del “Mejor destino turístico de turismo aventura 2020” (Chanquey, Lagos, & Llanco, 2021). Este posicionamiento nacional ha significado un aumento anual de los visitantes internacionales bordeando los 4,5 millones en el año 2019, aunque inferior al 2018 que bordeo los 5 millones de visitantes (Servicio Nacional de Turismo, 2020). Considerando el aporte del Turismo al Producto Interno Bruto ha experimentado diversos cambios pero manifiestan una continua expansión con respecto a otros sectores de la economía, representando un 4,1% del PIB movilizandolos 3.400 millones de dólares por año (Nogales, 2021).

La situación turística a nivel global-nacional ha evidenciado un crecimiento a lo largo de las últimas décadas, no obstante existen dificultades en los destinos turísticos locales chilenos para insertarse en el mercado local, nacional e internacional. Para afrontar aquello, la Subsecretaria de Turismo (2014a); creó la Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020 la que a realizando una serie de acciones que buscan garantizar la satisfacción de las necesidades de los turistas permitiendo incrementar su gasto y aumentar su estadía. Por otra parte, se crea el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable que ha buscado mejorar la competencia turística chilena desarrollando nuevas e innovadoras experiencias, incentivando el traslado de chilenos, captando un mayor valor por turista (Subturismo, 2014b).

La promulgación de estas políticas públicas significa un gran aporte y evidencian una creciente necesidad de mejorar la industria turística. En este

contexto, se ha puesto en relevancia (de manera paralela a las políticas nacionales) considerar la actitud de los residentes dentro de un modelo turístico para así planificar, gestionar y diseñar las actividades turísticas logrando un desarrollo local. Marrero (2006) advierte la existencia de una perspectiva negativa acerca del turismo en los 80 que dificultaba el desarrollo de la actividad. Las miradas analizaban los impactos negativos provocados por el turismo en los territorios que llevaban a actitudes y comportamientos de rechazo por parte de la población residente.

A partir de esto, en este estudio, se analizarán las actitudes de los residentes de la comuna de Cochamó hacia el turismo considerando los impactos percibidos por estos en el ámbito económico, sociocultural y medioambiental. Este estudio contribuirá a futuras investigaciones sobre una temática no explorada en Chile, de hecho, no existe un estudio de tales características en revistas científicas nacionales. Por último, esta investigación contribuirá al apoyo a la institucional pública que desee implementar un modelo turístico basado en los residentes. En cuanto al área de estudio, se localiza en la Comuna de Cochamó, un área rural, ubicada en la Región de Los Lagos, Provincia de Llanquihue, Chile, que posee una gran potencialidad turística con diversos atractivos/recursos naturales como el Volcán Yates, Valle de Río Puelo, Termas de Sotomo, Lago Tagua-Tagua, Segundo Corral, entre otros (Subturismo, 2020).

### **Las actitudes**

La actitud surge como un elemento relevante para la comprensión de la conducta social de las personas, ya que permite adquirir nuevos conocimientos en base a la información recibida por el sujeto, y además conocer las funciones de las personas a la hora de buscar, procesar y responder información referente al contexto como también a la experiencia personal (Briñol, Falces, y Becerra, 2007). En general las actitudes expresan y reflejan una serie de valoraciones con respecto a algo o alguien, transformándose en una evaluación que puede ser de agrado o desagrado.

Debido a esto, las actitudes cumplen un rol importante tanto en la forma en que pensamos como en el comportamiento de la sociedad, sin duda que conociendo aquellos pensamientos ayudará a predecir conductas futuras (Palacios, 2011).

La definición tradicional elaborada por Allport (citado de Rodríguez, 2000), establece que la actitud es un estado nervioso y mental organizado por medio de la experiencia que afecta de una manera dinámica y directa la respuesta que un individuo da a un objeto o situación. De esta definición, se desprende una organización o estructura interna del individuo, conformada en base a tres componentes denominándose como modelo tripartito; un componente afectivo, uno cognitivo y uno conductual (Rodríguez, 1995). El componente afectivo está relacionado a los sentimientos, estados de humor y emociones con afinidades hacia el objeto de la actitud, donde se pueden observar cambios fisiológicos dependiendo de la actitud que se tiene con respecto a un objeto o fenómeno. El componente cognitivo se relaciona a las “creencias”, ideas o pensamientos acerca de un objeto o fenómeno de actitud, estas creencias expresan al igual que el componente afectivo evaluaciones positivas, negativas o neutras a diferentes intensidades. El último de los componentes es el conductual entendido como las acciones que se llevan a cabo o las intenciones de hacerlas por una persona hacia el objeto de actitud, como dice Palacios “no es necesario mostrar un comportamiento determinado para expresar la actitud sino que con la intención de hacerlo es suficiente” (Palacios, 2011).

### **La actitud en el turismo**

El turismo ha ido generando diversas posibilidades económicas como también nuevas actividades de ocio en los distintos destinos turísticos que optan por implementar un modelo de desarrollo turístico. La práctica turística se asocia a una mejor calidad de vida para los residentes, no obstante, esta idea no es generalizada ya que existen diversos grupos de residentes que aceptan la actividad turística dependiendo de la intensidad

del modelo turístico, en este sentido, los residentes pueden experimentar pérdida de control sobre su comunidad aumentando la sensación de rechazo hacia y sobre el turismo, traduciéndose en un sentimiento extraño en su territorio (Díaz y Gutiérrez, 2010).

Los estudios sobre turismo han incorporado progresivamente la importancia de la población residente en la ejecución de planificaciones turísticas. El apoyo de los residentes parece una cuestión crucial, destacando la hospitalidad como un factor de éxito en la industria turística. Gursoy (citado en Royo y Ruiz, 2009) destaca la importancia de la actitud de los residentes ante el turismo. Para Gursoy debe existir una armonía entre los residentes y las autoridades encargadas de la planificación del desarrollo turístico para ofrecer un turismo de calidad. Royo y Ruiz (2009) advierten que para lograr que la población local se incorpore a las políticas turísticas es necesario que estos tengan una actitud positiva al turismo lo cual signifique que perciban la industria turística como beneficiosa ya sea para la economía local como para el bienestar de sus habitantes. Por el contrario, cuando las actitudes son negativas se corre el riesgo de que las conductas de los residentes se transformen en un obstáculo para el turismo y los turistas (Monterrubio, Mendoza, y Huitrón, 2012). Pearce (citado en Gutiérrez y Díaz, 2010) señala que al no existir un apoyo del residente este mostrará una actitud negativa hacia el turismo y el turista, lo que se traducirá en una indisposición a trabajar en la industria turística, generando pocas iniciativas emprendedoras e innovadoras que llevarán a una interacción entre residente y turista negativa. De este modo las actitudes antiturismo pueden ser detonadas por cambios en el uso de suelo, pérdida tierra de cultivo, problemas ambientales, proliferación de fosas sépticas, congestión vehicular e inmigración, en definitiva, todo aquello que los residentes perciben como amenaza a su estilo de vida (Mendoza, Rodríguez, y Enciso, 2013).

El método más utilizado para analizar las actitudes en el turismo es bajo el alero de la “teoría del intercambio social” (Rodrigues, Feder, y Fratucci,

2015). Según San Martín (2003) en la teoría del intercambio social, las personas se relacionan en base a los mismos principios que regulan el mercado económico, es decir, bajo la estrategia minimax, minimización de costes y maximización de los beneficios. En el turismo la teoría del intercambio social plantea que tanto turistas como residentes intentan obtener la máxima cantidad de beneficios en el encuentro. Este beneficio para el turista significa una experiencia en el destino turístico mientras que para el residente se trataría de una ganancia económica, cuando esto ocurre se genera una situación de intercambios entre turistas y residentes que genera beneficios para ambas partes. A medida que los beneficios sean mayores, más positiva será la actitud. Pero este intercambio no solo genera beneficios para el residente sino también costos asociados; problemas de hacinamiento, subida de precios, pérdida del lugar de residencia, entre otros. Cuando estos costos comienzan a sobrepasar los beneficios, las actitudes de los residentes comienzan a ser negativas. En definitiva, la percepción de costos y beneficios por parte de los residentes de una comunidad determinaran que actitud poseen estos (Cardona & Dolores, 2017).

Los estudios sobre actitud han llegado a un consenso advirtiendo que la actitud del residente está influida por tres impactos-dimensiones de tipo económico, sociocultural y medioambiental (Balbuena, 2014) en algunos casos separando los sociales con los culturales (Gutierrez, 2008). Estos impactos o dimensiones afectan de formas diferentes según grupo o segmento de la población, es decir, los intereses de cada grupo serán distintos hacia el turismo dependiendo de los impactos percibidos (Díaz y Gutiérrez, 2010).

La “dimensión económica” es la principal causante de actitudes positivas para los residentes, aunque no es generalizable a toda la población, por el contrario, se observan dos visiones un pro-desarrollo y otra en contra, por tanto, si se lleva adelante un turismo desmesurado, no planificado y de baja calidad los costos económicos superaran a los beneficios generando una



actitud negativa por parte de los residentes. La “dimensión ambiental” al igual que la dimensión económica tiene una doble vertiente, por una parte, el turismo puede significar la protección de los recursos naturales y por el contrario si un modelo turístico no es controlado, no existe una preocupación por parte de la institucionalidad (turismo no planificado), un turismo orientado a determinados objetivos individuales y no colectivos las actitudes al turismo son negativas. Por su parte la “dimensión sociocultural” se relaciona a la interacción entre residente y turista que puede afectar la vida cotidiana de los residentes creándose nuevas oportunidades sociales y culturales, pero por otro lado esta interrelación puede significar sensaciones de agobio, congestión y presión lo que se traducirá en una pérdida o amenaza de la identidad y realidad social (Díaz y Gutiérrez, 2010).

### **Metodología**

En cuanto al diseño de la investigación este es de carácter cuantitativo. Como objetivo de investigación se planteo analizar las actitudes de los residentes de la comuna de Cochamó hacia el turismo considerando los impactos percibidos por estos en el ámbito económico, sociocultural y medioambiental. Para ello se utiliza como instrumento un cuestionario de escala de actitudes que busca reunir información en base a cuatro ejes, utilizando preguntas tipo Likert, siendo las que entregan una mayor calidad en los datos (precisión, oportunidad, accesibilidad, interpretabilidad y coherencia) (Matas, 2018). El primer ítem está focalizado en conocer el perfil del encuestado (nombre encuestado, sexo, edad, lugar de nacimiento, residencia permanente, actividad que desempeña, lugar de trabajo y nivel educacional), y los otros tres ejes encargados de medir las actitudes en concordancia con los impactos percibidos por los residentes fundamentalmente en tres dimensiones; económico donde se consulta sobre el impacto del turismo en la economía de la comuna, lo social-cultural relacionada a la nueva comprensión de la cultura por la visita de turistas y

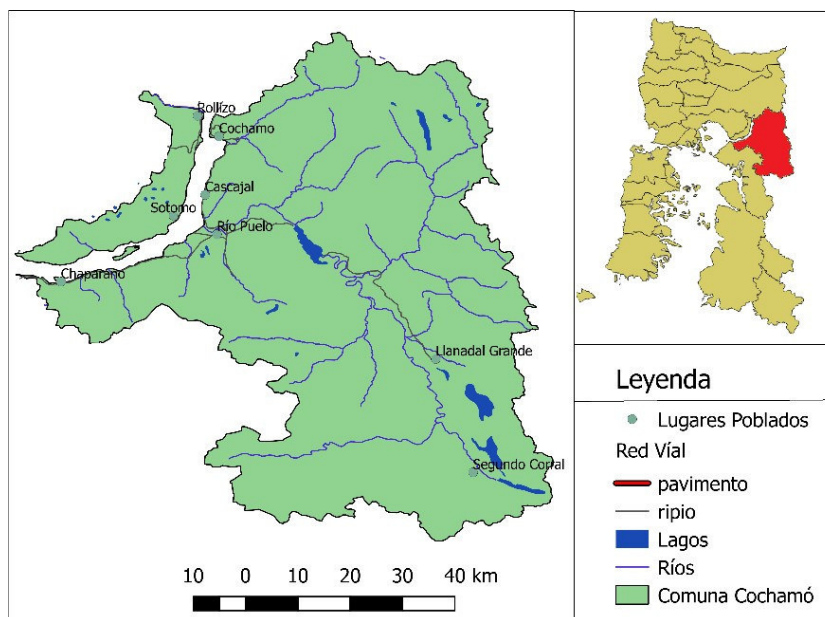
tercero sobre el impacto medioambiental de la actividad turística en el territorio. Para ello el cuestionario se estructura con 5 posibles respuestas, desde muy en desacuerdo con la preposición a muy de acuerdo.

El muestreo fue probabilístico estratificado, es decir, la población comunal se dividió en grupos en función de su localización geográfica, particularmente la población se subdividió según los distritos censales. La población total de la comuna es de 4.363, apartando a aquellos menores de 18 años el universo se define en un total de 3.080. Aplicando los valores estadísticos; un 7% en el porcentaje de error, un 90% en el nivel de confianza, y una distribución de la respuesta del 50%, el tamaño de la muestra resulta de 133 residentes.

Los datos obtenidos del cuestionario fueron sistematizados con el software SPSS. Este software permite realizar cálculos exactos, utilizar una gran cantidad de datos incluyendo diversas variables además de utilizar tareas mecánicas de cálculos significando una interpretación y análisis de resultado crítico (Rivadeneira, De-La-Hoz, & Barrera, 2020). Respecto a esta investigación, en primera instancia se realiza un análisis psicométrico para verificar la medición de la escala eliminando aquellos ítems que no representan una diferencia significativa, se verifica cada constructo por medio de Alfa de Cronbach para estimar la fiabilidad del instrumento esperando que cada constructo mida lo mismo. Para el análisis de los resultados se llevó a cabo un análisis descriptivo en base a los 4 ítems consultados, utilizando un análisis de frecuencia.

### **Turismo en Cochamó**

**Mapa 1. Localización geográfica unidad de estudio. Comuna de Cochamó, Región de los Lagos**



**Fuente: Elaboración propia**

La comuna de Cochamó se ubica en la décima región de los Lagos, provincia de Llanquihue, según el INE posee una población estimada de 4.023 habitantes en el año 2017, de las cuales 2.195 corresponden hombres y 1.828 a mujeres (Biblioteca del Congreso Nacional, 2021). Según el Plan de Desarrollo Comunal (2012-2020), la comuna posee una gran potencialidad natural, ideal para desarrollar turismo de intereses especiales. En cuanto a los establecimientos de alojamiento turísticos existe 1 hotel, 4 residenciales, 5 lodge, 24 casas familiares, 14 cabañas y 20 campings. Respecto a los servicios de excursión son 33 oferentes de los cuales el 30% son formales. Respecto a los productos y subproductos turísticos existen asociados a montaña (escalada en roca, canyoning, rapeling, alta montaña y trekking), a termas (Sotomo y del Sol), a pesca recreativa (Fly Fishing), a observación de

flora y fauna (cabalgata, senderismo, avistamiento de aves, canopy) y de turismo náutico (rafting y Kayaking). La actividad se considera como un potencial futuro ya que se encuentra en una incipiente explotación debido a la ausencia de infraestructura y productos turísticos de intereses especiales que permitan desarrollar y aprovechar las ventajas naturales competitivas de la comuna (Muñoz, y otros, 2015).

En cuanto a la oferta turística, considerando el alojamiento, alimentación, excursiones y equipamientos, la comuna no cuenta con los elementos básicos para ofrecer calidad en el servicio turístico. Dentro de los servicios turísticos presentes en la comuna se destacan 48 registrados en Sernatur, de los cuales 6 cuentan con sello rojo de protocolo sanitario covid-19, y con sello de calidad turística, y sello de sustentabilidad turística 0 (Sernatur, 2021).

### **Perfil del encuestado**

De las personas encuestadas el 45,9% de ellos corresponden al sexo masculino y el 54,1% corresponde al sexo femenino. Las edades de los encuestados van desde los 18 a los 77 años con una media de 41,62. En cuanto al origen de los residentes se advierte que el 57,9% de estos nació en Puerto Montt siendo la capital regional de Los Lagos, el 14,3% nació en Puelo correspondiendo principalmente a gente adulta, mientras que un 4,5% de los encuestados declara haber nacido en la comuna. El resto de los encuestados, un 23,3% declara tener un origen en otras ciudades del país, desde Santiago, Temuco, Concepción Ovalle, Los Ángeles, Osorno, entre otros. En cuanto a las actividades económicas, una parte importante de los encuestados declaran informalmente trabajar la tierra en invernaderos o huertos y además de la crianza de animales como ovejas y gallinas, aunque apuntan que realizan estas actividades complementariamente a otras. En específico el 38,3% de los encuestados corresponde principalmente a Dueñas de Casa, Estudiantes, Cesantes y Jubilado. Un 29,3% trabaja en actividades comerciales; entre ellas, actividades turísticas como cabañas, hospedaje, guía de turismo, entre otros, y venta de productos como; comida, vendedor

de mini Marquet o quioscos. Un 16,5% de los encuestados se dedican al servicio público. Por último, un 15,8% se dedican a las actividades Silvoagropecuarias, en el caso del mar, la miticultura, es decir, al cultivo de la especie *Mytilus chilensis* o chorito, que en este último tiempo se ha masificado e intensificado por las enormes ganancias que esta ha tenido para los productores locales.

En cuanto al nivel educacional el 47,4%, es decir, la mayor parte de los encuestados declara tener estudios hasta la enseñanza media, mientras que un 16,5% declara tener enseñanza básica. En cuanto a los estudios profesionales un 8,3% declara poseer un título de técnico profesional mientras que un 27% posee estudios Universitarios.

## Resultados

En el siguiente apartado se entregan los resultados sistematizados de la encuesta considerando una tabla de frecuencia:

**Cuadro nº1: Grupo de residentes y su actitud al turismo: Dimensión económica**

Grupos	Frecuencia	%	%Válido	% Acumulado
Grupo 1: Actitud negativa al turismo	37	27,8	27,8	27,8
Grupo 2: Actitud medianamente negativa al turismo	33	24,8	24,8	52,6
Grupo 3: Actitud medianamente positiva al Turismo	39	29,3	29,3	82,0
Grupo 4: Actitud positiva al turismo	24	18,0	18,0	100,0
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Fuente: Elaboración propia*

**Cuadro nº2: Grupo de residentes y su actitud al turismo: Dimensión socio-cultural**

Grupos	Frecuencia	%	%Válido	% Acumulado
Grupo 1: Actitud negativa al turismo	28	21,1	21,1	21,1
Grupo 2: Actitud medianamente negativa al turismo.	43	32,3	32,3	53,4
Grupo 3: Actitud medianamente positiva al turismo	39	29,3	29,3	82,7
Grupo 4: Actitud positiva al turismo	23	17,3	17,3	100,0
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Fuente: Elaboración propia*

**Cuadro n°3: Grupo de residentes y su actitud al turismo: Dimensión medioambiental**

Grupos	Frecuencia	%	% Válido	% Acumulado
Grupo 1: Actitud negativa al turismo	41	30,8	30,8	30,8
Grupo 2: Actitud medianamente negativa al turismo	34	25,6	25,6	56,4
Grupo 3: Actitud medianamente positiva al turismo	30	22,6	22,6	78,9
Grupo 4: Actitud positiva al turismo	28	21,1	21,1	100,0
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Fuente: Elaboración propia*

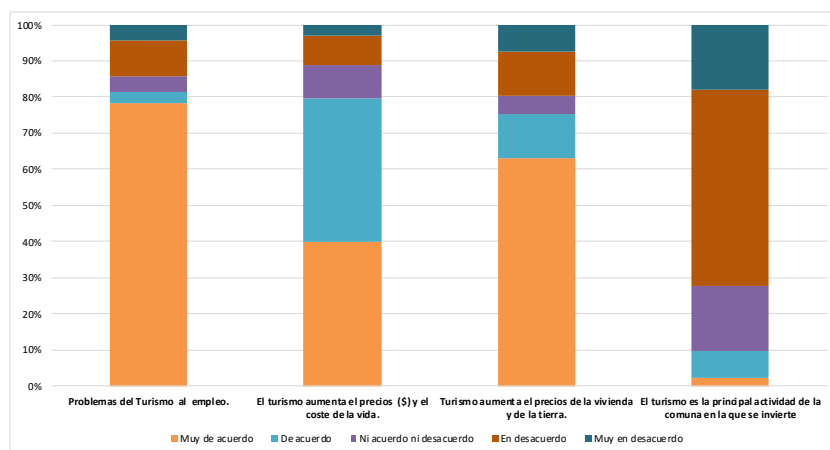
En relación a los datos es posible establecer que, en cada una de las dimensiones económicas, socio-culturales y medioambientales la mayor parte de los residentes muestreados de la comuna, arrojan no tener una actitud positiva, por lo cual no se muestran dispuestos a realizar o trabajar en actividades ligadas al turismo.

En el ámbito económico la mayor parte de los encuestados advierte no tener una actitud positiva en torno a las actividades económicas, con un 52,6% de los residentes muestreados. En el ámbito socio-cultural existe un grupo importante de personas que creen que el turismo no ha servido para mejorar las condiciones socio-culturales de la comuna, es por ello que un 53,3% de los residentes, es decir, más de la mitad de ellos poseen una actitud negativa hacia el turismo en esta dimensión. En el ámbito socio-cultural se observa esta misma realidad, donde un 56,4% de los residentes muestreados afirma tener una actitud negativa al turismo, los que creen que el turismo no genera mejores condiciones medioambientales y que tampoco es una actividad menos contaminante que otras.

**Los impactos percibidos por los residentes de la comuna de Cochamó**

Los impactos percibidos por la población residente, permite analizar cuales son las actitudes hacia el turismo, ya sean positivas o negativas. A continuación se entrega la sistematización considerando ciertas respuestas a distintas afirmaciones considerando los 3 ámbitos/impactos de análisis.

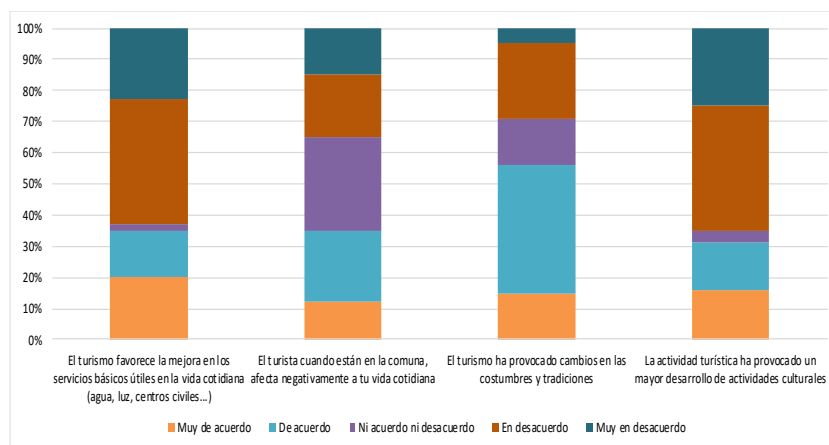
**Grafico n°1. Distribución de respuesta por dimensión económica**



**Fuente: Elaboración propia**

En relación a los impactos económicos percibidos por los residentes de la comuna, se advierte la poca sensibilidad a los beneficios económicos que ha generado la actividad turística en el territorio. Se evidencian problemas en los empleos, en el aumento de los precios en los minimarket y en los costos de la vida, en el aumento sostenido de los precios de vivienda y terrenos, además de considerar que el turismo no es la principal actividad que se invierte en la comuna. Sánchez y Moral (2019) advierten que uno de los grandes problemas del turismo es su estacionalidad, desarrollándose principalmente en época estival. En este sentido, los residentes de la comuna ven como en época invernal se deja de percibir recursos económicos significativos generando problemas en la calidad y regularidad del empleo, por otra parte, el turismo no es la única actividad económica de la comuna, existe un fuerte desarrollo de la miticultura que genera empleo gran parte del año, preparando las faenas con la elaboración de colectores, en las siembras de choritos, la mantención y seguridad de las plantas, la cosecha y finalmente en la entrega del producto a los clientes (Muñoz, y otros, 2015).

**Grafico nº2. Distribución de respuesta por dimensión socio-cultural**

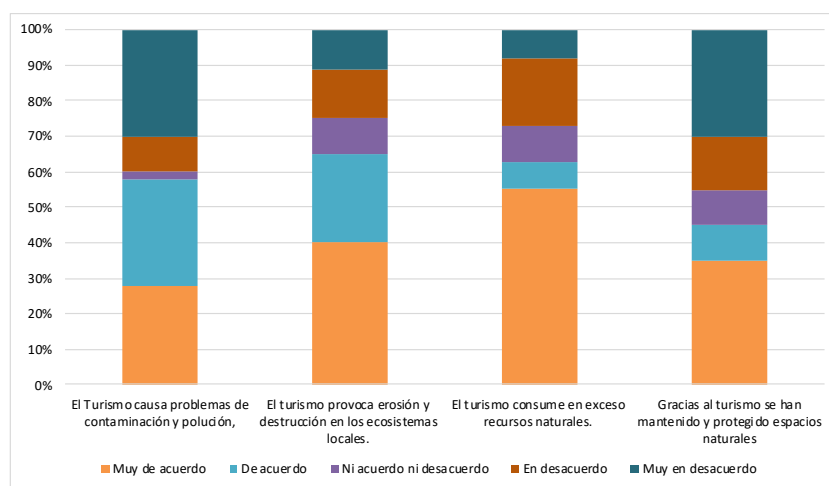


**Fuente: Elaboración propia**



Los residentes manifiestan importantes costos socioculturales vinculados a la relación directa con los turistas. Estos advierten que el turismo no ha favorecido la mejora en los servicios básicos como la electricidad, el agua potable, entre otros. Del mismo modo, el turismo ha afectado negativamente la vida cotidiana de los habitantes percibiendo un temor a hechos delictuales, y además a provocando cambios en las costumbres y tradiciones propias de la comunidad. Ruiz (2017) advierte que los visitantes al tener formas de vida diferentes a las de acogida, trastocan su estructura cultural perdiendo identidad, afectando de forma intangible a las comunidades. Sánchez y Moral (2019) por otra parte, advierten que debido a la relación entre turista y residente se pueden presentar conflictos delictivos, y cambios en las tradiciones locales y comunales. En el caso de la comuna de Cochamó, estos costos han sido fuertemente sensibilizados por los habitantes, generado actitudes de rechazo.

**Grafico nº3. Distribución de respuesta por dimensión Medioambiental**



**Fuente: Elaboración propia**

Los resultados asociados a la dimensión medioambiental reflejan las tendencias de esta área de estudio e investigación. El turismo sostenible es

considerado una base sólida para minimizar los impactos sobre el medioambiente, dar un uso adecuado a los recursos naturales, conservando la diversidad biológica (Amador, 2021). En el caso de esta investigación, los residentes declaran que estos elementos se han visto modificados por la actividad turística. El turismo ha generado en el territorio problemas de contaminación, ha provocado erosión y ha destruido ecosistemas, consumiendo en exceso los recursos naturales, perdido estos espacios.

Los residentes han ido observando los distintos costos asociados al turismo no planificado, que ha generado problemas en su entorno natural, con acumulaciones de basura, y con grandes problemas en las cuencas hídricas fuertemente explotadas por la pesca deportiva y con mosca. El afloramiento del *Didymosphenia geminata* o *Didymo* en el año 2010 en la Patagonia chilena y argentina, presente en la cuenca del Río Puelo, ha estimulado una percepción de vulnerabilidad ambiental en el territorio, sobre todo considerando el impacto visual de los sitios donde florecen las algas y también por la retención de sedimentos que produce esta, alternando la hidrodinámica de los cursos de agua (Betancurt, Baffico, & Beamud, 2017).

El estudio realizado en esta comuna es muy singular y relevante debido a los resultados negativos que se han obtenidos. En otros contextos, se ha llegado a un resultado positivo entorno a la actitud de los residentes sobre la actividad turística, donde los beneficios superan a los costos, acentuando la importancia de la industria para la economía de las comunidades, la creación de empleo, la comprensión de nuevas culturas y la creación de nuevas actividades culturales, además de considerar que el turismo es una actividad que protege fuertemente el medioambiente (Huete, 2010). No obstante, la realidad en esta comuna es distinta, donde la mayor parte de los residentes han sido poco sensibilizados con los beneficios de la actividad turística.

## Reflexiones finales

El impacto que perciben estos residentes no es favorable para el desarrollo turístico, de hecho, en ninguno de las dimensiones existía una población dominante a favor del desarrollo turístico o con una actitud positiva hacia este. Con una actitud negativa frente al turismo se corre el riesgo que frente a iniciativas turísticas importantes los residentes en su mayoría no apoyen estas y se generen problemas en la llegada de los turistas retrasando el desarrollo turístico de la comunidad. Para ello hay que centrar la atención en el tipo desarrollo que se desea llevar adelante por los municipios, basado en un desarrollo local endógeno, es decir, que beneficie a los residentes que han vivido por años en la comunidad, o por un desarrollo local exógeno, es decir, con una fuerte inversión externa para potenciar los recursos de la comuna. Para ello, es la propia institucionalidad pública la encargada de la planificación y de establecer los mecanismos de participación e incentivo ciudadano si desea que sean los propios residentes los encargados de llevar adelante el desarrollo turístico (Helmsing & Ellinger, 2010)

El apoyo del residente es crucial ya que son ellos los que aprueban a que su territorio sea un destino turístico, de lo contrario, no se llevará exitosamente un proyecto turístico generando conflictos de opiniones e intereses. Los residentes pueden ser más hospitalarios, amables, entregar una calidez humana y confianza fomentando lazos emocionales con los visitantes y turistas, pero para ello deben tener una actitud positiva (García, Solís, & Hernández, 2019). En definitiva, los residentes deben evaluar los costos y beneficios del turismo para la comunidad, si estos son negativos, se debe planificar para lograr modificar los distintos focos de información por la que se están constituyendo las actitudes (Palacios, 2011).

A continuación, se mencionan algunos elementos claves a considerar por parte de la institucionalidad pública para mejorar la actividad turística en este territorio en base a cada eje que componen las actitudes y los impactos percibidos en las 3 dimensiones:

**Cuadro nº4: Elementos a considerar en base a las actitudes y los impactos percibidos**

Dimensión/Actitud	Cognitivo	Afectivo	Conductual
Económico Social-Cultural Medioambiental	Acciones vinculadas a reflexionar sobre lo positivo que lleva el turismo al desarrollo económico, sociocultural y medioambiental de la comunidad, o como sacar provecho con estas actividades turística en estos ámbitos	Reflexiones sobre experiencias vinculadas a lo positivo del turismo en otros contextos territoriales similares.	Visita directa a emprendedores turísticos tanto a conocer la gerencia turística, así como la experiencia del servicio local en ámbitos económicos, socioculturales y ambientales.
Responsable	La educación primaria, secundaria y continua.	Rol de la Municipalidad en generar estas reflexiones.	Rol de la superestructura turística, municipalidad, agrupaciones turísticas, emprendedores.
Objetivo	Aumentar la actitud positiva hacia el turismo desde el conocimiento.	Aumentar la actitud positiva hacia el turismo desde la experiencia de otros locales/nacionales.	Aumentar la actitud positiva al turismo desde la experiencia y visita directa de emprendimientos locales.

*Fuente: Elaboración Propia*

## Bibliografía y referencias

Amador, C. (2021). Dimensiones del Turismo Sostenible. Vida Científica Boletín Científico de la Escuela Preparatoria, Vol. 18(Nº 9), 33-34.

- Balbuena, A. (2014). La actitud del residente ante los impactos del turismo. El caso de Benalmádena. Universidad de Málaga.
- Betancourt, R., Baffico, G., & Beamud, G. (2017). Alga Didymo. Una Pequeña Gran Invasora. Desde la Patagonia Difundiendo Saberes, Vil. 14(Nº 23), 28-34.
- Biblioteca del Congreso Nacional. (2021). Indicadores demográficos. Obtenido de BCN:[https://www.bcn.cl/siit/reportescomunales/comunas\\_v.html?anno=2021&idcom=10103](https://www.bcn.cl/siit/reportescomunales/comunas_v.html?anno=2021&idcom=10103).
- Bravo, L., Alemán, A., & Pérez, M. (2018). La Actividad Turística en el Ecuador: ¿Turismo consciente o turismo tradicional? Revista ECA Sinergia. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas U.T.M, Vol. 9(Nº 1), 97-108.
- Brida, J., Rodríguez, M., & Mejía, M. (2021). La contribución del turismo al crecimiento económico de la ciudad de Medellín – Colombia. Revista de Economía del Rosario, Vol. 24(Nº1), 1-23.
- Briñol, P. Falces, C. y Becerra, A. (2007). Actitudes. JF Morales, C. Huici, M. Moya, E. Gaviria (EDITORES). Psicología Social, Madrid: McGraw-Hill, págs. 457-490.
- Cardona, J., & Dolores, M. (2017). Efecto de la preocupación por el medioambiente en las actitudes de los residentes hacia el turismo y su desarrollo futuro. Management Review, Vol. 2(Nº 1), 1-11.
- Chanquey, Y., Lagos, N., & Llanco, C. (2021). Análisis del crecimiento económico en función del turismo en Chile, periodo 2000-2018. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo, Vol. 17(Nº 1), Pág. 34-46.
- Díaz, R y Gutiérrez, D. (2010). La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 8 (4), p. 431- 444.
- Servicio Nacional de Turismo. (2020). El año 2019 cerró con la llegada a Chile de 4.517.962 turistas extranjeros. Obtenido de <https://www.sernatur.cl/el-ano-2019-cerro-con-la-llegada-a-chile-de-4-517-962-turistas-extranjeros/>
- García, S., Solís, M., & Hernández, L. (2019). La importancia de la actitud del residente en la experiencia del turista. Memorias del Congreso Internacional de Investigación Academia Journals Celaya. Vol. 11 Nº. 9, págs. 1282-1287. Guanajuato: Academia Journals.
- Gutierrez, D. (2008). Las actitudes de los residentes ante el turismo. Universidad Laguna, España.
- Helmsing, B y Ellinger, P. (2010). La economía política institucional del desarrollo local: dos cuentos de turismo en Brasil. EURE (Santiago), 37 (110) p. 31-57.
- Huete, R. (2010). Opiniones y actitudes ante el turismo residencial en el sur de la comunidad valenciana. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, (8) p. 445-461.
- Sánchez, M., & Moral. (2019). Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales. Revista Espacios, 3.
- Marrero, R. (2006). El discurso de rechazo al turismo en Canarias: una aproximación cualitativa. Turismo y Patrimonio Cultural, (4) 327-341.

- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, Vol. 20(Nº 1), 38-47.
- Mendoza, M. Rodríguez, G y Enciso, M. (2013). Actitud de la comunidad local como factor de éxito de un proyecto turístico. *Revista de Cultura y Turismo* (14) p. 4-30.
- Monterrubio, J. Mendoza, M. y Huitrón, T. (2012). Percepciones de la comunidad local sobre los impactos sociales del "spring break" en Acapulco, México. *El Periplo Sustentable*, (24) p. 41-65.
- Municipalidad de Cochamó. (2012). Plan de Desarrollo Comunal 2012-2020. Cochamó: Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo.
- Muñoz, A., Moller, P., Santander, R., Barrientos, M., Muñoz, M., Cuevas, C., González, M. (2015). Confección de un estudio de caracterización y guía de manejo para terreno fiscal con alto valor biodiversidad a ejecutarse en el sector fundo Rehuelhue de la Comuna de Cochamó, Provincia de Llanquihue, Región de Los Lagos. Ministerio de Bienes Nacionales, Unidad de Patrimonio y Transporte. Valdivia: Centro de Estudios Agrarios y Ambientales, CEA.
- Nogales, D. (2 de julio de 2021). El turismo puede costarle más de US\$ 4 billones al PIB global y Chile tardaría hasta tres años en volver a la normalidad. *La Tercera*.
- Organización Mundial del Turismo. (2018). Panorama del Turismo Mundial. OMT.
- Oyarzún, E. (2004) Plan de Desarrollo Turístico Comuna de Cochamó. Universidad Austral de Chile, Valdivia, Chile.
- Palacios, M. (2011). Actitudes: Estructura y Funciones. Ediciones Pirámide.
- Rivadeneira, J., De-La-Hoz, A., & Barrera, M. (2020). Análisis general del spss y su utilidad en la estadística. *Journal Of Business Sciences*, Vol. 4(Nº 2), 17-25.
- Rodrigues, A. (1995). *Psicología Social*. Ediciones Trillas.
- Rodrigues, S. Feder, V. y Fratucci, A. (2015). Impactos percibidos del turismo: Un estudio comparativo con residentes y trabajadores del sector en Rio de Janeiro Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24 (1) p. 115-134.
- Rodríguez, I. (2000). Génesis y evolución de las actitudes ante la muerte en la infancia. *Cuadernos de bioética*, 11 (41) p. 113-118.
- Royo, M. y Ruiz, M. (2009). Actitud del Residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el visitante en el turismo y excursionismo rural-cultural. *Cuadernos de Turismo*, (23) 217-236.
- Ruiz, C. (2017). Percepción de la problemática asociada al turismo y el interés por participar de la población: caso Puerto Vallarta. *El Periplo Sustentable* (Nº 33), 251-290.
- San Martín, J (2003). Relaciones Intercomunales en el contexto turístico. *Boletín de Psicología*, (77) p. 19-38.

Servicio Nacional de Turismo. (18 de noviembre de 2021). Servicios Turísticos. Obtenido de [https://serviciosturisticos.sernatur.cl/nueva\\_busqueda.php?page=1&tipo\\_servicio=0&clase\\_servicio=0&region=10&comuna=1013&sellos=s&nombre=](https://serviciosturisticos.sernatur.cl/nueva_busqueda.php?page=1&tipo_servicio=0&clase_servicio=0&region=10&comuna=1013&sellos=s&nombre=)

Subsecretaría de Turismo (2014) Estrategia Nacional de Turismo 2012-2016. Chile: Gobierno de Chile.

Subsecretaría de Turismo (2014) Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable, Chile: Ministerio de Economía Fomento y de Turismo.

Subsecretaría de Turismo. (2020). Ficha de Solicitud Declaración Zona de Interés Turístico (ZOIT) “Río Puelo, Cochamó y Hualaihué”. Declaración ZOIT.

# La visibilidad del legado patrimonial Afro-argentino en la actividad turística de la Ciudad de Buenos Aires

*The visibility of the Afro-argentine heritage legacy in the tourist activity of the City of Buenos Aires*

 **Roxana Laura Hruby**

Universidad Nacional de San Martín, Escuela de Economía y Negocios  
Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo. Buenos Aires, Argentina  
[rhruby@unsam.edu.ar](mailto:rhruby@unsam.edu.ar)

 **Ricardo Cortes**

Universidad Nacional de San Martín, Escuela de Economía y Negocios  
Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo. Buenos Aires, Argentina  
[rcortes@unsam.edu.ar](mailto:rcortes@unsam.edu.ar)

## RESUMEN

Uno de los mitos de origen de nuestra República, iniciado a fines del siglo XIX y fundamentado desde la hegemonía estatal en la noción del “crisol de razas” europea (Golay, 2013) ha servido durante más de un siglo, como mecanismo funcional de blanqueamiento. A través de prácticas de exclusión y de negación, se logró la sistemática invisibilización de los afrodescendientes argentinos. (Tamagno y Maffia, 2011).

Sin embargo, en las últimas dos décadas se ha iniciado una profunda revisión respecto de la permanencia de este colectivo (Candiotti, 2017; 2021),



especialmente en relación a la noción fuertemente instalada de que “en Argentina no hay negros”. Desde esta perspectiva, el objetivo de este trabajo es indagar cómo la actividad turística contribuye a la puesta en valor y activación positiva del patrimonio (Arévalo, 2010) y al reconocimiento de atractivos turísticos afroargentinos; analizando cómo esta práctica ha favorecido la revisibilización de esta minoría étnica en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

El abordaje reviste un enfoque teórico y es el resultado de la problematización de las temáticas expuestas. A partir del análisis de la literatura y de datos de la diáspora, se busca constatar el avance observado en relación al reconocimiento y apropiación de los recursos turísticos afroargentinos presentes en la CABA.

**PALABRAS CLAVE:** Afroargentinos, revisibilización, patrimonio turístico, Buenos Aires.

#### ABSTRACT

The “initial myth” of our Republic, which began at the end of the 19th century and was based on the European notion of “melting pot” by State Hegemony (Golay, 2013), has been one of the whitening mechanisms. Through practices of exclusion and denial, the systematic invisibility of Argentine Afro-descendants was achieved (Tamagno and Maffia, 2011).

However, in the last two decades a thorough revision has been initiated regarding the permanence of this group (Candioti, 2017; 2021) especially in relation to the strongly established notion that “there are no black people in Argentina”. From this perspective, the objective of this work is to investigate how tourist activity contributes to the enhancement and positive activation of heritage (Arévalo, 2010) and the recognition of Afro-Argentine tourist attractions; analyzing how this practice has favored the revision of this ethnic minority in the Autonomous City of Buenos Aires.

The approach takes a theoretical focus as a result of the problematization of the topics outlined above. By analyzing the literature and the data from the diaspora, the aim of this work is to check the growing recognition and adoption of the Afro-Argentine tourist resources in the city.

**KEYWORDS:** Afroargentinians, revisualization, touristic heritage, Buenos Aires.

*Fecha recepción: 27 de setiembre de 2021*

*Fecha aprobación: 3 de diciembre de 2021*

## Introducción

Mencionar la idea de visibilizar el legado africano en Buenos Aires y más aún, desde una perspectiva turística, implica necesariamente volver la mirada, para revisar una vez más aquel complejo proceso por el cual cientos y miles de hombres y mujeres de origen africano llegaron a nuestro territorio en calidad de esclavos. Pero esta vez, desde un enfoque renovado, que permita resignificar los acontecimientos históricos y las valoraciones socio-políticas que los afrodescendientes han logrado construir en estas últimas décadas, especialmente a partir de la creación de este término como una nueva categoría política y cultural. Esta expresión incluye la noción de descendencia que establece la vinculación con sus ancestros y lo afro respecto a su lugar de origen. Es decir, es una categoría superadora, que no se reduce a la histórica asociación de los africanos con su color de piel. El término “afrodescendiente” fue gestado y negociado por las redes transnacionales de movimiento negro en América Latina en el año 2000, (INADI, 2009). Fue propuesto como una nueva “identidad política” con el fin de incluir a las personas de ascendencia africana de todos los colores, a pesar de una infinidad de diferencias (Lao-Montes, 2009, en INADI, 2017)). Presenta también “un carácter jurídico vinculado a la construcción de derechos” (INADI, 2017 p.2). Posteriormente la Organización de las Naciones Unidas adoptó esta expresión a partir de la Conferencia Mundial contra el Racismo, la Discriminación Racial, la Xenofobia y las Formas Conexas de Intolerancia realizada en Durban, Sudáfrica, 2001 (INADI, 2009) para reemplazar todos aquellos términos estigmatizantes y despectivos creados en 500 años de historia.

Desde entonces, mucho se ha avanzado y, en la actualidad, los afrodescendientes se posicionan como sujetos de derecho y como actores sociales que protagonizan su devenir, no sólo desde un enfoque histórico, sino y especialmente, desde la necesidad de construir una nueva normalidad que incluya sus garantías como ciudadanos (Geler, 2016).

Ahora bien, posicionarnos desde esta perspectiva histórica, implica revisar el proceso que generó la llegada de africanos al continente americano y que se inició en el siglo XVI, con la modalidad de comercio humano reconocido como esclavitud.

Según la base de datos proporcionada por Borucki (2021), el tráfico de esclavos que se mantuvo entre 1585 y 1835 arroja un estimado de 202.723 personas que arribaron al río de la Plata.

Sin embargo, esta cifra no considera aquellos no reconocidos por la corona española, y que pasaron a engrosar la modalidad del contrabando propio de ese contexto (Crespi, 2000). Gran cantidad de los esclavos ingresados por los distintos puertos americanos, eran oriundos del sudeste de África y de regiones tales como Congo, Mozambique y Angola. Los mismos constituyeron la porción demográfica conocida más recientemente como los afroargentinos del tronco colonial (Cirio, 2010a). Posteriormente y hacia fines del siglo XIX y primeras décadas del XX, arribaron a nuestras tierras los africanos provenientes de Cabo Verde. Si bien llegaron libres, ingresaron a América huyendo de las penurias que la colonización y dominación portuguesa había provocado en sus tierras. Se instalaron en zonas costeras como Ensenada, Dock Sud y las cercanías de Bahía Blanca, por las habilidades propias de su condición de isleños (Mafia, 2010)

Y finalmente, en la última década del siglo XX y las primeras del XXI se produjo el ingreso de la última inmigración que se caracterizó por el arribo a distintos países latinoamericanos, de jóvenes varones del área occidental africana. Este exilio ha sido justificado, a partir del endurecimiento de las políticas migratorias europeas que potenciaron la necesidad de buscar nuevos horizontes para esta población provenientes de países como Senegal, Sierra Leona, Mali, Liberia, entre otros (Ministerio de Cultura 2018).

Es importante destacar que si bien el blanqueamiento e invisibilización de este colectivo se efectuó hacia la segunda mitad del siglo XIX sobre los

descendientes esclavizados del tronco colonial, la permanencia de los mecanismos de negación estuvieron presentes en nuestra sociedad hasta hace pocos años (Geler, 2016). Y esta circunstancia involucró también a las dos migraciones posteriores que se detallaron precedentemente.

Sin embargo, en las dos últimas décadas una nueva conciencia social ha ido emergiendo en distintas partes del mundo en relación a las diferentes minorías étnicas. En lo que refiere a la población afrodescendiente de Argentina, este cambio de paradigma ha iniciado un proceso que recupera no sólo el legado de los antepasados, sino también resignifica en el presente, aquellas prácticas patrimoniales de profunda significación.

Es en este contexto que nos interrogamos si la práctica de la actividad turística contribuyó al proceso de revisibilización, poniendo en tensión aquella conocida frase de que “en Argentina no hay negros” (Anecchiarico, 2014). Estas consideraciones permitieron establecer el objetivo de este trabajo, que a partir de este supuesto se propone indagar y analizar cómo la actividad turística contribuyó a esta puesta en valor y activación positiva del patrimonio y al reconocimiento de atractivos turísticos afroargentinos, estableciéndose como una herramienta eficaz para la revisibilización de esta minoría étnica.

El abordaje reviste un enfoque teórico y es el resultado de la problematización de las temáticas expuestas. Para cumplimentar el objetivo, se realizó un análisis de diversos datos suministrados por la diáspora y se efectuaron observaciones participantes en las diferentes áreas y zonas de la ciudad que presentan vinculación directa e indirecta con el patrimonio afrodescendiente. Posteriormente se indagó en profundidad en la literatura específica, recurriendo a la información suministrada por artículos académicos e investigaciones científicas. La sistematización y análisis de los datos obtenidos permitió constatar cómo a partir de un cambio de perspectiva respecto de la condición de los afrodescendientes, se reposicionó la valoración patrimonial y se activó paulatinamente la

promoción de los recursos turísticos afroargentinos presentes en la ciudad de Buenos Aires.

### **Los estudios sobre el legado social y cultural africanos**

Generalmente la producción sobre la historia y la cultura de la población afroargentina porteña se organiza a partir de premisas basadas o bien en la cronología, o bien, en los enfoques (Frigerio, 2008). Una serie de estudios clásicos fueron producidos durante las décadas de 1960 y 1970 sin un perfil científico definido; en tanto que otro grupo de estudios, publicados desde 1980 hasta la fecha, desarrollaron enfoques y metodologías renovadas. Recién, en los últimos veinte años, se pueden verificar avances que llegan tanto desde el campo de los estudios históricos como desde el de la antropología, impulsados por la necesidad de contar con información actualizada acerca de los orígenes sociales, étnicos y culturales de la población rioplatense.

En un primer grupo de estudios, se ubican los trabajos de Néstor Ortiz Oderigo, quien se dedicó a investigar los aportes africanos especialmente en la cultura y en la música popular argentina, particularmente el tango y el candombe, (Ortiz Oderigo 1969, 2009) junto a otros de corte estrictamente histórico, que indagan diferentes aspectos de la presencia africana en la sociedad y economía argentinas como los de Rodríguez Molas (1956), Goldberg (1976), Johnson (1976), y Mallo (1991), conformando el puntapié inicial en un campo que se ha profundizado con los años .

A fines de los años ochenta, la obra de George Reid Andrews, *Los afroargentinos de Buenos Aires* (1989) produce una ruptura con las interpretaciones desarrolladas hasta ese entonces y se constituye en una de las investigaciones más completas hasta la actualidad. En la misma, el autor cuestionó la hipótesis de la desaparición, demostrando su falsedad y permitiendo rastrear la presencia afro en la sociedad porteña, hasta nuestros días.

En otro orden, pero impactando sobre la producción de estudios académicos que nos ocupa, en los últimos años del siglo XX, se evidencia un cambio en la valoración de los aportes sociales y culturales de las minorías de origen africano en la ciudad de Buenos Aires, cuyas causas deben buscarse en las importantes transformaciones socioculturales ocurridas tanto en el ámbito local como en el internacional. En primer lugar, desde las políticas públicas locales se alentó un cambio en la imagen que la ciudad proyectaba hacia el exterior, que no sólo pasó a reconocer, sino también a enaltecer e incentivar la diversidad étnica interna. Esta condición otorgó un lugar destacado a las minorías, generando a la vez, una narrativa multicultural a partir de la creación de diferentes espacios y eventos para su exhibición y exaltación (Lacarrière, 2001).

Por otra parte, a nivel local se produjo en 1994 un cambio de estatus legal de la ciudad de Buenos Aires, permitiéndole alcanzar la autonomía respecto del Estado nacional. Esta nueva condición facilitó la puesta en práctica de políticas sociales y culturales inclusivas, como el derecho a la identidad -en distintos niveles- que estimuló la revalorización de las identidades étnicas. Simultáneamente a nivel global, y en correspondencia con diferentes programas impulsados por organismos internacionales y supranacionales (como Unesco, BM, BID) se instaló en diferentes países de América, Europa y Asia la idea de la “ciudad multicultural”, como espacio de respeto y celebración de la diversidad en todas sus formas (Borja y Castell, 2011). De esta forma, la idea de crisol de razas, que caracterizó a la sociedad argentina y, sobre todo a la porteña, es reemplazada a comienzos del presente siglo por la de “mosaico” de etnias y culturas. Esta nueva representación simbólica se destaca por la valoración de la diversidad, facilitando y otorgando -aún de manera indirecta-, un valor agregado a la imagen turística de la ciudad.

Desde esta perspectiva, la idea de ciudad europea con una población blanca y homogénea que Buenos Aires había pretendido instaurar durante décadas, fue dejando paso a la visibilización de aquellos reclamos étnico-raciales que

encontraron nuevas oportunidades de expresión, utilizando a la ciudad como escenario.

Durante el siglo XXI, la visibilización de los aportes sociales y culturales de los afrodescendientes también entró en la agenda de las ciencias sociales a partir de un proceso de renovación y consolidación de un campo interdisciplinario de estudios y reflexión que ha nutrido a la idea de “revisibilización” (Frigerio y Lamborghini, 2011). Hasta entonces, las investigaciones que incorporan la problemática afro a sus trabajos eran muy escasas, desestimando aspectos como el mestizaje y avalando la idea de la desaparición de la población negra a causa de las guerras o las epidemias del siglo XIX. Sin embargo, trabajos como los de Oscar Chamosa (2003), retomando algunas de las líneas de investigación de Andrews, o la tesis doctoral de Lea Geler (2010) sobre los periódicos afroporteños de fines del XIX, son una muestra de la vacancia en esta temática. Este renovado interés que convocó a investigadores de todo el país, fue desarrollado a partir de diferentes perspectivas, premisas y enfoques que permitieron delinear un campo de estudios heterogéneo, aunque escasamente sistemático e institucionalmente fragmentado. Algunos trabajos enfocan aspectos antropológicos de comunidades afroargentinas a lo largo del siglo XX, principalmente los que refieren a la población caboverdiana asentada en zonas urbanas y sobre aspectos religiosos, musicales y artísticos afroargentinos (Martino y Martínez, 2013; Martino, 2015). Otros analizan diversos aspectos de la historia de África o las relaciones internacionales entre África y Argentina, como las publicaciones en el marco de la inclusión de Argentina, junto a Uruguay y Paraguay, en el Programa de “La Ruta del Esclavo” impulsada por la UNESCO (2012) y coordinada por el historiador uruguayo Alex Borucki. Este estudio se dedicó a cuantificar los viajes y los volúmenes de hombres y mujeres introducidos en calidad de esclavos en América entre los siglos XVI y XVIII. Finalmente, libros individuales como el de Mallo y Telesca (2010) o el de Pineau (2011) representan aportes

multidisciplinarios que representan una pluralidad de enfoques que enriquecen el debate y el conocimiento, con una proyección de crecimiento y profundización en marcha.

Por último, es importante destacar algunos trabajos que desde los primeros años de la década del 2010 abordan diferentes categorías de análisis en el campo de los estudios afro, conformando una identidad científica orientada a la investigación de temas específicos, sobre todo desde los campos disciplinares de la Historia y la Antropología. Por ello, el desarrollo de diversos estudios que siguen a los movimientos afro en todo el país –otra de las temáticas destacadas– incluye, por lo general, a los grupos migrantes de diferentes períodos históricos mencionados, articulándose tanto en sus objetivos políticos como culturales, en sus luchas y en sus demandas (Piconi 2006; Candiotti 2010 y 2016; Frigerio y Lamborghini 2011; Geler 2012; Maffia y Mateo 2012; Martino, 2015; Parody, 2016; Borucki, 2017). La movilización política afroargentina -o bien afrodescendiente- se ha ido reconfigurando de forma dinámica en relación con el contexto socio-político más amplio, tanto a nivel local como internacional, como muestran también los análisis del tema de Fernández Bravo (2013) y Villaurreta (2014). Es importante tener en cuenta que en este progresivo desarrollo de los estudios sobre afrodescendencia contribuyeron especialmente las actividades de militantes y activistas culturales afro que llamaron la atención hacia los procesos de invisibilización y discriminación de los que han sido objeto.

#### **Del blanqueamiento e invisibilización como mecanismo, a la revisibilización y revalorización patrimonial**

[...] “en un país como Argentina, en el que usualmente se considera que no hay razas, ni racismo, el color de piel aparece en el relato a partir de una práctica que oscurece al cuerpo”.  
(Broguet, 2018, p.3-4)



Hacia fines del siglo XIX y en el contexto de un naciente estado-nación, moderno y sudamericano, se planteó la necesidad de instaurar un nosotros colectivo, que asimilara la diversidad sociocultural existente. Esta condición impulsó a la élite gobernante a implantar y difundir pautas culturales, mitos ontológicos y un conjunto de símbolos tendientes a crear y fortalecer una identidad nacional (Yao, 2015).

Desde esta perspectiva, prevaleció como mito de origen de nuestra República, el supuesto de que “en la Argentina no hay negros” (Solomianski, 2003, Anecchiarico, 2014). Esta narrativa fundamentada desde la hegemonía estatal, se sostuvo en la noción del “crisol de razas” europeo (Anecchiarico, 2014). “Una inmigración que permitió forjar a ciudadanos blanqueados en color y europeizados en mentalidad y costumbres” (Yao, 2015). Este discurso no sólo instauro los valores pretendidos, sino que actúa como mecanismo de blanqueamiento durante muchas décadas (Golay, 2013). Porque como señala Candiotti:

En la Argentina se incentivó desde el estado una identidad nacional fundada sobre las ideas de excepcionalidad con respecto al resto de América latina y de predominio europeo y blanco de su población y su cultura. Esa narrativa supuso la puesta en marcha de dispositivos culturales, sociales y políticos entre los cuales el discurso historiográfico cumplió un rol clave. En ese discurso, la presencia negra fue relegada a pintorescas anécdotas de tiempo coloniales y revolucionarios para luego ser considerada desaparecida, por muerte violenta o pacífico mestizaje. (2021, p.12)

Es decir, durante más de un siglo se justificó su desaparición, a partir de argumentos reiterados, tales como la muerte acaecida durante las guerras de la independencia y las posteriores guerras civiles, el mestizaje producido entre varones europeos solos y mujeres afrodescendientes viudas, las bajas tasas de natalidad y las altas tasas de mortalidad, que alcanzaron su pico

máximo con la fiebre amarilla en 1871 y la abolición del tráfico de esclavos y la ley de libertad de vientres, que marcaron el final del comercio de personas a gran escala y su desaparición definitiva (INADI, 2009).

Sin embargo, la continua actividad de la comunidad afro a través de sus periódicos (El Artesano, La Broma, La Igualdad, La Juventud, El Proletario, La Raza Africana, El Tambor y El Unionista, entre otros), la frecuente aparición en fotografías, la permanencia de sociedades de ayuda mutua (Naciones y Cofradías), como así también el accionar de algunas figuras públicas destacadas, evidenciaron que eran más los esfuerzos en hacerlos desaparecer, que una realidad en sí misma (Yao, 2015). A pesar de la necesidad de construir la simbología de una argentinidad blanca desde el momento mismo del origen del Estado-nación, la formación de una identidad étnicamente diversa es, en nuestros días, un rasgo indiscutido de la cultura y de la identidad nacionales. Por ello en la actualidad se reconoce que:

Hoy el término afrodescendiente, ‘políticamente correcto’, no hace referencia explícita a los rasgos físicos de una persona –en lenguaje de la biología, su fenotipo–, ni a su lugar de nacimiento, ni a su ciudadanía o contexto social, sino que expresa una elección de identidad. Es parte de la lucha contra la discriminación racial. (Anecchiarico, 2014, p. 30)

Es por ello que el proceso de construcción de la identidad social y de valorización del patrimonio, viene siendo tensionado y problematizado en las últimas décadas. Cómo se señaló precedentemente, desde distintas perspectivas, diferentes autores (Mercado Maldonado et al., 2010; Zarate Ortiz, 2015; Sobczyk et al., 2020, Burgos Barrantes, 2020) enfatizan la dinámica relacional, subjetiva y multidimensional que establece este proceso. En este sentido, se discute la postura esencialista que categoriza a los seres humanos como portadores de culturas e identidades predeterminadas por su condición étnica, religiosa y/o territorial (Sobczyk et al., 2020). Se propone, en cambio, repensar la identidad social desde una

perspectiva multi e interdimensional y como un proceso en constante tensión, en el que intervienen diferentes estructuras de poder que determinan instancias de negociación sumamente heterogéneas. Por otra parte, no debe desestimarse que conjuntamente con aquellos rasgos distintivos que pueden observarse en un colectivo, están cristalizadas antiguas formas de discriminación o prejuicio, como así también desigualdades sociopolíticas y económicas de diversa índole (Sobczyk et al., 2020).

El proceso de revisibilización de los afrodescendientes en Argentina, responde al cambio de paradigma iniciado hacia fines del siglo XX a nivel internacional y local, y se expresa, entre otros aspectos, en la necesidad de repensar la expansión capitalista, la asimilación cultural y los modelos hegemónicos imperantes, desde una nueva perspectiva multicultural (Frigerio y Lamborini, 2011; Anecchiarico y Martín, 2012; Fernández Bravo 2013). En Buenos Aires se destaca además, el accionar de los actores locales que como representantes de los migrantes de diferentes períodos, se movilizaron como activistas políticos o culturales (Domínguez, 2004). Con este compromiso, articularon sus luchas, sus demandas y sus reivindicaciones sociales desde el campo del arte y la cultura, impulsando la revisibilización de sus condiciones de vida. Porque como señalan Frigerio y Lamborghini:

[...] debido a las particularidades del escenario local –con la negación histórica de lo negro y la estigmatización de la negritud popular actuando como telón de fondo–, el accionar de los trabajadores culturales afrolatinoamericanos, practicando y enseñando manifestaciones culturales «afro» desde la década de 1980, ha tenido un papel destacado en la re-visibilización misma de la cuestión «afro» en nuestro país (2011, en Lamborghini et al. 2017, p.84)

Por otra parte y cómo ya se señaló, a estas consideraciones generales se le suma el creciente número de investigaciones que desde la academia se vienen produciendo en los últimos años y que analizan el movimiento afro en distintas áreas del país (Lamborghini y Frigerio, 2010; Frigerio y Lamborghini 2011; Annecchiarico y Martín, 2012; Maffia y Mateo, 2012; Geler, 2012; Martino, 2015; Parody, 2016; Lamborghini et al., 2017). Desde diversos enfoques, se evidencia cómo su praxis fue gestando la necesidad de transformar el escenario político en el que se encontraban, articulando diferentes reclamos que permitieran revertir el proceso de invisibilización. Las nuevas narrativas construidas por los actores sociales involucrados, ha permitido legitimar su condición y oponer resistencia al relato dominante, “estableciendo conexiones inclusivas entre sus prácticas y la herencia cultural negra del país, por ejemplo, -uniendo «Afro» con «Argentina»-” (Lamborghini et al. 2017, p.88).

### **Patrimonio afrodescendiente de interés turístico en Buenos Aires**

Establecer una selección de posibles bienes patrimoniales de ascendencia afro, implica en primer lugar, reposicionar aquellas conceptualizaciones que establecen la vinculación del mismo con la actividad turística. El reconocimiento del carácter polisémico del patrimonio (Prats, 1998) y su condición de construcción sociocultural que se elabora en el presente (Arévalo, 2010), permite reconfigurar el rol de los actores como portadores de una memoria selectiva que elige qué conservar y cómo hacerlo. Desde esta perspectiva se establecen nuevas capas de sentido, más allá del marco hegemónico que dictamina las categorizaciones más convencionales. Al respecto Burgos Barrantes señala:

Más que una cosa, el patrimonio se proyecta como foco de significados –ideas y emociones–, que son necesariamente múltiples, en ocasiones inesperados o contradictorios, y desencadena prácticas y procesos que son colectivos, relacionales, performativos, experienciales, políticos. Son

significados y resignificados que negocia y construye el sujeto social, no preexiste, y se transforman según lo hace aquel. (2020, p.35)

El mundo en red que actualmente nos constituye y atraviesa, compone una gran interfaz a partir de la cual “el individuo reclama nuevos espacios y vías de interacción y comunicación. El homo digitalis quiere opinar, preguntar, participar, hacerse oír, producir, crear y cocrear” (Burgos Barrantes, 2020, p. 32). Es decir, desde la propia subjetividad los individuos eligen conservar, deconstruir y/o resignificar con un nuevo valor, aquellos bienes o sitios que mantienen ciertos atributos que los representan, mientras descartan otros con los que no se sienten identificados, más allá del accionar de los organismos públicos o privados que intervengan en su categorización. Esta cualidad distintiva y característica del momento, vino a tensionar la mirada esencialista y monumental del patrimonio, en tanto objetos conservados del pasado y que inevitablemente se heredan generacionalmente, en un permanente continuum. En el actual contexto nos interpela “el universo de la vida diaria, de los espacios de lo cotidiano, donde se habita y rehace la trama básica de la sociedad, donde se distribuye el poder y se forman subjetividades, donde se construye lo cultural (Broncano, 2018; en Burgos Barrantes, 2020, p.32).

## Resultados

Lo expuesto permite inferir que la valoración patrimonial afroargentina, no está determinada por la sumatoria de objetos o elementos conservados de un pasado remoto. Más bien, está configurada por la significación dada y reconstruida en torno de algunas prácticas, por quienes se autoidentifican como afrodescendientes y por quienes interactúan con la realidad que los constituye en el presente. Uno de los ejemplos más evidentes de esta condición, se observa en las nuevas interpretaciones logradas acerca de la génesis del Tango.

Los orígenes de éste género se revelan como un complejo entramado aún sin dilucidar plenamente. Pero, pese a la falta de consenso sobre sus orígenes, “observando el panorama de los estudios recientes sobre música africana y afroamericana, resulta muy difícil sustentar una posición que niegue la existencia de un componente afro en el tango” (Brunelli, 2017, p.123) Por otra parte y cómo señala Cirio ...” No fuimos, ni somos, la excepción blanca de América y más de cuatro siglos de convivencia pluriétnica y multicultural invitan a repensar nuestra música ciudadana desde una perspectiva sociohistórica integradora” (2010, p.1) Del mismo modo y en lo que respecta a su danza, hay algunas claves que durante el período de “blanqueamiento” pasaron inadvertidas, pero que desde un análisis más exhaustivo, dan indicios sobre alguno de los componentes que gestaron las particularidades de la misma. De ésta manera es posible identificar elementos coreográficos en la técnica de la danza del tango de indiscutible raigambre africana. Entre otros se podrían señalar:

El corte, entendido como un elemento coreográfico cuya característica refiere a la suspensión del desplazamiento en tanto permanece el estímulo musical; la quebrada - reminiscencia de las danzas africanas y afroamericanas, que se incorporó en elementos tales como la disociación de torso y piernas-; la improvisación en los desplazamientos, etc” (Hruby 2002, en Gracia et al. 2018).

Estas características altamente distintivas para la conformación definitiva de la danza del tango, no estaban presentes en las formas coreográficas traídas por los inmigrantes europeos, a quienes habitualmente se les atribuye el origen de éste género. Por lo tanto, este conocimiento revaloriza aquellos aportes afroamericanos negados por muchos años, a un género que alcanzó la categoría de Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el año 2009. Entre otros beneficios, esta categorización permitió instalar definitivamente el Tango como producto turístico internacional y -través de diferentes

eventos tales como el Campeonato Mundial-, posicionar a la ciudad de Buenos Aires como la gestora y productora de un fenómeno cultural que trascendió la frontera nacional.

En la misma línea, cabe destacar también la rítmica asociada históricamente a los negros, a través del uso de los membranófonos y del candombe como forma coreográfica representativa. Al respecto señala Cirio:

Los afroporteños estiman al tambor como la piedra basal de su música y, a su vez, a su música como parte intrínseca de su vida, dadora de sentido identitario y marca social de su historia. Su manera de entenderse en el mundo a través de lo sonoro es con la palabra candombe -aunque usualmente se piense que es sólo un género musical (2010, p.3)

El candombe y los ritmos afroamericanos adquieren nueva valoración y mayor visibilidad a partir de los movimientos que diferentes artistas, gestores culturales y líderes de movimientos sociales emprenden desde los años `80 y `90 del siglo XX, en la ciudad de Buenos Aires. Van naciendo asociaciones y centros culturales que se dedican a la enseñanza de este repertorio (capoiera, samba, danzas orixás, maracatú, jongo, blocos bahianos, hip-hop, reggae, entre otros) y a diversas actividades performáticas, que permiten instalar lo afroamericano desde esta nueva perspectiva socio-política. La importancia de hacer música/danza adquiere una nueva connotación, porque surgen como:

[...] un lugar en el que [...] los hoy afrodescendientes, con sus movimientos y formas de organización social, buscan nuevos imaginarios, construyen corporalidades y formas de socialización, desarrollando en muchos casos pensamientos disidentes y epistemologías alternativas a las dominantes (Ferreira Markl, 2008, p.227)

Este desarrollo paulatino pero constante, fue construyendo una nueva oferta, que va instalándose a partir de ser incluida en la promoción turística de la ciudad. Por ejemplo, se observa que el Programa Turismo en Barrios, del gobierno de la ciudad de Buenos Aires, ofrece recorridos que permiten tomar contacto con algunos “atractivos” vinculados a las “representaciones raciales” de este colectivo. Tales como los planteados en las visitas al “Casco histórico”, “Pedaleando Buenos Aires” o “Belgrano 1 y 2”. También, en el barrio de Nuñez en la Avda Isidro Labrador (entre Arias y Deheza) se destaca un cantero central inaugurado en 1988, que recibe el nombre de África. A partir de estas posibilidades, se elaboran nuevas narrativas en torno a ciertos personajes, que se convierten en simbología y metáfora de la negritud en la ciudad (Guzmán, Geler y Ghidoli, 2016). Monumentos que adquieren mayor reconocimiento, tal como el bronce del soldado Falucho, emplazado actualmente en la intersección de las calles Santa Fe y Luis María Campos en Palermo. En la retórica turística, este monumento se destaca por sobre los demás, por haber sido una iniciativa generada por los miembros de la propia comunidad afroporteña del siglo XIX (Ghidoli, 2020).

Por otra parte, se incluye la figura de María Remedios del Valle, convertida en uno de los estandartes del movimiento afroporteño desde principios del siglo XXI. La imagen de la heroína adquiere mayor relevancia y se instala como uno de los símbolos disruptivos que pueden visualizarse en murales y afiches, frecuentemente utilizados en distintas partes del país, para la revisibilización de este colectivo en la contemporaneidad.

Al respecto señala Ghidoli:

La historia e imagen de María del Valle son replicadas incesantemente en sitios de internet, retomadas por alumnx y profesorxs de escuelas en todo el territorio nacional y también por cientistas sociales, políticxs, periodistas, entre otros. En definitiva, por la sociedad en su conjunto. (2020, p.1).



Con un enfoque más conservador que mantiene la retórica del pasado esclavista, podemos identificar una serie de escenarios en los cuales se desarrollaron prácticas decisivas en la conformación del mercado esclavista porteño. A pesar de su inexistencia actual, estos sitios permiten rememorar estos procesos fundamentales en la historia esclavista urbana. Desde los últimos años del siglo XVII el puerto de la ciudad de Buenos Aires se transformó en la puerta de entrada del tráfico negrero destinado a distintos puntos del virreinato a pesar de las prohibiciones de la corona española. A comienzos del siguiente siglo y tras la autorización real otorgada a una empresa de origen inglés y otra de origen francés, diferentes sectores de la ciudad fueron destinados para el asentamiento de galpones de “acopio” y mercados de venta esclavista. En 1708 la Compañía francesa de Guinea adquirió un terreno ubicado al pie de las barrancas, al sur de la ciudad a la altura del actual Parque Lezama y en 1715 la South Sea Company (Compañía inglesa de los Mares del Sur) construyó un depósito en la zona Retiro, cerca de la actual Plaza San Martín, pero hacia 1731 también se trasladó cerca del Parque Lezama, entre las actuales calles Defensa y Bolívar.

A medida que la trata de esclavos se “regularizó” con los asientos, su desembarque incluía una inspección médica y un período de cuarentena. Inicialmente, el lugar de concentración era la “Aduana Vieja”, una casona en Belgrano y Balcarce. Sin embargo, por razones de “seguridad e higiene”, en 1787 el Cabildo ordenó trasladar el asiento a las orillas del Riachuelo y, doce años después una nueva mudanza los trasladó a Quilmes y a Ensenada de Barragán, donde los barcos negreros podían hacer su cuarentena lejos del casco urbano. Los espacios en los cuales se ubicaron “mercados negreros” (como Retiro o Parque Lezama) poseen actualmente una importante presencia en los circuitos turísticos de la ciudad ya que se trata de barrios con un alto valor histórico y patrimonial por múltiples motivos, pero que a la vez se transforman en sitios que permiten recuperar los recorridos de la trata esclavista entre los siglos XVII y XIX.

Con el mismo tono de reminiscencia colonial, algunos recorridos turísticos incluyen también el bronce titulado “El Esclavo” de Francisco Caferatta, que se encuentra ubicado en el Parque 3 de Febrero y la “Cabeza de Esclavo” del mismo autor, actualmente en el Museo Nacional de Bellas Artes y que recuerdan la esclavitud en la ciudad en un sentido estricto.

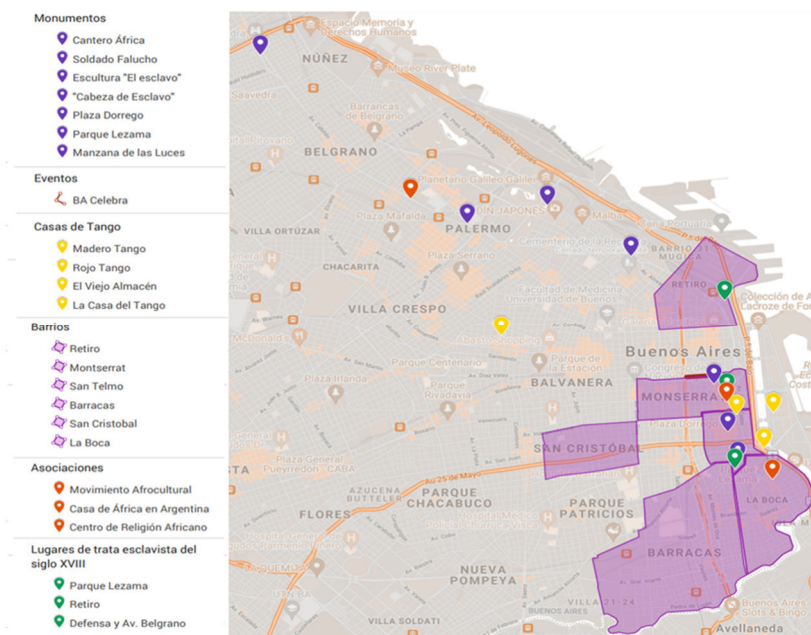
Respecto a los elementos lingüísticos que nunca dejaron de ser pronunciados, pero que comienzan a ser identificados por su ascendencia, se resemantizan y reposicionan palabras vinculadas a la gastronomía criolla, de fuerte incidencia turística, tales como “achuras”, “cinchulines”, “morcilla”. Las mismas están presentes en el tradicional asado argentino, producto que constituye uno de los patrimonios gastronómicos de Argentina. Y también, otros términos de uso corriente en el habla coloquial de los porteños tales como: quilombo, tamango, mina y milonga que generan mucho interés entre los visitantes extranjeros que asisten a los espectáculos de tango que conforman la oferta de espectáculos nocturnos.

Por otro lado, asociaciones y centros culturales son posibles de visitar en las áreas de la ciudad que concentran la mayor cantidad de población afrodescendiente, que se calcula que asciende a aproximadamente 1.500.000 de personas. Estos son Montserrat, San Telmo, San Cristóbal, Barracas y la Boca. Todos ellos de fuerte incidencia turística en la oferta que plantea la ciudad e incluidos en el programa “Turismo en Barrios”.

Por último, los movimientos de gestores políticos y culturales que posibilitan encuentros y festivales en fechas que reactivan la memoria social, son mecanismos trascendentes para reforzar vínculos y visibilizar su presencia y permanencia. Es el caso de “BA Celebra” organizado por la Subsecretaría de Derechos Humanos y Pluralismo Cultural de la CABA, que desde el año 2009 brinda un espacio en la Avda. de Mayo para que diferentes colectividades se encuentren en torno a sus prácticas.

Para el continente africano el mes asignado es noviembre, de manera tal de celebrar el 8 de ese mes, el “Día Nacional de las y los Afroargentinas/os y la Cultura Afro”. Esta fecha fue elegida en homenaje a la Capitana María Remedios del Valle, considerada Madre de la Patria e incorporada al calendario escolar, a partir de la ley 26.852 sancionada el 24 de abril del 2013. Otros días importantes en las que se pueden observar celebraciones que mantienen viva la memoria de la diáspora en la ciudad, son el 17 de abril, en el que se recuerda a los afroargentinos del tronco colonial y el 25 de julio que se conmemora el día internacional de las mujeres afrodescendientes. Es desde el 2011 que estas conmemoraciones tienen lugar, aunque cabe mencionar que no todas fueron promulgadas con el consenso de todos los colectivos afros (afroargentinos del tronco colonial y afroinmigrantes y descendientes de los períodos posteriores). Sin embargo, son fechas que invitan a recordar la diversidad que caracteriza a la ciudad y a reactualizar desde la memoria social, las matrices que constituyen la sociedad pluriétnica y multicultural que construyó la identidad argentina (Martínez Sarasola, 1997). En esta línea se encuentran también, las diversas actividades que se realizan en la Manzana de las Luces. Organizadas por el Ministerio de Cultura de la Nación y a partir de una variada agenda, en las mismas se reflexiona en torno a las diferentes formas de manifestación del racismo estructural y se visibilizan las distintas maneras en que éste aún actúa. Estas propuestas cuentan con el trabajo colaborativo de los afrodescendientes porteños y, dada la importancia patrimonial de este sitio, tiene una incidencia directa entre las visitas turísticas que se registran en la ciudad.

**Gráfica 1: Sitios y bienes de valor patrimonial afrodescendiente en CABA**



**Fuente: Elaboración propia**

### Conclusiones

Las discusiones sobre la aplicación del patrimonio cultural en el ámbito turístico, se plantean en la actualidad como una constante y se enriquecen de manera permanente. El turismo y la cultura pueden trabajar de manera conjunta en pos de un desarrollo y estabilidad social, poniendo a las personas en contacto con diferentes identidades étnicas y ofreciéndoles un espacio para experimentar de primera mano las tradiciones vivas que contribuyan a reforzar el entendimiento y el respeto mutuo.

En virtud de lo expresado en el desarrollo del presente trabajo, se evidencia que el fortalecimiento de los vínculos entre turismo, cultura y comunidades

afrodescendientes en la Ciudad de Buenos Aires otorga múltiples oportunidades, tanto para desarrollar nuevas propuestas asociadas a las prácticas turísticas de la ciudad, como para mejorar la difusión de la historia y la cultura del colectivo afroporteño.

El marcado y natural interés de los visitantes, impulsa a entrelazar la discursiva turística en torno a los aportes multiétnicos y pluriculturales que estructuraron a Buenos Aires en un pasado y que la definen en la actualidad. Una pujante ciudad latinoamericana, con una oferta cultural muy variada y con un significativo diferencial: el reconocimiento de la permanencia y vigencia de una minoría étnica no europea. Estas narrativas, no sólo resignifican la historia velada, sino que permite que los afrodescendientes porteños repositionen sus prácticas dadoras de sentido. Por lo tanto, no se trata de crear recorridos o circuitos con calles y monumentos dedicados al legado de la comunidad afrodescendiente, sino de construir una perspectiva turística que finalmente, incluya y reconozca a la cultura africana de manera absolutamente integrada con la cultura argentina.

La construcción y el desarrollo de nuevas narrativas turísticas que permitan contener a aquellas minorías silenciadas por las miradas hegemónicas al interior de la actividad, forman parte de un proceso que ya está en marcha, pero que es necesario profundizar. Trascender la idea estática y conservadora que concibe al turismo como un proveedor de “servicios” o como una “industria sin chimeneas”, permite reconocer su rol de transmisor y propagador de prácticas culturales. Desde esta perspectiva, la actividad turística se transforma en una herramienta indispensable para problematizar la invisibilidad de la comunidad afroargentina en la ciudad de Buenos Aires.

Por lo tanto, turismo y cultura pueden trabajar en pos de la re-semantización y protección del patrimonio, mediante un turismo que gestionado de manera responsable, fomente la educación entre turistas y comunidades de acogida. Un enfoque turístico que garantice la coordinación y colaboración entre conservación seleccionada y permanencia resignificada. En este sentido, es

necesario tener en cuenta que tanto la cultura como el patrimonio no son mecanismos estáticos, sino que se desenvuelven como dinámicas cambiantes y transformadoras que deconstruyen y vuelven a construir con nuevo significado. Desde este enfoque, el turismo se posiciona como una herramienta eficaz que favorece la visibilización de una minoría étnica que la historia insistió en desaparecer, pero que la potencia de sus prácticas, reinstaló y revisibilizó en la ciudad de Buenos Aires.

## Bibliografía y referencias

- Andrews, G.R. (1989). *Los afroargentinos de Buenos Aires*. Buenos Aires: Ediciones de la Flor.
- Annechiarico, M; *Afrodescendientes en la Argentina: Enigmas, cegueras y mitos nacionales*; Asociación Civil Ciencia Hoy; *Ciencia Hoy*; 24; 141; 10-2014; (pp 24-30).
- Annechiarico, M. & Martín, A. (Eds.) (2012). *Afropolíticas en América del Sur y el Caribe*. Buenos Aires: Puentes del Sur.
- Arévalo J. (2010) El patrimonio como representación colectiva. La intangibilidad de los bienes culturales en *Gazeta de Antropología*, 26 (1), artículo 19. Recuperado 14 de agosto de <http://hdl.handle.net/10481/6799>
- Bernard, C. (2010) "Los olvidados de la revolución: el Río de la Plata y sus negros". *Nuevo Mundo Mundos Nuevos. Nouveaux mondes Mondes nouveaux - Novo Mundo Mundos Novos - New world New worlds*. <https://doi.org/10.4000/nuevomundo.58416>.
- Borja, J y Castell, M. (2011) "La ciudad multicultural" en *Revista de Ciencias Sociales XVII*, Caracas, (pp 22-31).
- Borucki, A. (2016) "Notas sobre el tráfico de esclavos al río de la plata durante el siglo XVIII" en *Revista Latino-americana de estudios avanzados*, v.1, n.1, jan./jun, (pp 7–28).
- Borucki, A. (2017) *De compañeros de barco a camaradas de armas. Identidades negras en el Río de la Plata, 1760-1860*. Buenos Aires: Prometeo libros,
- Borucki, A. (2021). 250 años de tráfico de esclavos hacia el Río de la Plata. De la fundación de Buenos Aires a los «colonos» africanos de Montevideo, 1585-1835. *Claves. Revista De Historia*, 7(12), 255–290. <https://doi.org/10.25032/crh.v7i12.11> (Original work published 30 de junio de 2021)
- Brogue, J. (2018) "Candombe afrouruguayo, color de piel y blanquitud en el litoral argentino", *Claroscuro. Revista del Centro de Estudios sobre Diversidad Cultural* 17, (pp 1-27).

- Burgos Barrantes B. (2020) De lo público al bien común: emergencia de otros modelos de gestión del patrimonio cultural, en Revista PH 101 [en línea], Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico. Octubre 2020, pp 76-95 DOI: <https://doi.org/10.33349/2020.101>
- Candiotti, M. (2016b). Abolición gradual y libertades vigiladas en el Río de la Plata. La política de control de libertos de 1813. *Corpus*, 6(1). Recuperado el 10 de agosto de: [corpusarchivos.revues.org/1567](http://corpusarchivos.revues.org/1567)
- Candiotti, M. (2010). Altaneros y libertinos. Transformación de la condición jurídica de los afroporteños en la Buenos Aires revolucionaria 1810-1820. *Desarrollo Económico*, 50(198), (pp 271-296).
- Candiotti, M. (2017) Ciudadanos negros en el río de la plata. Repensar la inclusión política de los emancipados entre la revolución y la constitución en Revista de ESTUDIOS SOCIALES N° 53, (pp. 183-213)
- Candiotti, M (2021) Una historia de la emancipación negra, esclavitud y abolición en la Argentina. Siglo XXI, Buenos Aires.
- Cirio, N. (2010a) Afroargentino del tronco colonial. Una categoría autogestada. *El Corsito* 39: I-III. Buenos Aires: Centro Cultural Rector Ricardo Rojas.
- Cirio, N. (2010b) La historia negra del tango. Todo tiene su “historia negra”, pero de ésta estamos orgullosos. *Revista de Historia Bonaerense* 36, (pp. 97-107). Instituto y Archivo Histórico Municipal de Morón.
- Crespi L (2000) El comercio de esclavos en el Río de la Plata. - Apuntes para su estudio. Cuadernos de Historia, Serie Ec. y Soc., N° 3, Arch. y Ftes., CIFYH-UNC, Córdoba (pp. 237-252)
- Chamosa, O. (2003) “Lúbolos, Tenorios y Moreiras: reforma liberal y cultura popular en el carnaval de Buenos Aires de la segunda mitad del siglo XIX”, en Hilda Sabato y Alberto Lettieri (Comps.), *La vida política en la Argentina del siglo XIX. Armas, votos y voces*, Buenos Aires, FCE, (pp 115-135).
- Fernández Bravo, N. (2013). ¿Qué hacemos con los afrodescendientes? Aportes para una crítica de las políticas de la identidad. En: Guzmán, F. & Geler, L (Eds.) *Cartografías afrolatinoamericanas. Perspectivas situadas para análisis transfronterizos* (pp. 241-260). Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Ferreira Makl L (2008) “Música, artes performáticas y el campo de las relaciones raciales. Área de Estudios De La Presencia Africana En América Latina” (pp. 225-250) en Lechini, G. *Los estudios afroamericanos y africanos en América Latina: herencia, presencia y visiones del otro*, Ferreyra Editor; Buenos Aires.
- Frega, A; Borucki, A; Chagas, K; Stalla, N. (2003) *Esclavitud y abolición en el Río de la Plata en tiempos de revolución y república en UNESCO, Memoria del Simposio La Ruta del esclavo en el Río de la Plata: su historia y sus consecuencias*, Montevideo.
- Frigerio, A. (2008). De la «desaparición» de los negros a la «reaparición» de los afrodescendientes: comprendiendo la política de las identidades negras, las clasificaciones raciales y de su estudio en la Argentina. En G. Lecchini (Comp.), *Los estudios afroamericanos y africanos en América Latina. Herencia, presencia y visiones del otro* (pp. 117-144). Buenos Aires: Clacso.

- Frigerio, A. y Lamborghini, E. (2011a). Procesos de reafricanización en la sociedad argentina: umbanda, candombe y militancia «afro». *Pós Ciências Sociais*, (16), (pp 21-35).
- Frigerio, A. y Lamborghini, E. (2011b). Los afroargentinos: formas de comunalización, creación de identidades colectivas y resistencia cultural y política. En: R. Mercado & G. Catterberg (Comps.), *Afrodescendientes y africanos en Argentina* (pp. 1-51). Buenos Aires: Pnud.
- García Brunelli, O. (2018) Bases para una aproximación razonable a la cuestión del componente afro del tango en *Revista Argentina de Musicología* 18, Buenos Aires, (pp 92-124).
- Geler, L. (2010). Andares negros, caminos blancos. *Afroporteños, Estado y Nación Argentina a fines del siglo XIX*. Rosario: Prohistoria.
- Geler, L. (2012). Afrolatinoamericanas...una experiencia de subversión estereotípica en el Museo de la Mujer de Buenos Aires. *Horizontes Antropológicos*, 18(38), (pp 343-372).
- Geler, L. (2011). ¿Quién no ha sido negro en su vida?» Performances de negritud en el carnaval porteño de fines del siglo XIX e inicios del XX. En P. García Jordán (Ed.), *El Estado en América Latina: control de los recursos, organización sociopolítica e imaginarios, siglos XIX-XXI* (pp. 183-211). Barcelona: PiEUB.
- Geler, L. (2016). Categorías raciales en Buenos Aires. Negritud, blanquitud, afrodescendencia y mestizaje en la blanca ciudad capital. *Runa. Archivo para las Ciencias del hombre*, (37), (pp 71-87). <https://doi.org/10.34096/runa.v37i1.2226>
- Ghidoli, M. L. (2020). Los múltiples rostros de la Madre de la Patria. Retratos de María Remedios del Valle, una heroína afrodescendiente en la Argentina contemporánea. En caiana. *Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de Arte (CAIA)*.N° 16, (pp. 32 – 49).
- Golay, I. (2013) Argentina “crisol de razas: ficción y realidad”, en VII Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Goldberg, M. (1976) “La Población Negra y Mulata de la Ciudad de Buenos Aires: 1810-1840” en *Desarrollo Económico*, N°16, (pp. 75-99).
- Guzmán, F., Geler, L. y Ghidoli, M. L. (2016). María Remedios del Valle y Falucho: héroes negros en Argentina. *Historiografía, representaciones y memoria* (Investigación ganadora del Concurso Capitana María Remedios del Valle. Inadi, Cipdh, Flacso, Riood). Buenos Aires.
- Gracia, A., Hruby, R., y Cohen, S. (2018). Tensiones en el proceso de mercantilización en la actividad turística: construcciones y deconstrucciones en el abrazo del tango. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16, 755-768.
- INADI. (2009) “Hacia una Argentina sin discriminación”. Informe de gestión para el período 2008-2009, Buenos Aires, INADI.
- Johnson, L. (1976). La manumisión de esclavos en Buenos Aires durante el virreinato, *Desarrollo Económico*, 16 (63), (pp. 333-348)



Lacarrieu, M. (2001) "Zonas grises en barrios multicolores: 'ser multicultural' no es lo mismo que "ser migrante", en: SIMPOSIO BUENOS AIRES-NUEVA YORK: Diálogos Metropolitanos entre Sur y Norte, Revista Anais... [s.n], Buenos Aires.

Lao-Montes, A. (2009) "Cartografías del campo político afrodescendiente en América Latina", Universitas Humanística, N.º 68, págs. 207-245. Recuperado el 22 de agosto de 2021 de <http://revistas.iaveriana.edu.co/index.php/univhumanistica/article/view/2273>

Lamborghini, E. (2015). Candombe afro-uruguayo en Buenos Aires: Nuevas formas de sociabilidad, política y apropiación del espacio público. (Tesis de doctorado). Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.

Lamborghini, E. (2017) Apropiaciones y resignificaciones de las «culturas negras»: la práctica del candombe afro-uruguayo en sectores juveniles blancos de Buenos Aires (Argentina). Universitas Humanística, (83), (pp. 291-318).

Lamborghini E; Geler L; Guzmán F. (2017) Los estudios afrodescendientes en Argentina: nuevas perspectivas y desafíos en un país «sin razas» Tabula Rasa, núm. 27, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. DOI: <https://doi.org/10.25058/20112742.445>

Maffia, M. (2010). Desde Cabo Verde a la Argentina. Migración, parentesco y familia. Buenos Aires: Editorial Biblos.

Maffia, M. y Mateo, L. M. (2012). Afroargentinos: presentes, visibles y luchando por sus derechos, en Voces en el Fénix «La última frontera», (21), (pp. 116-121).

Mallo, S. (1991) "La libertad en el discurso del Estado, de amos y de esclavos. 1780-1830", en: "Revista de Historia de América", Nº 112, julio-diciembre, Instituto Panamericano de Geografía e Historia, México.

Mallo, S y Telesca, I (eds.), (2010) Negros de la patria. Los afrodescendientes en las luchas por la independencia en el antiguo virreinato del Río de la Plata, Buenos Aires, Editorial SB, (pp. 131-148), <https://doi.org/10.4000/nuevomundo.61408>

Martino, M. C. (2015) Afro/argentinos caboverdeanos de Buenos Aires, procesos históricos, políticos e identitarios desde una perspectiva inter-generacional. (Tesis de doctorado) Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Martino, M y Martínez, G. (2013) Un recorrido histórico por las actas de la Sociedad de Socorros Mutuos "Unión caboverdeana de Dock Sud". Claroscuro, (12), (pp. 96-117).

Mercado Maldonado, A y Hernández Oliva, A V. (2010) El proceso de construcción de la identidad colectiva. Convergencia, 17(53), (pp. 229-251). Recuperado en 20 de agosto de 2021, [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S140514352010000200010&lng=es&tlng=s](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S140514352010000200010&lng=es&tlng=s)

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos argentina gov.ar. Recuperado 10 septiembre 2021. <https://www.argentina.gob.ar/derechoshumanos/promocion/pluralismo/afrodescendientes>

- Ortiz Oderigo, N. (1969) Calunga: Croquis del Candombe. Buenos Aires, Eudeba.
- Ortiz Oderigo, N. (2008) El esquema de la música afroargentina, Norberto Pablo Cirio (editor), Buenos Aires: Eduntref.
- Parody, V. (2016). «Presencia» afrouruguaya en Buenos Aires. Su incidencia sobre las (re) configuraciones políticas, culturales e identitarias afrodescendientes del contexto argentino reciente (1974-2014). Revista uruguaya de Antropología y etnografía, I (2), (pp. 29-51).
- Picconi, M. L. (2006) Los colores de la discriminación. Procesos de reemergencia afrodescendiente en Córdoba. Córdoba, Babel Libros.
- Picotti, Dina (comp.) (2001). El negro en la Argentina. Presencia y negación, Buenos Aires, Editores de América Latina.
- Pineau, M. (2001) “La enseñanza de la historia del África subsahariana y los estudios sobre África subsahariana en la Argentina; Logros y Posibilidades”, en Picotti, Dina (comp.) El Negro en la Argentina: Presencia y Negación, Buenos Aires: Editores de América Latina, (pp. 63-70).
- Prats Ll. (1998) El Concepto de Patrimonio Cultural. Política y Sociedad, Revista de la Universidad Complutense. Facultad de Cs. Políticas y Sociología, nº 27, Madrid, (pp 63-76).
- Presencias afro en la construcción de la formación docente. Una propuesta a partir del 8 de noviembre. Dirección de Cultura y Educación del Gobierno de la provincia de Buenos Aires. Recuperado el 12 de octubre del 2021 de: [https://abc.gob.ar/secretarias/sites/default/files/202104/10\\_D%C3%ADa%20Nacional%20de%20las%20Afroargentinas%20y%20de%20la%20Cultura%20Afro%20Presencias%20afro%20en%20la%20construcci%C3%B3n%20de%20la%20docente%20-%20208N.pdf](https://abc.gob.ar/secretarias/sites/default/files/202104/10_D%C3%ADa%20Nacional%20de%20las%20Afroargentinas%20y%20de%20la%20Cultura%20Afro%20Presencias%20afro%20en%20la%20construcci%C3%B3n%20de%20la%20docente%20-%20208N.pdf)
- Rodriguez Molas, R. (1956) “El primer libro de entrada de esclavos negros a Buenos Aires”, en Revista de la Universidad, no 2, La Plata, Universidad Nacional de La Plata, (pp. 139-143).
- Schavelson, D (2003) Buenos Aires Negra. Arqueología histórica de una ciudad silenciada Buenos Aires, Emecé Editores.
- Secretaría de Desarrollo Ciudadano Buenos Aires.gob.ar. Subsecretaría de Derechos Humanos y Pluralismo Cultural de la Ciudad de Buenos Aires. Recuperado 20 de septiembre 2021 <https://www.buenosaires.gob.ar/vicejefatura/subsecretaria-de-derechos-humanos-y-pluralismo-cultural>
- Sobczyk R., Soriano -Miras, R., & Cavallero-Calvo, A. (2020). Procesos de construcción identitaria y desafíos del antiesencialismo analítico. Porto Alegre: Artigo-Sociologías. Año 22, n. 54, (pp. 202-229). DOI: 101590/15174522-94228
- Solomianski, A. (2003) Identidades Secretas: La Negritud Argentina, Rosario, Beatriz Viterbo ed, 2003.

Tamagno, L; Maffia, M. (2011) Lo afro y lo indígena en Argentina: Aportes desde la antropología social al análisis de las formas de la visibilidad en el nuevo milenio; Universidad de Barcelona; Boletín Americanista; 63; (pp. 121-141)

UNESCO (2012) Sitios de memoria y culturas vivas de los afrodescendientes. Argentina, Paraguay y Uruguay. Tomo I. Huellas e Identidades, Montevideo.

Villarrueta, S. (2014) Mujeres afroargentinas. Consideraciones sobre la intersección entre raza/etnia, género y clase. Temas de Mujeres. Revista del Cehim, 10(10), 73-92.

Yao, J. A. (2015) La prensa Afroportena y el pensamiento Afroargentino a finales del siglo XIX. Historia y Comunicación Social, 20 (1), (pp.137-175). Recuperado el 24 de agosto de 2021 de <https://link.gale.com/apps/doc/A498802663/IFME?u=anon~b6222804&sid=googleScholar&xid=c22c5887>

Zárate Ortiz, J. (2015) La identidad como construcción social desde la propuesta de Charles Taylor Eidos: Revista de Filosofía de la Universidad del Norte, núm. 23, (pp. 117-134) Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia.

# El patrimonio cultural en tiempos de turismo comunitario: relecturas, tensiones y reformulaciones

*Revision, tensions and reformulations over cultural Heritage in times of community based tourism*

 **Clara Elisa Mancini**

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Universidad Nacional de Tucumán  
Instituto de investigaciones Territoriales y Tecnológicas para la producción del Hábitat  
Tucumán, Argentina  
[claraemancini@gmail.com](mailto:claraemancini@gmail.com)

 **Cecilia V. Pérez Winter**

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas Técnicas, Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Filosofía y Letras, Instituto de Geografía  
Buenos Aires Argentina  
[cecipw@gmail.com](mailto:cecipw@gmail.com)

## RESUMEN

En este trabajo indagamos sobre el turismo comunitario como una modalidad que se promueve desde políticas públicas con el objetivo de motivar la participación de las comunidades locales en el desarrollo socio-económico de sus territorios. En particular, reflexionamos sobre cómo se construyen y tensionan los patrimonios -y la “voz experta”- desde las experiencias de turismo rural y comunitario (TRC). Para ello, consideramos casos en provincia de Santa Fe y Jujuy, a partir de trabajos

de campo realizados entre 2019 y 2020, con observación participante, entrevistas, consulta de archivos y de materiales turísticos. Como resultado, observamos cómo las comunidades expresan sus necesidades e intereses, adquieren voz para negociar la conformación y activación de sus patrimonios. En este proceso, se expresan tensiones sobre el patrimonio, el turismo y desarrollo territorial entre los actores involucrados.

**PALABRAS CLAVE:** turismo comunitario, patrimonio, discursos autorizados, comunidades locales.

#### ABSTRACT

In this paper, we investigate community based tourism as a tourist modality that is promoted from public policies aiming to foster the participation of local communities in the socio-economic development of their territories. In particular, we consider how heritage – and the “expert’s voice” - are built and contested from the experiences of rural and community-based tourism. To do this, we consider cases in the province of Santa Fe and Jujuy, based on the field work carried out between 2019 and 2020, with participant observation, interviews, files consultation and tourist materials. As a result, we observe how communities express their needs and interests, acquire a voice to negotiate the conformation and activation of their cultural heritage. In this process, the actors involved expressed tensions over heritage, tourism and territorial development.

**KEYWORDS:** community based tourism, heritage, authorized discourses, local communities.

*Fecha recepción: 24 de setiembre de 2021*

*Fecha aprobación: 2 de diciembre de 2021*

## Introducción

Desde la gestación de los estados-nacionales la noción de patrimonio dejó de ser concebida como un bien de carácter económico heredable en el ámbito familiar y privado, para pasar a ser entendido como elementos de diversos tipos y formatos que, de forma colectiva, evocan y permiten conformar versiones de identidades, pasados y memorias (Arantes, 1984; Candau, 2002). El patrimonio, ahora cultural y definido en estos términos, destaca su dimensión simbólica.

Sin embargo, a partir de la Segunda Guerra Mundial y bajo los discursos desarrollistas, la cultura --y el patrimonio cultural-- comenzaron a ser considerados como recursos pasibles de mercantilización (Gimenez, 1982; Viola, 2000). En ese proceso, nos interesa destacar la relevancia que adquiere el uso de los patrimonios locales como recursos para configurar y promocionar atractivos y destinos. En particular, desde aquellas modalidades que se identifican como "alternativas" (ecoturismo, de aventura, religioso, étnico, rural, entre otros). Así, dependiendo de la modalidad que se busque conformar, es el tipo de patrimonio que, quienes participan del proceso de turistización, seleccionarán y activarán.

Es importante señalar que la selección y activación del patrimonio como elemento simbólico o como recurso turístico, suelen recaer en aquellas personas que se identifican como las "expertas" --representantes de instituciones vinculadas a la gestión patrimonial y turística-- en el tema, aunque los discursos que se construyen en torno a él busquen apelar a las identidades, memorias, pasados, etc., en plural.

Recientemente el turismo rural y comunitario ha adquirido relevancia en los programas y políticas que impulsan el desarrollo local/territorial, tanto en Argentina como en otros países de América Latina; en especial tras la pandemia por la COVID-19 como "destinos seguros" en términos sanitarios. Ello es interesante ya que coloca a las comunidades locales como un actor importante dentro de los procesos de turistización pero también de conformación de patrimonios (qué es significativo para ellos para mostrar, de qué forma, cómo comercializar ciertos productos, qué tipo de turista recibir, etc.).

En este marco, nos preguntamos: ¿cuáles son los entramados institucionales de la política pública del turismo comunitario?, ¿adquiere la política pública particularidades en cada territorio?, ¿quiénes se involucran en estos procesos?, ¿qué criterios se utilizan para la selección de patrimonios?, ¿las nuevas formas de turismo comunitario ponen en tensión las interpretaciones

tradicionales de patrimonio dirigidas desde las "voces expertas"?, ¿se redefine el patrimonio con esta nueva posibilidad de turismo?

Ante lo expuesto, en esta ponencia nos interesa observar el turismo comunitario como una modalidad que se promueve desde políticas públicas con el objetivo de motivar la participación de las comunidades locales en el desarrollo socio-económico de sus territorios. En este sentido, proponemos indagar una serie de experiencias de turismo rural y comunitario provenientes de nuestras investigaciones en curso en las provincias de Jujuy y Santa Fe, con las cuales discutir: los entramados institucionales que intervienen en la aparición de esta modalidad de turismo en el territorio; la actuación de los/as "expertos/as" en los procesos de activación turística del patrimonio; las relecturas del patrimonio que emergen en las experiencias de turismo comunitario desde las propias comunidades; las tensiones y disputas que tiene lugar en dichos procesos.

Las informaciones expuestas en esta ponencia fueron relevadas y construidas a partir de nuestros trabajos de campo realizados entre los años 2019-2021, en los cuales se efectuaron observación participante, entrevistas semi-estructuradas presenciales y virtuales, consulta de material turístico en archivos de las áreas de turismo y en páginas web oficiales.

### **Lineamientos teóricos**

En este apartado nos interesa definir algunos conceptos claves que venimos desarrollando en el marco de nuestras investigaciones y que orientan el análisis y la discusión de este artículo. Indagamos en el turismo y en el patrimonio desde una mirada crítica. Es decir, que ambos son productos de procesos dinámicos y conflictivos.

### **Turismo, turismo rural comunitario**

Consideramos al Turismo no solo como una actividad económica constituida como una industria que afecta a nivel global sino también desde su aspecto más local, de pequeña envergadura y en el que se incluyen aspectos sociales y culturales. A su vez, entendemos que el turismo posee una dimensión material y simbólica que impacta en el territorio (Bertoncello, 2002). En este marco, es que consideramos que el mismo es un proceso situado, dinámico, históricamente cambiante en el que participan una diversidad de actores (comunidades, movimientos sociales, del ámbito empresarial, estatal, académico, privado, ONGs, organismos internacionales, etc.) localizados en diferentes escalas (desde los países “emisores” como “receptores”). Estos actores (locales y extra locales, estatales y no estatales) orientan o se involucran en el turismo poniendo en juego sus diferentes necesidades e intereses en un lugar determinado en el cual suelen existir tensiones, a la vez que redefinen lo global-local (Castro y Zusman, 2007). Por lo tanto, el turismo como proceso no está exento de conflictos. A su vez, el turismo como proceso genera transformaciones materiales y simbólicas en el territorio en el cual se desarrolla a partir del establecimiento de infraestructura, accesibilidad, instalación de ciertos servicios, y por supuesto, mediante la construcción de atractivos (Bertoncello, 2002). Desde la promoción/marketing, se construyen representaciones turísticas idealizadas, tanto del territorio en el cual se desarrolla como de sus comunidades, a partir de la reproducción de estereotipos, clichés discursivos y fantasías/expectativas que los turistas y visitantes esperan encontrar (Dann, 2001; Hiernaux, 2002). Así, el turismo, como veremos con el patrimonio, contribuye a legitimar versiones de identidades, pasados y sujetos de un territorio. Por otra parte, dependiendo de la modalidad que se busque conformar (de “sol y playa”, ecoturismo, cultural, rural, etc.), es el tipo de recursos, elementos o patrimonio que, quienes participan del proceso de turistización, seleccionarán y activarán (Sánchez, 1984). Se ha demostrado que el lugar de origen y el lugar de destino están articulados y forman parte de lo que se llamó “territorio turístico”, dado que el turismo es



una práctica social y como tal, ocurre en condiciones específicas que estructuran ese territorio (Bertoncello, 2002). Knafou (1992) ha mostrado la contradicción que involucra la valorización turística de un lugar de destino cuya lógica y sentido está en el lugar de origen, por lo que no está dada por la sociedad de lugar de destino (Knafou, 1992; Bertoncello, 2002). De este modo, el territorio del turismo resulta de la dinámica social que se apoya en la valoración de la diferenciación de lugares en el marco de una definición y construcción territorial (Bertoncello, 2002). Muchas veces, aquellos elementos activados y reconocidos formalmente como patrimonios suelen ser seleccionados y resignificados como atractivos turísticos y viceversa. Como señala Prats (2004), la mercantilización del patrimonio a través de la práctica turística puede generar tensiones al poner en cuestión su autenticidad, al no incluir la voz de la comunidad sobre qué y cómo mostrar sus patrimonios, al no participar de los réditos económicos que el turismo genera o, entre otras cosas, cuando se satura la capacidad de carga del destino (ej. sobre turismo) afectando negativamente la experiencia cotidiana de quienes allí residen (ej. turismo fobia).

El turismo rural comunitario se encuentra dentro las prácticas denominadas como turismo alternativo. Se presenta como una opción para la obtención de ingresos dirigida a sectores de la sociedad que estaban fuera de los prestadores de servicios turísticos tradicionales (Cáceres, Troncoso y Vanevic 2013) y como alternativa para el llamado Desarrollo. El paradigma del desarrollo se materializa en los territorios y genera resultados diferenciales para las poblaciones que los habitan y sobre las formas de ejercicio del poder en el territorio. Manzanal llama al modelo de desarrollo el “deber ser” del territorio, es decir, la priorización desde las políticas públicas en aquellos aspectos que benefician la competencia territorial en los mercados dinámicos de la globalización (Manzanal, 2014). Es decir, su objetivo es mejorar el desarrollo endógeno dado por su atraktividad para el capital (por sus recursos, competencias, especialización, historia, cultura, identidad).

Knafou (1996) ha indicado que la creación de actividad turística y de turistificación de los lugares proviene de: los turistas; el mercado; los planificadores y promotores territoriales. De este modo, sumado a las nuevas demandas de otro tipo de turismo, surgieron diversas estrategias de promoción del turismo rural comunitario desde los distintos 3de fortalecer el capital social, al fomentar la participación social, la articulación y la búsqueda de consenso, a la vez que se posiciona como alternativa de mejorar la competitividad económica del sector (Guastavino, Rozenblum, y Trímboli, 2014: 4). Pero, además, se propone como una alternativa al turismo de masas, que no es respetuoso con las culturas locales ni deja beneficios para las comunidades. Por el contrario, según la argumentación de los planificadores, este tipo de organización y promoción del turismo promueve un desarrollo sustentable y la inclusión social para estos pueblos a través de su cultura diferencial (Lacko, 2019).

### **Patrimonio, voces expertas y activaciones turísticas**

En cuanto al otro término que nos interesa definir, consideramos como patrimonio a cualquier objeto, lugar, expresión, práctica, etc., que pueda ser colectivamente reconocido como significativo y que tenga la capacidad de evocar versiones de pasados, constituir o consolidar identidades, memorias y subjetividades políticas, legitimar demandas/intereses, por ejemplo (Candau, 2002; Crespo, 2013; Rotman, 1999). El patrimonio no existe en la naturaleza, sino que es un proceso de construcción social en el que también existen actores que participan en su conformación a partir de otorgarle ciertos elementos, valores, sentidos y discursos que lo legitiman como tal (Prats, 2004; Smith, 2006).

En los procesos de turistización como de patrimonialización existen actores que suelen participar más que otros o que tienen mayor incidencia debido a su posición socio-cultural, económica y/o estratégica. De hecho, el patrimonio es también un recurso que reproduce diferencias sociales, donde algunos sectores hegemónicos son los que logran producir y distribuir este

tipo particular de bienes (García Canclini, 1999). En general se los identifica como “los/as expertos/as” en el tema. Son quienes poseen poder y recursos para orientar los procesos sobre qué se quiere mostrar, de qué forma y que justifican su preservación y/o usufructo para el desarrollo local.

Entre aquellos actores que sí participan en la toma de decisión sobre qué reconocer y por qué, Carrión (2000) los identifica como “sujetos patrimoniales”. Este autor afirma que inicialmente los sujetos patrimoniales pertenecían a las élites socio-económicas. Luego, el Estado comenzó a configurarse como el actor predominante en la conformación de patrimonio nacional con la creación de aparatos burocráticos/administrativos (instituciones, ministerios, direcciones, secretarías, regulaciones, convenios interinstitucionales) que complejizaron la gestión. Por último, otros sectores como el privado, los movimientos sociales, los organismos internacionales, se incorporaron en el proceso, llevando a lo que el autor denomina como una “democratización del patrimonio”. Carrión señala que la identificación de esos sujetos patrimoniales permitiría diferenciar y entender los potenciales o emergentes conflictos en torno al patrimonio. Por su parte, García Canclini (1999) reconoce tres agentes principales: el sector privado, el Estado y los movimientos sociales. Mientras que Hardoy (1989), por ejemplo, considera que las comunidades locales deben ser los “socios naturales” para garantizar la preservación de los patrimonios.

En estos procesos de patrimonialización, es importante considerar los discursos que se configuran en torno al patrimonio. Smith (2012) los llamó “discurso patrimonial autorizado” (DPA) a la formación de una narrativa profesional muchas veces involucrada en la legitimación y regulación de relatos histórico culturales que buscan mantener y negociar ciertos valores y jerarquías sociales. Es un discurso que se originó en el siglo XIX y XX en los debates de la Arquitectura y la Arqueología europeas para preservar el pasado para las futuras generaciones. Este discurso eurocéntrico fue retomado y revalidado internacionalmente por organizaciones como

UNESCO e ICOMOS (Smith, 2012). De este modo, consideramos como “saber experto” al discurso que generan todos aquellos que forman parte del campo de producción de bienes culturales patrimoniales (Bourdieu, 1990) y ocurre una lucha de poder que supone la formación, consolidación y reproducción de burocracias que son las que dan legitimidad al proceso de selección y valoración de esos bienes y saberes. Es en este sentido que el saber experto y el poder político construyen el patrimonio y consolidan su significado, a la par de otros procesos, como puede ser la valoración turística (Mancini y Tommei, 2012; Mancini, 2016).

De todas formas, cabe destacar que tanto desde el turismo como desde el patrimonio es cada vez más frecuente hacer mención del turismo comunitario y de los patrimonios comunitarios. Esta adjetivación, en líneas generales, busca poner énfasis en la participación de las comunidades locales dentro de los procesos de turistización y patrimonialización. Lo que suele variar es cómo se organizan comunitariamente las comunidades y qué grado de participación realmente tienen cada sector o referentes de las mismas.

### **Políticas públicas**

Consideramos que las políticas públicas se originan por una cuestión problematizada de la realidad, son demandas o necesidades de diferentes sectores o actores sociales. Así, las políticas públicas pueden analizarse como un conjunto de acciones y omisiones que suponen una forma de intervención de instituciones del Estado en relación con aquella cuestión que promueve la atención, interés o movilización de otros actores en la sociedad civil (Oszlak y O'Donnell, 1995). Así, las políticas públicas son herramientas de intervención y acción sobre la realidad cuyo fin es imponer un orden y legitimar la toma de decisiones (Shore, 2010). Para estudiar las políticas públicas es necesario conocer los diversos actores sociales que intervienen, sus vinculaciones y sus intereses y objetivos. Algunos autores han denominado tramas institucionales a la configuración de puntos de conexión

(de negociación, conflictos, diferencias) entre los actores sociales (Manzanal et al., 2009).

Bajo esta perspectiva indagaremos en las políticas públicas que orientan la activación patrimonial desde iniciativas que implementan el turismo rural y comunitario a partir de una serie de casos. Ellos nos permitirán discutir los objetivos y preguntas planteadas en la introducción.

### **El saber experto, patrimonios y turismo rural comunitario en Argentina**

Como señalan algunos autores existen ciertos actores que, en base a tiempo, recursos y poder, poseen mayor incidencia en cómo orientar los procesos de conformación de patrimonios, en particular, aquellos que logran adquirir algún tipo de reconocimiento formal. En Argentina desde que se creó la Comisión Nacional de Monumentos, de Lugares y de Bienes Históricos en la década de 1940, aunque en ese entonces se denominaba Comisión Nacional de Museos, Monumentos y Lugares Históricos, la selección sobre qué patrimonializar, a nivel nacional y bajo qué argumentos, recaía en el saber experto de los historiadores y arquitectos. Así, se valorizaban lugares, edificaciones y monumentos asociados a la religión oficial, a próceres masculinos y a eventos de batalla, conformando un pasado de tipo “épico” (Pérez Winter, 2020a). Esto fue modificándose con el tiempo, junto a otros aspectos de la patrimonialización, como los criterios de valorización, los elementos a considerar, los territorios y sus sujetos.

Como ya anticipamos, el patrimonio posee una doble dimensión (simbólica y económica) que resulta atractiva para utilizarlo como recurso dentro del campo de las políticas públicas - nivel nacional como internacional- que buscan impulsar o fortalecer el desarrollo local o revitalizar ciertas áreas de un territorio (Viola, 2000). En este marco es que las estrategias participativas comenzaron a tener mayor relevancia en la planificación del turismo. Actualmente, es cada vez más frecuente la participación de las comunidades locales en el proceso de implementación de políticas públicas turísticas a

partir de la modalidad rural y comunitaria. Esta modalidad que suele llevarse adelante en pequeñas localidades, sea impulsada por actores locales o extralocales, generalmente busca que las comunidades tengan voz y voto durante el proceso de turistización, el cual incluye la activación de patrimonios y otros elementos y recursos significativos para ofrecerlos como posibles atractivos. No obstante, estos procesos incluyen el involucramiento de técnicos/as que tiene el rol de mediar entre el área de turismo -municipal, provincial, nacional- y el territorio, con el fin de garantizar la ejecución de los programas vigentes.

Dentro de Argentina, ha sido señalado que el origen de las políticas públicas del Turismo Rural vinculados al Desarrollo Rural es de la década de 1990 como alternativa para atemperar una situación de crisis entre los Chacareros patagónicos. En ese contexto, técnicos/as del INTA comenzaron a ofrecer el turismo rural como una alternativa para crear un nuevo ingreso y disminuir riesgos de los/as productores/as agrarios. Inicialmente, los proyectos de turismo rural se enmarcaron en los programas de Cambio Rural. Luego, con la implementación del Programa Federal de Apoyo al Desarrollo Rural Sustentable (ProFeder), en el año 2004, comenzó a repetirse este tipo de experiencias y a proliferar en los diversos centros regionales que posee el INTA en el territorio, lo que favorece el acompañamiento y continuidad de los proyectos. Por otra parte, desde el INTA también se conformó la Red de Turismo Rural en 1996 y logró formalizarse como parte de la agenda programática en el año 2019 (Guastavino, Lance, y Rozenblum, 2015; Pérez Winter, 2020b). Además del INTA, otros organismos también se involucraron y articularon con el fin de promover el turismo rural y comunitario: el Programa Federal de Reconversión Productiva para la Pequeña y Mediana Empresa Agropecuaria (INTA y el Ministerio de Agricultura de Nación/MINAGRO, 1993); el Programa Argentino de Turismo Rural (MINAGRO, 2000); se llegó a crear el Área de Coordinación del Turismo Rural (Ministerio de Turismo de Nación/MINTUR, 2000); el Programa Argentino de

Turismo Rural “Raíces” (MINAGRO, MINTUR, 2000); el Programa de Fortalecimiento y Estímulo a Destinos Turísticos Emergentes (MINTUR, 2004); el Programa “Mi Pueblo” (Ministerios de Desarrollo y Ministerio del Interior, 2004); el Proyecto Nacional de Turismo Rural (MINTUR, MINAGRO, INTA, 2008); la Red de Turismo Provincia de Buenos Aires región Sur (INTA, 2016), entre otros (Roman y Ciccolella, 2009).

Asimismo, se conformó la Red Federal de Turismo Rural Comunitario (RATURC) dentro de la gestión del Ministerio de Turismo (2003-2015), con el apoyo del INTA y el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, a través de la Secretaría de Agricultura Familiar (SAF), que desde sus inicios aportó información y capacitación al Ministerio de Turismo y colaboró con técnicos en los territorios. Este entramado institucional se completa, además, con la intervención de organismos internacionales que promovieron a través de financiamiento y así, también, pautaron los lineamientos teórico-metodológicos de desarrollo local a partir del turismo para estos espacios rurales. La principal justificación es la consideración del componente cultural indígena campesino como un valor a utilizar. Como enumera Lacko, la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Organización Mundial de Turismo (OMT) y, en menor medida, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), favorecieron el turismo comunitario a través de diversos programas y proyectos (Lacko, 2019).

Al comprender el entramado que forma parte de la aparición de emprendimientos de turismo rural comunitario, podemos aproximarnos a la problemática de los procesos de patrimonialización y las tensiones en torno a su configuración, valor y significación. En este marco regional y nacional se insertan los casos analizados, que nos permiten indagar cómo se presenta la voz autorizada sobre la activación de los patrimonios y como se tensiona/cuestiona en el vínculo que se establece entre los actores representantes de las comunidades y del estado u otros que se identifican como “actores estratégicos” de la gestión.

## Santa Fe y los proyectos asociativos de turismo rural desde el INTA

Santa Fe se localiza en el centro-este de Argentina. Tiene una superficie de 133.007 km<sup>2</sup>, siendo la ciudad Santa Fe de la Vera Cruz su capital. La provincia está compuesta por 19 departamentos, de los cuales en este trabajo nos interesa destacar el de San Javier y el de Castellanos, de donde provienen los casos a tratar (Figura 1). Limita con las provincias de Entre Ríos, Corrientes, Chaco, Santiago del Estero, Córdoba y Buenos Aires. La provincia se caracteriza por ser una llanura extensa, encontrándose entre los 10 y los 125 metros sobre el nivel del mar. A su vez, se pueden distinguir dos regiones: la Llanura Chaqueña y la Llanura Pampeana. En su margen oriental bordea el río Paraná, reconocido como un importante recurso hídrico. Según el Censo del año 2010 cuenta con 3.257.907 habitantes. Como actividad económica se destaca la actividad portuaria con la pesca pero también la agricultura. Asimismo, podemos señalar el turismo como otra actividad productiva en la cual se destaca el turismo rural desde iniciativas promovidas o acompañadas por actores estatales (Brac, 2011; Dellamónica, 2010; Schmidt y Brasca, 2013) y el turismo en ámbitos urbanos, donde el recurso hídrico como el río Paraná es de gran relevancia, destacándose las ciudades de Santa Fe y Rosario (Picco, 2019).

**Figura 1. Localización de la provincia de Santa Fe. Ubicación de los departamentos San Javier y Castellanos**



**Fuente: Elaboración propia**



En este marco nos interesa destacar el rol del INTA como organismo estatal y territorial que ha tenido un rol significativo en el desarrollo del turismo rural en Argentina y en particular en la provincia de Buenos Aires. A pesar de que el INTA se creó en la década de 1950 para dar un impulso a la producción agraria en Argentina --desde la extensión, investigación y la tecnología--, a partir de la década de 1990 comenzó a incluir al turismo rural como alternativa para productores agrarios de la región de Patagonia que enfrentaban una crisis en sus emprendimientos agrarios (Barrera, 1997). Para fines de la década del 2000 el INTA ya contaba con 117 proyectos.

La conformación de un proyecto de turismo rural surge por una “demanda desde el territorio”, es decir, que personas de una comunidad se contactan con el INTA mediante el interés de llevar adelante este tipo de iniciativas. En algunos casos el grupo se formaliza desde el programa Cambio Rural o desde otra herramienta que ofrece el PROFEDER. Los proyectos suelen durar un par de años y en ese tiempo cuentan con un/a técnico/a del INTA y un promotor para organizar el proyecto. Para poder implementar el turismo rural, técnicos/as del INTA adaptaron la metodología asociativa del programa Cambio Rural que era destinado para grupos de agricultores. Ello implicó, por una parte, la creación de una nueva categoría, “emprendedores”, para poder incluir a todas aquellas personas que no necesariamente tienen algún emprendimiento agroproductivo y que se nuclean para formar parte de un proyecto de intervención de turismo rural el cual no involucra solo a productores agrarios, sino también, gestores, guías, artesanos/as, etc. Por otra parte, se espera que cada emprendedor/a ofrezca un servicio o actividad diferente para complementarse entre ellos/as y así organizar una especie de “paquete turístico” (Guastavino, Rozenblum y Trímboli, 2010; Pérez Winter, 2020b).

En este artículo nos interesa comentar las primeras experiencias de turismo rural que acompañó el INTA en la provincia de Santa Fe entre el 2000/2001 en los departamentos de San Javier y Castellanos. En este caso, la “demanda

del territorio” provino de un presidente comunal que veía el deterioro de su localidad (migración, casas abandonadas, decadencia productiva de los tambos) tras la crisis económica que se había iniciado a mediados de la década de 1990 y culminó con la famosa “crisis del 2001”.

...y cuando viajábamos en las zonas veíamos que por la crisis tan grande del 2001 había muchos pueblos que cuando íbamos por una cuestión productiva encontrábamos que nos poníamos a hablar con el... con el presidente comunal y el presidente comunal nos planteaba que había mucho... muchos asentamientos en las casas que... viejas o casas que ya no eran habitadas de personas que perdían sus trabajos y que venían de más del interior o sea, eran tamberos, que ya no habían tambos, que iban cerrando los tambos... (Entrevista Técnico/a en territorio, 2019).

Ante esta situación desde el INTA se pensó la forma de promover el desarrollo local a través del turismo rural.

...el presidente comunal (...) que confió en nosotros... que nos dijo que había un emprendimiento que el acompañaba de otras actividades productivas no tradicionales que veía que esa podía ser una posibilidad. (...). ...ahí arranca todo como arrancó; ¿por qué no intentábamos armar un grupo de Cambio Rural que fuera de turismo rural? (Entrevista Técnico/a en territorio, 2019).

Así, el turismo rural en ese momento era una modalidad poco conocida en Argentina. Desde el INTA comenzaron a orientarse grupos de turismo rural con modalidad asociativa a grupos de familias agropecuarias que ya estaban insertados en el programa Cambio Rural. En otras ocasiones se incluían nuevos grupos que estaban formados por emprendimientos agrarios (tradicionales o no) y servicios con el fin de juntarlos y reorganizarlos con una

nueva propuesta. De esta forma, la práctica agraria y su producción pasaron a ser resignificados y utilizados como atractivos y productos turísticos, generando un nuevo cambio productivo: de tambo a soja y a ellos sumándose lo turístico.

Si bien el INTA actúa en función de la “demanda en el territorio”, existen algunos/as técnicos/as que se acercan al territorio en busca de esas “demandas” o posibilidades:

...nosotras empujábamos para ver si en otros lugares había demanda, necesidad, lo veían como algo factible y teníamos que hacer todo un relato de lo que para nosotros era el desarrollo local y la oportunidad que el desarrollo local fuera a través del turismo rural, como un complemento a las actividades que tenían los productores en el campo (Entrevista Técnico/a en territorio, 2020).

...empecé a notar cosas, y me di cuenta que había hecho una lista como de 20, 25, prestadores de servicio de turismo rural, como le llamaba yo en ese momento. Tipos que tenían una casa en el medio del campo, en la costa, y recibían gente. Por ahí esa casa estaba al costado del campo, y había vacas, y hacían carbón, y hacían leña, en fin, esas cosas (...). Entonces una vez hice un encuentro en [nombra la localidad] una tarde, donde invité al director de la Regional, al director de la Experimental, a compañeros de la Experimental Reconquista y a todas las organizaciones del medio en [nombra la localidad], para presentar el trabajo y decirles: acá hay una veta, hay una ventana ¿por qué no la abrimos juntos? Y así empezó el trabajo en Turismo Rural en [nombra la localidad], básicamente. (Entrevista Técnico/a en Territorio, 2019).

El proceso inicial de implementar el turismo rural asociativo en Santa Fe desde el INTA tuvo sus desafíos (Pérez Winter, 2020b): "...los integrantes del grupo no lo terminaban de ver. (...)... les faltaba mayor empoderamiento a la gente local". (Entrevista Técnico/a en territorio, 2020). Hubo un par de intentos fallidos hasta que en una localidad se pudo implementar y lograr continuidad en la organización y actividad turística.

También había emprendimientos... había un emprendimiento de una casa de té, había una señora (...) que tiene una casa y que en realidad la habíamos puesto como guía de turismo y hay una casa donde había algunos emprendimientos con casas de campo lindas donde bueno, en algunas se hacía algo de deporte, o sea se hacían campamentos... (...) había una mínima experiencia de recibir gente de alguna manera. (Entrevista Técnico/a en territorio, 2020).

A partir de este testimonio podemos reflexionar que para que pueda llevarse adelante el turismo, no solo debe haber infraestructura, atractivos, sino voluntad de participar por parte de las comunidades locales y algún tipo de experiencia previa que facilite consolidar la noción del turismo y entenderlo como una práctica que se da a mediante un proceso.

Es importante destacar que, aunque desde el 2005 el INTA abordó al turismo rural desde el enfoque de desarrollo territorial (Guastavino Rozenblum y Trímboli, 2010), la valorización del patrimonio siempre fue un eje fundamental a trabajar desde una modalidad participativa:

...hacíamos muchos encuentros para rescatar el patrimonio cultural y simbólico que ellos tenían. (...). Después lo que era tratar de generar... digamos todo lo que se vendiera o que se... esas actividades que se proponían para la gente de la ciudad... (...) hacíamos reuniones en un lado, hacíamos reuniones en el otro... (...). (Entrevista Técnico/a en territorio, 2020).

Las primeras experiencias de Santa Fe valorizaban diferentes elementos asociados al patrimonio local, pero vinculados a ciertas nociones de ruralidad. En territorio se generaban intercambios entre el saber experto impartido por los/as técnicos/as y los grupos de las comunidades locales que participaban de los proyectos de turismo rural del INTA en la selección de los patrimonios-atractivos turísticos:

Y ellos [vecinos del pueblo] destacaban lo que era el ferrocarril y sobre [el] ferrocarril hacíamos viste, toda la historia de lo que había sido ese ferrocarril con su impacto y desarrollo de ese pueblo. Después lo que era tratar de generar... digamos todo lo que se vendiera o que se... esas actividades que se proponían para la gente de la ciudad que en realidad la ciudad. (Entrevista Técnico/a en territorio, 2020).

Y en otros casos, lo que los/as propios/as técnicos/as identificaban como elementos que podrían encajar en el turismo rural que incipientemente estaban promoviendo:

Y entonces empecé a darme cuenta que era una zona turística. Con el tiempo me empecé a dar cuenta. Los fines de semana veían muchos autos con lanchas atrás. Y veía bajar de los micros en la terminal, pescadores, con la cañita, la cajita de pesca. (...) En verano, por semana, por día, por fin de semana, los fines de semana había momentos en que se llenaba de gente el pueblo. (...)...era el presidente de la Sociedad Rural, era uno de los que tenía una casa relacionada con este tema. Y le gustaba recibir gente, la casa la tenía en una barranca, en el medio del campo, y no sé, la cosa cerraba. Digo, si yo me siento bien acá, ¿por qué no se pueden sentir bien otras personas ciudadinas, urbanas? ¿Y por qué no podían disfrutar esto? después empecé a mirar los arrozales, y lo que es un arrozal, cuando inundan, cuando siembran, cuando cosechan, y dije: qué pintoresco que es esto.

Claro, yo tenía la mirada del ciudadano citadino que hacía turismo. (Entrevista técnico/a en territorio, 2019).

Es interesante que en ambos casos quienes trabajaban en territorio buscando impulsar las primeras experiencias identificaban patrimonios y posibles atractivos en función de su mirada urbana o considerando las expectativas de un turista proveniente de una ciudad.

Si bien existe la metodología de taller, el saber experto no deja de estar mediado de alguna manera por quienes actúan como técnicos/as en el territorio:

...le faltaba mayor empoderamiento a la gente local. (...) había algo genuino pero había algo de que nosotros tratábamos de generar atractivos que tuvieran que ver con historia, con la cultura pero que lo íbamos nosotros armando, liderando, o sea ideas y tratando de compartirlas. (Entrevista Técnico/a en territorio, 2020).

Ante lo expuesto, se puede apreciar que en los primeros proyectos de turismo rural que se llevaron adelante en Santa Fe, desde la actuación del INTA, se apuntaba a implementar el turismo rural asociativo como una estrategia de desarrollo local. Esta modalidad configurada desde el INTA promovía la valorización del patrimonio cultural como una parte importante del proceso de turistización. Si bien se daba lugar a la participación de representantes de las comunidades locales, existía una incidencia importante de quienes trabajan como técnicos/as en el territorio. Esa valorización del patrimonio, podríamos denominar “rural”, destacaba tanto aspectos de la producción agraria típica de la región como otras innovadoras pero también promovía una valorización cultural e histórica del campo pero desde una mirada “citadina”.

Por otra parte, desde el inicio se buscó que los emprendimientos de turismo rural acompañados por el INTA se vinculen con otros actores locales que

permitan aunar recursos para mejorar la actividad y servicios orientados al turismo. Y en algunos casos, cuando varios proyectos de turismo rural o agrarios se encuentran con cierto grado de consolidación, se los nuclea dando lugar a otros formatos como las rutas. En el caso de Santa Fe aún está vigente, con sus modificaciones y transformaciones, la Ruta de la Leche (Pérez Winter, 2020b). En este tipo de ofertas se mantiene la búsqueda por articular diferentes tipos de actores (estatales y no estatales, locales y extralocales), organizándose una serie de actividades en torno a la Ruta y su temática. En este sentido, se promueve la valorización de una serie de elementos, como los patrimonios, que giren alrededor de la materia prima, las recetas y productos derivados de ellos y si existe alguna certificación, destacarlas. A su vez, las rutas, en este caso alimentaria, también se presentan como estrategia para obtener certificaciones de calidad, de origen o declaratorias patrimoniales que permitan agregarle valor al alimento (Pérez Winter, 2021).

### **La promoción del turismo rural comunitario en la provincia de Jujuy**

La provincia de Jujuy se ubica en el noroeste de la República Argentina. Su población actual es de más de 600.000 habitantes, en una superficie de 53.219 km<sup>2</sup>. La capital de la provincia es San Salvador de Jujuy y sus principales actividades productivas en la actualidad son la agroindustria, la minería y el turismo. La provincia comenzó la década de 1990 ingresando en una crisis que afectaba a las principales actividades económicas, junto con la privatización de los servicios públicos y el cierre del ferrocarril que llegaba hasta La Quiaca. Este contexto posicionó al turismo como una opción para la recuperación económica y derivó en una serie de medidas de la provincia para impulsar al sector (Troncoso 2012). En ese marco, se dio la postulación de la Quebrada de Humahuaca ante la UNESCO para su reconocimiento como Patrimonio de la Humanidad. Desde entonces, el turismo ha tenido un crecimiento exponencial, con arribos de turistas que en 1994 eran 7.175, en

el 2006 eran 109.057 (Troncoso, 2009) y en el 2019 1.576.046 (Provincia de Jujuy, 2019).

Desde el año 2005, luego de la formulación inicial del Plan Estratégico Territorial (PET) en la provincia de Jujuy, distintas comunidades originarias reclamaron participación activa en la formulación del plan de desarrollo turístico a raíz de la experiencia de la declaratoria de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio Mundial de la UNESCO donde no la tuvieron. La Secretaría de Turismo de la Provincia creó un espacio de Turismo Rural de Base Comunitaria para comenzar con un diagnóstico. La familia Lamas de la comunidad de Hornaditas, que había iniciado su emprendimiento de Turismo Rural de forma autónoma, recibió un acompañamiento desde el año 2006 de la Secretaría de Turismo. Al ser una experiencia nueva y en un ámbito rural, la Secretaría de Turismo se vinculó a la delegación del Programa Social Agropecuario (PSA), que luego en 2008 pasó a ser la Subsecretaría de Agricultura Familiar (SAF). Para obtener financiamiento y créditos, se vincularon con los Centros de Economía Popular, dependiente del Ministerio de Desarrollo. Con el transcurso de los años y las experiencias de trabajo, estas instituciones fueron articulándose en el diálogo entre partes técnicas y comunidades que fueron desarrollando los primeros emprendimientos hasta el año 2015. Así, el emprendimiento de los Lamas en Hornaditas y la Comunidad de Ocumazo fueron los primeros de la Quebrada de Humahuaca y la Comunidad San Francisco de Alfarcito en Puna. Estas experiencias generaron un antecedente que fue contagiando a otras comunidades a intentar emprender como prestadores turísticos, como Coctaca, Rodero, Cuchillaco, entre otras. Algunas de estas primeras comunidades se vincularon a su vez a la RATURC, y pasaron a formar parte de la red (Red Espejo de Sal, Comunidad Hornaditas, Comunidad Ocumazo, Comunidad Kolla Valle Colorado, Comunidad Kolla de Tumbaya, Comunidad Kolla de Punta Corral).



A partir de esas experiencias iniciales, el área de Turismo Rural en la Secretaría de Turismo fue formalizándose, dado que cada vez se iban sumando más comunidades. No obstante, hasta el 2015, las acciones del Área de Turismo Rural por momentos tenían mayor capacidad de acción y otros sin tanta injerencia (Entrevista a la Coordinadora de Turismo Rural de la Dirección de Productos Turísticos, Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy, 2021). A su vez, la Secretaría de Turismo de Jujuy desde el área de Turismo Rural, inició un trabajo articulado con la Secretaría de Agricultura Familiar y la Secretaría de Pueblos Indígenas, para formular una metodología de acompañamiento que dio como resultado el denominado proceso formativo, un acompañamiento que involucra la formación como anfitrión turístico, el desarrollo de circuitos, la capacitación en los valores patrimoniales, el desarrollo de planes de negocios, entre otros aspectos.

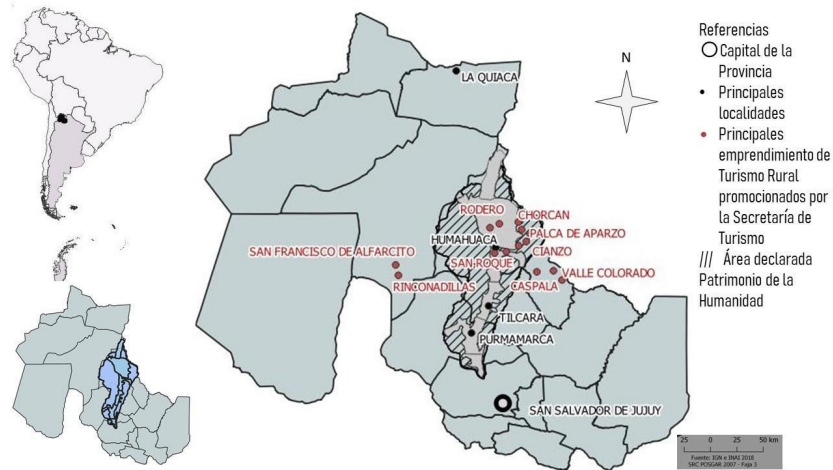
Los procesos de implementación de los proyectos de turismo rural incipientes han generado un aprendizaje y hoy se distingue con más claridad cuando son lo que se denomina “de base comunitaria” o cuando son enteramente comunitarios, como el caso de Alfarcito de la Puna:

Había una diferenciación en la actividad del turismo que hacía Clara [de la comunidad de Hornaditas], con la comunidad de la Puna. Porque Clara era solamente una familia. Estamos hablando en un tiempo donde todo era llamado turismo rural y no había una diferenciación. Estaba el turismo de estancia... mezclado con el turismo comunitario. Bueno, ahora ya lo podemos discriminar teóricamente en base a las formas organizativas. (...) Por ejemplo, Clara [de la comunidad de Hornaditas] es de base comunitaria. Porque en su comunidad solo algunas familias se asoman o se suman para poder trabajar en un proyecto turístico rural. No así por ejemplo la comunidad San Francisco de Alfarcito, que ha sido la pionera en realidad en la Provincia de Jujuy con lo que es Turismo Rural Comunitario

puro. Porque toda la comunidad se integró al proyecto. De hecho, ha sido la primera comunidad que construyó una posada comunitaria y la organización y administración es comunitaria. Rotativa, por turnos familiares. (Entrevista a la Coordinadora de Turismo Rural, Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy, 2021)

En el año 2015, se dio un cambio de gestión y se apuntó a fortalecer las políticas públicas orientadas al desarrollo del turismo rural. Allí se dio la participación de Sandra Nazar como Directora de Producto Turístico de la Provincia, que ya contaba con una amplia experiencia en proyectos de Turismo Rural --en especial la Red Espejo de Sal. Es bajo su gestión que el área de Turismo Rural Comunitario, que no era una dependencia formal en el Ministerio, se institucionalizó como Coordinación de un Programa de Turismo Rural Comunitario. Los años de experiencia de trabajo articulado entre organismos ya habían permitido desarrollar un método de trabajo, denominado proceso formativo, elaborado en conjunto entre la Secretaría de Turismo con la Secretaría de Economía Popular, la Secretaría de Agricultura Familiar y la Secretaría de Pueblos Indígenas. Esta articulación entre dependencias estatales en conjunto con años de trabajo de los técnicos en el territorio permitió la formulación de un Manual del Emprendedor de Turismo Rural Comunitario (publicado en 2019) y una estandarización de la implementación de proyectos con una metodología de trabajo de acompañamiento. Actualmente, se promocionan los principales proyectos de turismo que se han desarrollado como parte de esa metodología (Figura 2). Si bien, no hay una intención explícita, la mayoría se concentran en sectores de la Quebrada de Humahuaca, y en la Puna se ubican en la región de las Salinas; dejando por fuera otras áreas de la Provincia que no reciben tantas visitas.

**Figura 2. La provincia de Jujuy, su área declarada como Paisaje Cultural Patrimonio de la Humanidad y principales emprendimientos de turismo rural comunitario<sup>1</sup>**



**Fuente:** *Elaboración propia en base a capas vectoriales del IGN y de datos de la Secretaría de turismo de Jujuy.*

La existencia de un proceso estandarizado de trabajo, así como la aparición de instituciones que replican este tipo de emprendimientos en todo el territorio nacional permite preguntarse hasta qué punto en el trabajo de los técnicos territoriales aparece la visión comunitaria sobre el significado del patrimonio.

En las experiencias de los procesos formativos, existe una primera instancia de enseñanza dirigida a la valoración histórica, cultural, natural y paisajística del sector donde vive la comunidad.

El encuentro [con la comunidad] inició, de acuerdo a lo planificado, con una revisión de los contenidos de Historia

<sup>1</sup> En rojo se señala los emprendimientos principales que la Secretaría de Turismo promueve en su página web oficial.

abordados anteriormente, periodo por periodo, buscando establecer relaciones y analogías con características propias del lugar. (Entrevista a Técnica en Territorio, 2021).

En esta instancia, se replican saberes expertos desarrollados por diversos investigadores de lo que se ha consolidado como patrimonio. Pero también, como parte de este proceso se lleva adelante un proceso de postulación y habilitación de circuitos turísticos ante las Asambleas de cada comunidad. Estos circuitos los proponen miembros de la comunidad y luego se recorren junto a los técnicos territoriales para relevar y sistematizar la información. Dentro del proceso formativo se fueron desarrollando mecanismos participativos de valoración y construcción de patrimonio. En el caso de algunas comunidades del Zenta, se ha implementado la formulación de “espacios de memoria” para los talleres de los técnicos con las comunidades. Esta propuesta requería la selección de objetos significativos e informantes claves a quienes se les realiza una entrevista para poder construir una narrativa o experiencia a compartir con los visitantes futuros (Entrevista a Técnica en Territorio, 2021). Estos espacios se pensaron como la combinación de una experiencia, un relato y objetos que sirvan como disparadores de la memoria. Se fueron construyendo en las reuniones con las comunidades, en diálogo con los técnicos:

Don [dice el nombre de emprendedor] cuenta con doce cajones de abejas repartidos en su terreno, en el que también siembra quínoa y habas; y una pequeña construcción de dos habitaciones, una para sus objetos personales y otra empleada como sala extractora de miel. El grupo visitó la sala extractora de miel. En esta sala, estaban los objetos que él había escogido para el armado de su espacio memoria. (Entrevista a Técnica en Territorio, 2021)

En este diálogo entre los técnicos y técnicas con las comunidades se establecieron circuitos turísticos que ofrece la comunidad, y se seleccionó

qué perfil tendrán para promocionarse y se gestaron los emprendimientos que pueden ser de explotación comunitaria, de un grupo de familias o de personas individuales, según el caso. Pero también, a partir de esta interacción las comunidades realizan una reflexión propia sobre su forma de vida y el valor de su cultura. De todos modos, esto no ocurre aislado de un proceso amplio de reivindicación de la identidad originaria en toda la región que implica también una revalorización de las costumbres, saberes y formas de hacer de estas comunidades.

Como parte del proceso formativo, además, se intenta que las comunidades participen de redes más amplias, de encuentros entre la propia red que conforman, así como de redes más amplias y de los encuentros de redes de Turismo Rural Comunitario. Incluso, en junio de 2021 el gobierno de Jujuy organizó el Encuentro Latinoamericano de Turismo Rural Comunitario. En este sentido, se observa una tensión existente entre la estandarización de un proceso de activación de turismo que se replica en la región y en toda Latinoamérica bajo el discurso del desarrollo local y, por el otro lado, la intención de que este proceso sea bajo los términos de cada comunidad, contemplando las valoraciones y saberes locales.

### **Discusión y consideraciones finales**

En el apartado anterior hemos presentado los entramados institucionales que dieron forma a la política pública de desarrollo de turismo en dos casos distintos en los cuales la presencia del Estado (en diferentes niveles de gestión) ha sido significativo y relevante en el proceso, más allá de la agencia de las comunidades locales. En el caso de Santa Fe, se mostró como el INTA operó en sus inicios buscando instalar una posibilidad para la revitalización del territorio rural santafesino pos crisis económica del 2001, en un momento en el cual el turismo rural y comunitario se presentaba como una novedad. En ese sentido, el INTA comenzó a desarrollar un turismo bajo la modalidad asociativa como una versión de lo que actualmente podemos

enmarcar dentro de la base comunitaria. En este primer caso existía una “demanda en el territorio” que desde el INTA se orientó en implementar el turismo rural como alternativa provista por algunos/as técnicos/as que se encontraban en el territorio y no como una política institucionalizada. En el caso de Jujuy, a partir de la experiencia de la patrimonialización de la Quebrada desde UNESCO, también surgió una “demanda desde el territorio” por parte de las comunidades locales para participar activamente en el turismo. Estas comunidades, además, eran pertenecientes a los pueblos originarios, y a la par de este proceso de reclamo en la participación fueron también obteniendo el reconocimiento como comunidades originarias por el Estado. Esto le da la particularidad al entramado institucional de incluir a la Secretaría de Pueblos Indígenas de la Provincia como un interlocutor más. El INTA también tuvo el papel de proveer técnicos/as inicialmente y de capacitar en las primeras experiencias que se desarrollaron.

Ambos casos nos demuestran que las políticas públicas que orientan el turismo rural adquieren particularidades según los territorios a partir de que quienes trabajan como mediadores entre instituciones estatales y las comunidades locales también consideran las necesidades, tensiones existentes e implementar el turismo rural y comunitario como una herramienta de resolución de ciertos conflictos, como vehiculizador de recursos materiales y financieros y como respuesta a los reclamos que las propias comunidades expresan en términos materiales y simbólicos, entre los cuales se incluye la valorización de los patrimonios. En este marco, aunque en ocasiones parecería que las políticas públicas se presentan como un modelo o paquete a ejecutar, en la práctica y en territorio, el proceso es más complejo, abierto y multidireccional. Así, podemos observar que, desde la formulación y aplicación de políticas públicas, en este caso de turismo rural y comunitario, no solo participan actores estatales que desde sus oficinas proponen planes estratégicos, programas y normativas, sino que también participan técnicos/as que actúan como mediadores y las comunidades

locales con sus ideologías y agencias. Sus ideologías e intereses, tanto de técnicos/as como de referentes de las comunidades, inciden en cómo se orientará el proceso en territorio. Como, por ejemplo, la mediación del saber experto en la conformación y activación del patrimonio como atractivos y destinos turísticos. En ese marco, es que los criterios con los cuales valorizar el patrimonio local pueden estar relacionados con aquellos que postulan instituciones competentes como la Comisión Nacional de Monumentos, Lugares y Bienes Históricos o la UNESCO. Entre ellos suelen aparecer la monumentalidad, la estética y diversas características que se seleccionan desde un saber institucionalizado, pero en localidades más pequeñas lo intangible cobra relevancia vinculado a los saberes (cocinas, prácticas agroproductivas tradicionales y ancestrales), las historias de inmigrantes relacionadas al trabajo y costumbres, entre otras.

Los patrimonios surgidos desde las iniciativas de turismo rural y comunitario son configurados y activados desde las propias comunidades, adquiriendo otras características asociadas a evocar sentimientos de pertenencia, historias familiares fuera de las genealogías de las elites locales acompañadas por valorizar lo propio, lo cotidiano y desde los sentimientos. En este contexto es que podemos hacer referencia a otras categorías patrimoniales para abordar este tipo de indagaciones como el de "espacios vividos patrimoniales" (Pinassi, 2019) y los "patrimonios afectivos" (Behling Oliveira y Lemos Ribeiro, 2019). Estas categorías destacan valores como la experiencia de los sujetos, sus emociones y recuerdos vinculadas a sus vidas y donde el espacio se transforma en un lugar significativo a partir de los vínculos que se entretienen entre el territorio y quienes habitan en él. El patrimonio en esta instancia sería aquello que evoca historias y experiencias comunes y consolidan esos vínculos entre las comunidades y sus territorios.

Asimismo, desde los mecanismos de implementación de la política pública del turismo rural comunitario hay una intención de que la valoración sea en los términos locales, pero inevitablemente hay una valoración que es

orientada por los técnicos en el territorio. Estos criterios terminan siendo negociados en territorio, habilitando el reconocimiento de “otros” patrimonios que tal vez no estaban considerados inicialmente por el saber experto.

En síntesis, podemos observar que en ambos casos hay un modelo de desarrollo rural en crisis, lo que genera una demanda concreta desde el territorio. Los organismos que inician y dan origen al proceso de implementación de las políticas de turismo también se repiten. El trabajo de los técnicos territoriales es otro punto en común en este proceso, que no son solo mediadores, sino que permiten el acceso a recursos (financiamiento y capacitaciones), facilitan el saber experto disponible y sistematizan el saber que valoriza la comunidad para generar una narrativa para el turismo.

Encontramos en la comparación de los casos, algunas reflexiones sobre las particularidades de estos procesos en el territorio. Los discursos hegemónicos del patrimonio están más presentes en algunos territorios que en otros, como muestra el caso de la provincia de Jujuy, donde el discurso del patrimonio avalado por la UNESCO está muy difundido. Esto condicionará en mayor o menor medida a las interpretaciones comunitarias del patrimonio. Además, las características de cada comunidad, la existencia (o no) de organización de base previa, la posibilidad del trabajo comunitario y asambleario, irán determinando las posibilidades de generar otros discursos e interpretaciones en tensión a los discursos hegemónicos del patrimonio.

## Bibliografía y referencias

- Arantes, A. (Ed.). (1984) *Produzindo o Passado. Estratégias de construção do patrimônio cultural*, (p. 23-58). Brasiliensis, San Pablo.
- Barrera, E. (1997). *Turismo rural en la Patagonia*. Buenos Aires: INTAIESR.
- Behling Oliveira, M. y Lemos Ribeiro, D. (2019). *Rosa dos Ventos* 11 (4), p. 847-860.
- Bertoncello, R. (2002). *Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. Aportes y Transferencias*, 6(2), p. 29–50.



- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y Cultura*. Grijalbo.
- Brac, M. (2011). Patrimonio cultural y turismo emergente. Villa Guillermina, de pueblo obrero a nuevo destino turístico. Un estudio de caso. *Cuadernos de Antropología*, 33, p. 111–128.
- Cáceres, C. R., Troncoso, C. A., & Vanevic, P. M. (2013). Nuevas Modalidades turística en Argentina. Experiencias de Turismo Comunitario en la provincia de Salta. En XII Jornadas Nacionales de Investigación en Turismo (p. 2–17). Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártia e Islas del Atlántico Sur.
- Candau, J. (2002). *Antropología de la memoria*. Buenos Aires, Nueva Visión.
- Carrión, F. (2000). El gobierno de los centros históricos. En: Carrión, F. (Ed.). *Desarrollo cultural y gestión en centros históricos*, (p. 5-18). Ecuador, Flacso.
- Castro, H., & Zusman, P. (2007). Redes escalares en la construcción de los patrimonios de la Humanidad. El caso de la patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina). *Espacio e Tempo (Online)*, 21, p. 173–184.
- Crespo, C. (Ed.) (2013). *Tramas de la diversidad. Patrimonio y pueblos originarios*. Antropofagia. Buenos Aires
- Dann, G. (2001). The self-admitted use of cliché in the language of tourism. *Tourism, Culture & Communication*, 3, (p. 1-14).
- Dellamónica, J. (2010). El encanto de los pueblos rurales santafesinos. En: Carlos J.; Torres, Carlos; Senigagliaesi (Eds.). *INTA expone sus aportes al país. Serie documentos institucionales*, 128. Buenos Aires, INTA.
- García Canclini, N. (1999). Los usos sociales del patrimonio. En E. Aguilar Criado (Ed.), *Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*, (p.16–33). Consejería de la Cultura - Junta de Andalucía.
- Giménez, G. (1982). *Para una concepción semiótica de la cultura*. México, mimeo.
- Guastavino, M., Rozenblum, C., & Trímboli, G. (2010). El turismo rural en el INTA. Estrategias y experiencias para el trabajo en extensión. En XV Jornadas Internacionales de Extensión Rural, (p. 1–14). [http://aader.org.ar/XV\\_Jornada/trabajos/espanol/Estrategias\\_y\\_experiencias/ensayos/Trabajo\\_Completo.pdf](http://aader.org.ar/XV_Jornada/trabajos/espanol/Estrategias_y_experiencias/ensayos/Trabajo_Completo.pdf) 75
- Guastavino, M., Lance, F., & Rozenblum, C. (2015). *El turismo rural como contribución al desarrollo territorial*. Buenos Aires, Argentina: INTA ediciones.
- Hardoy, J. E. (1989). Los pueblos históricos de América Latina. *Medio Ambiente y Urbanización* 27: 1-9.
- Hiernaux, N. D. (2002). ¿Cómo definir el turismo? Un repaso disciplinario. *Aportes y Transferencias*, 6(2), 11–27.
- Knafou, R. (1992). L' invention du tourisme. In A. Bailly, R. Ferras, & D. Pumain (Eds.), *Encyclopédie de Géographie*, (p. 827–844). Ed. Económica.

- Kuper, D., Ramírez, L. y Troncoso, C. (2010). Política turística y planificación: ¿de las estrategias centralizadas a las estrategias participativas? *Scripta Nova*, XIV (331), 41.
- Lacko, E. (2019). Reflexión acerca del contexto de surgimiento de políticas turísticas ¿indigenistas? El proyecto Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATURC) del Ministerio de Turismo de la Nación (Argentina, 2008-2019). *Revista Antropologías Del Sur*, 6(12), 197–223.
- Mancini, C. E. (2016). Arqueología, patrimonio y usos del pasado. Las transformaciones territoriales de la Quebrada de Humahuaca hacia un Paisaje Cultural. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires. <http://repositorio.filo.uba.ar/handle/filodigital/6031>
- Mancini, C. E., & Tommei, C. I. (2012). Transformaciones de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy) en el siglo XX: entre destino turístico y bien patrimonial. *Registros*, 8(9), 97–116. <http://faud.mdp.edu.ar/revistas/index.php/registros/article/view/143/113>
- Manzanal, M. (2014). Desarrollo. Una perspectiva crítica desde el análisis del poder y del territorio. *Realidad Económica*, 283, 17–48.
- Manzanal, M., Arqueros, M. X., Arzeno, M., & Nardi, M. A. (2009). Desarrollo territorial en el norte argentino: una perspectiva crítica. *Revista Eure*, XXXV (106), 131–153.
- Oszlak, O., & O'Donnell, G. (1995). Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación. *Redes*, 2(4), 99–128.
- Pérez Winter, C. (2020a). Los procesos de patrimonialización en la re-configuración de la idea de nación: la Comisión Nacional de Museos, Monumentos y Lugares Históricos (Argentina). *Revista de Geografía Norte Grande* 75, 61-81.
- Pérez Winter, C. (2020b). La “vida social” de las políticas públicas de turismo rural en Argentina. *Revista Pampa* 19, 6–27.
- Pérez Winter, C. (2021). Rutas Alimentarias (Argentina, 1990-2020). En Salomón, A. y Muzlera, J. (Org.) *Diccionario del agro iberoamericano. Versión ampliada: 929-934. 3ª edición*. Buenos Aires, Teseo.
- Picco, M. (2019). Marketing urbano, ciudades creativas y turismo. Análisis turístico de las transformaciones urbanas en la ciudad de Santa Fe (2004-2017), Argentina. *Revista Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 17, 2, 105-133.
- Pinassi, A. (2019). Espacio vivido patrimonial: una mirada alternativa del patrimonio cultural desde la ciencia geográfica. *Eria*, 1(XXXIX), 99-107.
- Prats, L. (2004). *Antropología y patrimonio*. Barcelona, Ariel.
- Provincia de Jujuy (2019) *Anuario estadístico 2019 Jujuy*. San Salvador de Jujuy
- Román, F., y Ciccolella, M. (2009). *Turismo rural en la Argentina. Concepto, situación y perspectivas*. Buenos Aires: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).

- Rotman, M. (1999). El reconocimiento de la diversidad en la configuración del patrimonio cultural: cuando las artesanías peticionan legitimidad. En: Paz, E. y Torrico, J. (Eds.). *Patrimonio cultural y Museología*: 151-160. Santiago de Compostela, FAAEE.
- Schmidt, C. y Brasca, M. (2013). Diferentes miradas y construcciones del turismo y patrimonio rurales en la provincia de Santa Fe. En: VII Jornadas Santiago Wallace de Investigación en Antropología Social. Sección de Antropología Social. Instituto de Ciencias Antropológicas. Facultad de Filosofía y Letras, UBA, Buenos Aires, 2013.
- Troncoso, C. A. 2012. "Turismo, Desarrollo y Oportunidades Laborales En La Quebrada de Humahuaca (Jujuy): Asimetrías y Contradicciones." *Geograficando* 8 (8): 61–80.
- Shore, C. (2010). La Antropología y el estudio de la Política Pública: reflexiones sobre la "formulación" de las políticas. *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, 10, 21–49. <https://doi.org/https://doi.org/10.7440/antipoda10.2010.03>
- Smith, L. (2006). *Uses of Heritage*. Londres, Taylor & Francis e-Library.
- Smith, L. (2012). Discourses of heritage: implications for archaeological community practice. *Nuevos Mundos Nuevos* [En Línea] *Questions Du Temps Présent*, 1–11. <https://doi.org/10.4000/nuevomundo.64148>
- Viola, A. (2000). Introducción: La crisis del desarrollismo y el surgimiento de la antropología del desarrollo. En: *Antropología del desarrollo. Teoría y estudios etnográficos en América Latina*: 9-63.

## Tres aspectos fundamentales para la evaluación del paisaje en el último siglo Revisión bibliográfica como base para métodos de estudio

*Three fundamental aspects for landscape assessment in the last  
century.*

*Conducting a bibliographic review as a base for the study methods*

 **María Jesús Molina Gómez**

Facultad de Arquitectura, Construcción y Medio Ambiente  
Universidad Autónoma de Chile  
Temuco, Chile

 **Jorge Moya Bastías**

Facultad de Arquitectura, Construcción y Medio Ambiente  
Universidad Autónoma de Chile  
Temuco, Chile

[jorge.moya2@cloud.uaautonoma.cl](mailto:jorge.moya2@cloud.uaautonoma.cl)

### RESUMEN

La valoración del paisaje toma cada vez más protagonismo, al considerarse el mismo como una carta de presentación de los destinos turísticos. La problemática es que los métodos de evaluación para valorar paisajes necesitan actualización y considerar nuevos puntos para asegurar la sostenibilidad de los paisajes que hoy se deja de lado en pro de la economía turística. Este artículo a modo de Review

pretende visualizar las tendencias de los métodos de evaluación de paisaje, considerando los ejes más relevantes para un estudio completo con integración de comunidades, que potencie el desarrollo económico local sin dejar de lado la sostenibilidad ambiental y la importancia del patrimonio natural y cultural integrando su historia y el valor único de un determinado lugar. La metodología utilizada para este análisis es a través de la clasificación de 18 textos, elegidos sin ningún criterio específico para tener una mayor variedad en los resultados. Los textos clasificados son evaluados a través de 3 aspectos que engloban los ejes ambiental, económico y social; para luego ser analizados identificando tendencias entre ellos en las que destacan la importancia de considerar el paisaje visual como el valor inmaterial y la calidad del paisaje, considerando siempre el factor de cambio por el paso del tiempo.

**PALABRAS CLAVE:** valoración del paisaje, territorio, valor inmaterial, patrimonio natural y cultural, economía sostenible.

#### ABSTRACT

The appreciation of the landscape takes more and more prominence, considering it as a letter of introduction to tourist destinations. The problem is that the evaluation methods to assess landscapes need updating and considering new points to ensure the sustainability of the landscapes that today are being neglected in favor of the tourist economy. This article as a review aims to visualize the trends in landscape assessment methods, considering the most relevant axes for a complete study with community integration, which enhances local economic development without neglecting environmental sustainability and the importance of, natural and cultural heritage integrating its history and the unique value of a certain place. The methodology used for this analysis is through the classification of 18 texts, chosen without any specific criteria to have a greater variety in the results. The classified texts are evaluated examining 3 aspects that include the environmental, economic and social axes. They will be later analyzed to notice trends between them in which they highlight the importance of considering the visual landscape as the intangible value and the quality of the landscape, always considering the passage of time as a change factor.

**KEYWORDS:** landscape assessment, territory, intangible value, natural and cultural heritage, sustainable economy.

*Fecha recepción: 1 de noviembre de 2021*

*Fecha aprobación: 7 de diciembre de 2021*

## Introducción

Para poder proteger y potenciar territorios para la atracción turística es muy importante poner en valor el paisaje y los tipos de climas. Es por esto que conocer la vegetación primitiva, actual y potencial, es un punto muy relevante para contar la historia del lugar y el posible futuro que podría ofrecer. Un paisaje no se conforma sólo de un territorio, el lugar territorial es en donde pasan un montón de cosas simultáneamente, se conforman las identidades propias de los sujetos que habitan y de los territorios. Entendiendo que lo visual tiene cada vez menos de lugar territorial y en donde la cultura pasa a ser un recurso económico, donde el medio es el lugar de su amplificación y circulación.

El paisaje, como escenario a apreciar desde la perspectiva de un observador, involucra numerosos indicadores que en su conjunto otorgan una belleza escénica a conservar o preservar en un determinado territorio. Este observador, logra identificar rasgos culturales y naturales que en su dimensión crean este paisaje cultural que involucra la actividad humana y su adaptación al medio.

La noción de paisaje en arqueología ha sido concebida y discutida desde numerosos marcos teóricos (Anshuetz, Wilshusen y Scheick, 2001; Gkiasta, 2008; Parcero Oubiña, Criado Boado y Barreiro, 2014; entre otros). Interesantemente, la definición original del normativismo histórico-cultural no se centró en el concepto de paisaje, sino en el de espacio, concebido como algo externo a un grupo humano, operacionalizado en la escala de región como aquella relevante para identificar la distribución espacial de una fase/período cultural (e.g. Willey y Phillips, 1958).

El presente artículo, tiene como objetivo general visualizar la importancia de considerar en el análisis del paisaje, tres ejes principales; 1) Cultura, 2) Medio Ambiente, 3) Economía Sostenible.

## Métodos

Para realizar un diagnóstico adecuado del modelo más utilizado para analizar el paisaje en los últimos años, se planificó un estudio con enfoque único; se evaluaron aspectos cualitativos y cuantitativos; es decir, se hizo una descripción detallada de cada estudio y posteriormente un análisis de los más utilizados. Los aspectos considerados fueron escogidos por un estudio desarrollado por el Observatorio de la Sostenibilidad en España el año 2009. Los aspectos a evaluar fueron: 1) La cultura en los procesos de sostenibilidad del desarrollo, entendiendo que la cultura en su representación física es el patrimonio y este a la vez es un recurso frágil, no renovable y sometido a drásticos cambios. 2) Patrimonio natural, cultural y paisajístico, identificar las riquezas. El potencial turístico del patrimonio cultural y natural, adecuadamente gestionado puede ser clave para el desarrollo económico de las regiones del país. La gestión es lo más importante para recuperar, conservar y mantener el recurso turístico. 3) El paisaje como integrador patrimonial, entendiendo el paisaje como un factor de identidad de la cultura e historia de un territorio, también como recurso patrimonial y elemento singular de un determinado lugar.

Estos tres ejes de investigación son los que definirían una estrategia para potenciar lugares y conservar ecosistemas, el turismo puede ser un aporte si es bien gestionado para ser sostenible. Esta sostenibilidad se podría lograr con un diseño de arquitectura turística personalizada para cada clima y zona geográfica, como un soporte de la actividad turística y manteniendo una distancia para proteger y potenciar los lugares.

La información recopilada se contrastó con estudios similares pero en distintos territorios para así, con información fidedigna, realizar una correcta caracterización y con base en esto, identificar las tendencias de estudios del paisajes que mayor se utilizan en los últimos años.

Este estudio se realizó en el marco del magister Gestión del Patrimonio y Turismo Sostenible, de la Universidad Autónoma, en la asignatura Evaluación del Paisaje, dictado por el docente Carlos Roberto Esse Herrera.

### **Área de Estudio**

El área de estudio seleccionado corresponde a 4 países España, Argentina, México y Chile, ya que como se mencionó en el párrafo anterior, el objetivo general de este trabajo es identificar el modelo de estudio del paisaje que mayor tendencia ha tenido en los últimos años.

### **Plan de Trabajo**

A continuación, se presenta el plan de trabajo desarrollado, el cual consideró dos etapas: 1) Trabajo de Gabinete y 2) Análisis de la Información.

#### Trabajo de gabinete

Durante la fase de gabinete se recopiló información secundaria sobre los análisis del paisaje de los 4 países mencionados. Posteriormente, la información recopilada en esta fase (información secundaria) se comparó con otros estudios para caracterizar y evaluar de forma integrada el estado del arte del análisis del paisaje

#### Selección de publicaciones de análisis del paisaje

Los documentos objeto de estudio son 18 publicaciones referentes a análisis del paisaje y aspectos analizados orientados a la planificación turística y patrimonial. De los documentos citados 12 de ellos tienen máximo 5 años de antigüedad.



**Tabla 1. Publicaciones seleccionadas para el estudio, país al que pertenecen, georreferenciación y fecha de publicación**

N°	Nombre del documento	País	Georreferenciación	Fecha de publicación
01	Diseño y aplicación de indicadores de calidad paisajística para la evaluación de atractivos turísticos en áreas rurales	México	La investigación se llevó a cabo en el municipio de Atlautla (1.900 a 5.426 msnm; 167,6 km <sup>2</sup> ), localizado en la vertiente occidental del volcán Popocatepetl, a 75 km al SE de la Ciudad de México	2019
02	El paisaje como recurso turístico en Áreas Naturales Protegidas: Caso Ranchería Chilapa 2da. Sección (Cañaverlito), Centla, Tabasco	México	La investigación se desarrolló en la Ranchería Chilapa 2da. Sección (Cañaverlito), del municipio de Centla, Tabasco; localizada entre las coordenadas geográficas 92° 26' 1.14" LO y 18° 10' 23.91" LN	2021
03	Potencialidades escénicas de los paisajes patagónicos. Recursos para la diversificación económica sustentable de la región	Argentina	Campo volcánico de Payunia en la provincia de Mendoza, Argentina. Glaciar Perito Moreno, Patagonia, Chile. Paisajes patagónicos	2018
04	Variación de la percepción del recurso paisaje en el sur de Chile	Chile	Transecto de 587km a lo largo de la ruta 5 sur de Chile, en el tramo comprometido entre Cabrero (37°00' S, 72°23' O) y Puerto Montt (41°30' S, 72°50' O)	2000
05	Impacto de la actividad silvoagropecuaria sobre la calidad del paisaje en un transecto del sur de Chile	Chile	Cabrero, Los Angeles (37°47' S, 72°44' O), Collipulli (37°56' S, 72°23' O), Victoria (38° 13' S, 72°20' O), Temuco (38°41' S, 72°35' O), Loncoche (39°21' S, 72°38' O), Los Lagos (39° 38' S, 72°56' O), Río Bueno (40°17' S, 72° 59' O), Purránque (40°53' S, 73°09' O) y Puerto Montt	2002

N°	Nombre del documento	País	Georreferenciación	Fecha de publicación
06	La matriz MATAN, una propuesta de análisis paisajístico, mediante el uso de fotografías documentales, históricas y/o patrimoniales de los Andes Patagónicos Chilenos de principios del siglo XX	Chile	Andes Patagónicos chilenos	2017
07	Propuesta de uso ecoturístico para los humedales del río cruces y terrenos adyacentes (Sitio Ramsar de Chile)	Chile	Río Cruces, Valdivia, Chile	2004
08	Potencialidad del geoturismo en la Patagonia: Sitios de interés geológico en proximidad de la Ruta Nacional 40, tramo Río Turbio - Lago Viedma, Santa Cruz	Argentina	Ruta Nacional 40, tramo Río Turbio - Lago Viedma, Santa Cruz	2018
09	Evaluación de Paisaje: una herramienta de gestión ambiental	Chile	Ruta 5 Sur de Chile, en un transecto norte-sur de 587 km, entre el pueblo de Cabrero (37°00' S, 72°23' O) y la ciudad de Puerto Montt (41°30' S, 72°50' O)	2004
10	Arte, composición visual y paisaje	Argentina	Provincia de Santa Cruz, Patagonia, Argentina.	2017
11	La implementación de indicadores de lo intangible para catalogar el paisaje percibido. El caso del Observatorio del Paisaje de Cataluña	España	Paisajes de Cataluña, España	2019
12	Paisajes rupestres. La identificación de patrones de producción y distribución de arte parietal en escalas espaciales amplias (Cañadón Yaten Guajen, Santa Cruz, Patagonia argentina)	Argentina	Cañadón Yaten Guajen, Santa Cruz, Patagonia Argentina	2017

N°	Nombre del documento	País	Georreferenciación	Fecha de publicación
13	Turismo de naturaleza en el extremo meridional de la Península de Brunswick (Patagonia, Chile): de la improvisación a la planificación	Chile	La Península de Brunswick, Patagonia Chile	2020
14	Análisis del paisaje en "campo verde", área natural protegida (anp) del estado de chihuahua, México	México	Área Natural Protegida Campo Verde del Estado de Chihuahua	2017
15	Paisajes en transición: gradientes urbano-rurales y antropización del bosque templado andino del sur de Chile	Chile	Cuenca del lago Villarrica en la zona andina de la Región de La Araucanía, Chile	2019
16	Una metodología para la valoración del paisaje en estudios de ordenación territorial: Su aplicación al Término municipal de la Granja de San Ildefonso	España	La Granja de San Ildefonso (Segovia), España	1984
17	Paisaje y Turismo. Universidad Autónoma de Barcelona. España. Revista de Estudios Turísticos 103: 95-97	España	Barcelona, España	1989
18	Aspectos Naturales y culturales del paisaje de la Sierra de Guadarrama desde el análisis de su calidad visual	España	Parque Nacional de la Sierra del Guadarrama	2020

*Fuente: Elaboración propia*

Un aspecto importante a resaltar es que, si bien las publicaciones seleccionadas cumplen con los criterios como la fecha de publicación y territorio al que pertenece como tal, abarca un espectro bastante amplio considerando las diferencias en atributos turísticos con que cuenta cada uno. Esta situación es favorable para el estudio ya que al contar con publicaciones en condiciones tan dispares en torno al análisis del paisaje, se puede hacer

una caracterización más fidedigna (menos sesgada) de la condición del análisis del paisaje.

Para proteger los ecosistemas y desarrollar un turismo sostenible, es necesario aplicar algunas estrategias de planificación para la sostenibilidad territorial que podemos seguir según la experiencia de España.

Según el informe de Patrimonio Natural, Cultural y Paisajístico, del observatorio de Sostenibilidad en España 2009, los principales puntos que podríamos aplicar para desarrollar una buena estrategia territorial patrimonial y turística son primero reconocer la riqueza y el valor del patrimonio en términos de sostenibilidad, se debe conservar el valor del patrimonio y a la vez debe ser capaz de adaptarse a los cambios funcionales de los nuevos tiempos. También es importante identificar y potenciar las posibles oportunidades como convertir la cultura sostenible no solo en un elemento de ordenación y gestión del territorio. Por último es reconocer y recuperar el valor de las obras ya construidas, la rehabilitación urbana es un punto muy importante para generar más patrimonio.

#### Análisis de información

Una vez realizado el trabajo de gabinete se procesó y analizó la información obtenida.

En primer lugar, se revisó y se digitalizó la información registrada. Luego, se creó una planilla Excel con esta información y se le otorgó la puntuación correspondiente a cada indicador que componía los diferentes aspectos evaluados. El criterio con que se puntuó cada aspecto se describe en la Tabla 2. Posteriormente, se obtuvieron tablas para cada publicación y se hicieron figuras consolidadas para facilitar la interpretación de los resultados que se describen en el siguiente capítulo. Finalmente, se hizo un análisis de la información obtenida.

El criterio utilizado para la Tabla 2 es en base a tres variables de evaluación:

- No cumple: Puntuación 0
- Insuficiente: Puntuación 1
- Desarrollado: Puntuación 2

**Tabla 2. Descripción de los criterios de puntuación para los aspectos**

Textos según números de la Tabla 1	Aspectos para evaluación		
	La cultura en los procesos de sostenibilidad del desarrollo, entendiéndose que la cultura en su representación física es el patrimonio y este a la vez es un recurso frágil, no renovable y sometido a drásticos cambios.	Patrimonio natural, cultural y paisajístico, identificar las riquezas. El potencial turístico del patrimonio cultural y natural, adecuadamente gestionado puede ser clave para el desarrollo económico de las regiones del país. La gestión es lo más importante para recuperar, conservar y mantener el recurso turístico.	El paisaje como integrador patrimonial, entendiéndose el paisaje como un factor de identidad de la cultura e historia de un territorio, también como recurso patrimonial y elemento singular de un determinado lugar.
01	1	2	2
02	1	2	1
03	2	2	2
04	1	1	1
05	1	2	1
06	2	2	2
07	2	2	2
08	2	2	2
09	2	2	2
10	2	0	2
11	1	2	2
12	2	0	2

Textos según números de la Tabla 1	Aspectos para evaluación		
	La cultura en los procesos de sostenibilidad del desarrollo, entendiendo que la cultura en su representación física es el patrimonio y este a la vez es un recurso frágil, no renovable y sometido a drásticos cambios.	Patrimonio natural, cultural y paisajístico, identificar las riquezas. El potencial turístico del patrimonio cultural y natural, adecuadamente gestionado puede ser clave para el desarrollo económico de las regiones del país. La gestión es lo más importante para recuperar, conservar y mantener el recurso turístico.	El paisaje como integrador patrimonial, entendiendo el paisaje como un factor de identidad de la cultura e historia de un territorio, también como recurso patrimonial y elemento singular de un determinado lugar.
13	2	1	2
14	2	2	2
15	2	0	1
16	1	2	1
17	2	2	2
18	2	0	2

*Fuente: Elaboración propia*

## Resultados

En este apartado se anuncian los principales resultados obtenidos en este estudio. En primer lugar, se presenta el resumen de cada estudio, el cual consiste en una descripción general y algunos atributos que destacan. La segunda parte describe los resultados obtenidos a partir de una matriz de valoración, la cual se exponen por medio de tablas para cada uno de los aspectos evaluados. Los cuales fueron ponderados con base en el puntaje asignado (0-2). Luego se hace una comparación de los aspectos evaluados y se presenta, a través de una figura, la valoración final obtenida (valor

promedio) para cada una de las publicaciones. La descripción de cada atributo, fueron detallados en la metodología (ver capítulo 1). Posteriormente se analiza de forma holística los aspectos mejor y peor evaluados para todas las publicaciones de tal forma de contextualizar estos resultados en el análisis del paisaje.

Publicación 01: Diseño y aplicación de indicadores de calidad paisajística para la evaluación de atractivos turísticos en áreas rurales. Busca como prioridad el bienestar de las comunidades tomando en consideración la percepción de la comunidad local (a través de encuestas y entrevistas), considera los elementos tangibles e intangibles valorados socialmente por su historia, uso de suelo y las artes inspiradas en el paisaje. Evalúa las condiciones geomorfológicas, bióticas y culturales para consolidar destinos turísticos en base a su calidad paisajística y su viabilidad social. Puntaje: 5.

Publicación 02: El paisaje como recurso turístico en Áreas Naturales Protegidas: Caso Ranchería Chilapa 2da.Sección (Cañaveralito), Centla, Tabasco. Se enfoca en detectar el potencial turístico de una zona específica a través de la evaluación de unidades de paisaje (UP), con método mixto directo e indirecto (BML). Con evaluadores representativos a nivel local, público y especialistas del paisaje que; en base a inventario de recursos turísticos naturales y culturales, cartografías y fotografías; buscan valorar la belleza escénica, razones ambientales, sociales y culturales o visuales del recurso turístico en áreas naturales protegidas. Como resultado se cree adecuado potenciar el turismo alternativo que favorece el desarrollo económico en Tabasco, México. Puntaje: 4.

Publicación 03: Potencialidades escénicas de los paisajes patagónicos. Recursos para la diversificación económica sustentable de la región. Busca el potencial para el desarrollo turístico no convencional, tomando como punto principal la geodiversidad al ser un recurso menos explotado en los paisajes patagónicos generando un aporte al desarrollo de comunidades locales. Los aspectos biofísicos y las modificaciones antrópicas dan expresión y variedad

de paisajes pero están condicionados a variables que los modifican con el paso del tiempo al igual que la percepción de los habitantes. A través de la elaboración de un Índice de Calidad Escénica (ICE), se evalúa las geoformas del paisaje, grado de conservación de componentes naturales y por último la acción antrópica que baja la calidad de un paisaje mediante su intervención.

Puntaje: 6.

Publicación 04: Variación de la percepción del recurso paisaje en el sur de Chile. Texto del año 2000 que, para esos tiempos, integra la actividad humana y no solo se evalúa las preferencias estéticas. A través de tres paneles de evaluadores de diferentes áreas: exigentes del paisaje, transformadores y control. Se analizan 144 paisajes y las variables evaluadas son concentración de asentamientos humanos, accesibilidad y flujo de pasajeros y turistas. Puntaje: 3.

Publicación 05: Impacto de la actividad silvoagropecuaria sobre la calidad del paisaje en un transecto del sur de Chile. Se enfoca en el paisaje visual, toma como factor central la percepción y la estética del observador. Pretende dar cuenta de cómo ha afectado la actividad silvoagropecuaria en el paisaje del sur de Chile, mismo tramo de estudio que texto del mismo autor del año 2000 pero evaluando unidades de paisaje específicas. El objetivo es poder integrar el estudio del paisaje en proyectos de desarrollo, determinando la calidad del paisaje y como proteger y preservar el espacio natural. La actividad silvoagropecuaria ha impactado negativamente en los paisajes de estudio, se busca a través de la fotografía evaluar el impacto de esta actividad comparándola con el paso del tiempo cuantificando ganancias y pérdidas de paisaje. Puntaje: 4.

Publicación 06: La matriz MATAN, una propuesta de análisis paisajístico, mediante el uso de fotografías documentales, históricas y/o patrimoniales de los Andes Patagónicos Chilenos de principios del siglo XX. Como se pudo observar en la Tabla 2 obtuvieron el puntaje máximo en cada aspecto, ya que como se indica en el texto, se propuso una matriz que evalúa 5 aspectos que



avanzan de lo descriptivo a lo interpretativo; Nivel Contextual, Nivel Morfológico, Nivel Compositivo, Nivel Enunciativo y Nivel Global. Puntaje: 6.

Publicación 07: Propuesta de uso ecoturístico para los humedales del río cruces y terrenos adyacentes (sitio Ramsar de Chile). El estudio se aborda desde la premisa de que la naturaleza es un recurso agotable que actualmente se encuentra bajo una gran demanda de usos, entre esos la actividad turística y que en función de esto, este patrimonio ambiental debiese ser regularizado bajo un plan de manejo ecoturístico. Esta propuesta se fundamenta en un inventario general de la planta turística, la infraestructura, los recursos históricos-culturales y la fauna silvestre, en un análisis de visibilidad, y en una evaluación previa del paisaje visual, realizada mediante la aplicación de un método mixto, que permitió conocer la calidad y fragilidad de este recurso. Basada en el desarrollo de una metodología que consistió en construir un algoritmo aritmético, con la ayuda de la integración de coberturas en SIG, la expresión final de la propuesta es cartográfica y entrega categorías de calidad territorial para este uso. Puntaje: 6.

Publicación 08: Potencialidad del geoturismo en la Patagonia: Sitios de interés geológico en proximidad de la Ruta Nacional 40, tramo Río Turbio - Lago Viedma, Santa Cruz. Luego del estudio del terreno, identificando y caracterizando sitios de interés geoturísticos a lo largo de la ruta 40 en una extensión de 390 km desde la localidad de Río Turbio y el Lago Viedma en la Provincia de Santa Cruz, Argentina. De los 8 sitios identificados, bajo los criterios de aspectos geológicos, paleontológicos y con potencialidad para ser vinculados con actividades turísticas. Los resultados obtenidos constituyen un primer paso en el proceso de selección y jerarquización de geositios, como una herramienta para diversificar la oferta turística y la economía de la región. Puntaje: 6.

Publicación 09: Evaluación de Paisaje: una herramienta de gestión ambiental. El valor de un paisaje es en función del número de individuos que lo prefieren, desde la perspectiva del observador por lo que influyen una gran variedad de información que no se puede ver a simple vista. Como la evaluación del paisaje es visual el factor más relevante es la belleza escénica siendo la presencia de agua y cubierta vegetal sus componentes más importantes. Los elementos del paisaje visual dependen de la percepción del observador y del estudio del propio territorio. Las variables para evaluar dentro de un paisaje son: 1. Concentración demográfica, 2. accesibilidad, 3. flujo de pasajeros y turistas. Los factores para evaluar un paisaje son factores físicos tales como relieve, agua, cubierta vegetal por otro lado están los factores de elementos antrópicos como carácter histórico-cultural, la fragilidad del paisaje y la accesibilidad. Este texto integra los dos anteriores de Muñoz Pedreros mejorando el método original y complementándolo con nuevas tecnologías como los sistemas de información geográfica (SIG), que logran además de georeferenciar, sintetizar y graficar la información dando valores cuánticos y cualitativos a características y elementos del paisaje, unificando la información levantada a través de diferentes métodos de evaluación para poder proteger y potenciar lugares con potencial turístico, desarrollando incluso predicciones a futuro sobre la fragilidad de los lugares estudiados. Permite clasificar la información a través de capas superponiéndolas y relacionándolas entre sí. Puntaje: 6.

Publicación 10: Arte, Composición Visual y Paisaje. Tiene como objetivo de trabajo vincular asentamientos culturales en determinados territorios. En esta publicación, la metodología de trabajo está dirigida al levantamiento de información y análisis del paisaje cultural, con mínima o casi nula valoración del paisaje natural como aspecto regulador del asentamiento humano. Puntaje: 4.

Publicación 11: La implementación de indicadores de lo intangible para catalogar el paisaje percibido. Análisis del método utilizado en los Catálogos

de paisaje, que son el resultado de la evaluación de la percepción del observador y aspectos físicos del paisaje, amparados en la Ley de protección, gestión y ordenación del paisaje, impulsada por el gobierno de Cataluña en 2005. Da especial importancia al valor inmaterial de un paisaje, evaluando estado, evolución y políticas de paisaje además de considerar el comportamiento de la sociedad y el grado de satisfacción paisajística. Esto se logra a partir de la evaluación de 10 indicadores de paisaje que los clasifican en paisaje físico/tangible y simbólico/intangible. Puntaje: 5.

Publicación 12: Paisajes rupestres. La identificación de patrones de producción y distribución de arte parietal en escalas espaciales amplias (Santa Cruz, Patagonia argentina). El foco de análisis se basa en que la concepción de observación y estudio del paisaje, comienza por la manifestación de acciones humanas producto de la adaptación al medio. El puntaje obtenido responde a que involucra dos aspectos determinantes para la evaluación del paisaje; a) el recurso cultural como manifestación única y determinante de una determinada población. b) el paisaje como medio de desarrollo cultural, que mantiene registros de la expresión humana. Puntaje: 4.

Publicación 13: Turismo de naturaleza en el extremo meridional de la Península de Brunswick (Patagonia, Chile): de la improvisación a la planificación. Los ejes a evaluar son accesibilidad, superficie, relieve del terreno y desplazamiento. Magallanes no cuenta con regulación y proyección del turismo regional actualizado, por lo que existe una falta de planificación turística. La metodología es tipo exploratoria - descriptiva y va enfocada en la valoración de sitios de interés turísticos. Puntaje: 5.

Publicación 14: Análisis del paisaje en “campo verde”, área natural protegida (anp) del estado de chihuahua, México. Los ejes de estudio de esta publicación es evaluar los atributos estéticos del paisaje, determinar los principales motivos para la visita y por último, conocer los requerimientos de instalaciones y servicios del área. Se aplicó un cuestionario dividido en dos

partes, la primera de ellas corresponde a la evaluación del paisaje, utilizando el Método Directo de Subjetividad Representativa (MDS), método que reconoce los atributos estéticos que se tienen sobre el paisaje, y utiliza como herramienta fotografías de entornos paisajísticos. La segunda parte permitió determinar motivos y requerimientos en el área, para el análisis de los datos se utilizó la minería de datos mediante los softwares: Tableau 15.0 y Weka 3.9.2. Este estudio aborda los tres aspectos que consideramos para evaluar o ponderar el análisis del paisaje, ya que el foco de estudio tiene como objetivo la belleza escénica del paisaje e infraestructura necesaria para el desplazamiento óptimo de los visitantes en el territorio. Puntaje: 6.

Publicación 15: Paisajes en transición: gradientes urbano-rurales y antropización del bosque templado andino del sur de Chile. Evaluación de gradientes entre el límite urbano y rural, se estudian 14 tramos y se evalúa antropización (índice de Hemerobia), métricas de paisaje y topografía. Puntaje: 3.

Publicación 16: Se centra solo en valores visuales, entendiendo que un paisaje se conforma de una red de relaciones ecológicas percibidas por los diferentes sentidos. El método evalúa elementos físicos dentro de un paisaje y además toma la percepción del observador como un punto relevante dentro del estudio. Se descartan variables cuestionables y se opta por evaluar la visibilidad como parámetro objetivo más importante. A través de la creación de un mapa de visibilidad relativa, se definen valores de visibilidad en 7 categorías de visibilidad excepcional, muy alta, alta, media, moderada, baja y muy baja. A través de la evaluación de fotografías de los lugares de visibilidad relativa, se definen preferencias comunes del paisaje observado. De esto se definen 9 tipos de paisaje vegetales. De esto se crea una tabla con valores y varianzas según evaluación de las fotos. Puntaje: 4.

Publicación 17: Paisaje y Turismo. Universidad Autónoma de Barcelona. España. Revista de Estudios Turísticos 103: 95-97. El texto hace referencia a 4 aspectos, paisaje, geoturismo desde la perspectiva de una trilogía paisaje-

región- cultura y como puede ocurrir una destrucción territorial por una mala práctica y gestión del territorio. Puntaje: 6.

Publicación 18: Aspectos Naturales y culturales del paisaje de la Sierra de Guadarrama desde el análisis de su calidad visual. Este estudio aborda los tres aspectos fundamentales del análisis del paisaje, naturaleza, cultura e historia del territorio en conjunto a lugares colindantes que son parte importante del conjunto de rasgos particulares del territorio. Bajo este hilo argumental, el paisaje se aborda en la propuesta de investigación que se presenta bajo dos premisas básicas: una enorme diversidad, escalabilidad y heterogeneidad territorial, y una creciente demanda de herramientas que sean capaces de aunar parámetros de cuantificación y cualificación de valores del paisaje desde la perspectiva visual y las impresiones que estos producen al ser humano, esto es, su calidad paisajística. Puntaje: 4.

### **Desarrollo y Discusión**

“Sin paisaje no hay turismo” (Joan Nogué, 1989)

Ver el turismo como un componente dinamizador económico, social y ambiental del territorio, fortalece la oferta turística que vende paisajes para captar sus clientes, usan el contraste de la ciudad versus la tranquilidad y paz que entrega un paisaje de destino turístico (De la Fuente de Val, 2019).

Hoy la definición de paisaje ha evolucionado con el paso del tiempo, va perdiendo protagonismo su valor estético y comienza a integrar diferentes elementos físicos relacionados con la ecología y el habitar humano. Este último punto es la amenaza latente del recurso paisaje, la actividad en el territorio lo modela y lo destruye (Muñoz-Pedreros, 2017).

El paisaje conforma la unión de las diferentes capas que se crean según la percepción del que observa, la relación entre cultura y paisaje es como el entorno genera este entramado, originando lo que llamamos local o propio del lugar, se refleja en las construcciones arquitectónicas, la materialidad

usada, las grandes infraestructuras y referentes del paisaje condicionan la cultura del lugar en cuanto a emplazamiento. El paisaje es la esencia del lugar, lo que podemos percibir al recorrer y observar cómo el viajero o como local, siendo parte del lugar o fuera de él. Es la coexistencia de la vida humana y el mundo físico, la relación que se genera con la naturaleza y cómo de ella generamos conceptos, comportamientos y formas para crear (Gómez Alzate, 2010).

**Gráfica 1: Puntuación obtenida por publicación analizada**



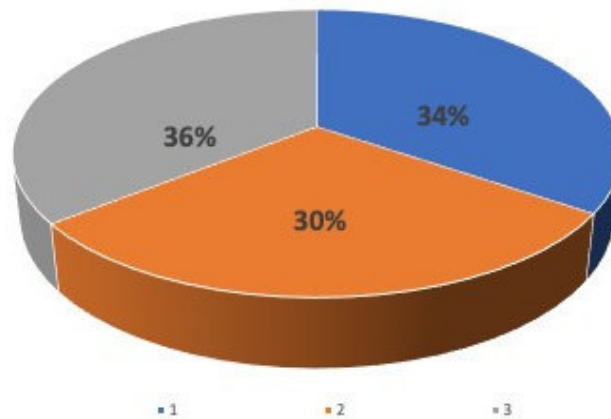
Fuente: Elaboración propia

### Análisis de la puntuación más alta

Como se puede observar en la Gráfica 1, siete publicaciones evaluadas obtuvieron la puntuación más alta. Esto se debe a que los estudios y evaluación del paisaje fueron abordadas desde diferentes ejes como por el ejemplo en el texto número 3 “Potencialidades escénicas de los paisajes patagónicos. Recursos para la diversificación económica sustentable de la región”, cumple con los tres ejes evaluados ya que potencia un recurso no convencional como lo es la geodiversidad, un recurso poco explotado en los destinos patagónicos Argentinos. Considera este recurso como una oportunidad de desarrollo económico para comunidades locales. En relación al estudio numero 8, Potencialidad del geoturismo en la Patagonia: Sitios de

interés geológico en proximidad de la Ruta Nacional 40, tramo Río Turbio - Lago Viedma, Santa Cruz. Aborda el análisis del paisaje desde los tres ejes principales del desarrollo sostenible de un territorio. Identifica y describe manifestaciones culturales en zonas puntuales de todo el territorio, indican como el medio ambiente de alguna forma, modero los asentamientos humanos. Por otro lado, proponen como el geoturismo se debería desarrollar, sugiriendo rutas y conectando distintos territorios. Otra publicación (6) en que abordan el territorio desde distintos ejes para describir y evaluar el paisaje, es La matriz MATAN, una propuesta de análisis paisajístico, mediante el uso de fotografías documentales, históricas y/o patrimoniales de los Andes Patagónicos Chilenos de principios del siglo XX. En el documento describen que el territorio se debe evaluar desde 5 aspectos que avanzan de lo descriptivo a lo interpretativo; Nivel Contextual, Nivel Morfológico, Nivel Compositivo, Nivel Enunciativo y Nivel Global. En el texto 7 Propuesta de uso ecoturístico para los humedales del río cruces y terrenos adyacentes (Sitio Ramsar de Chile).

**Gráfica 2: Indicador de aspectos evaluados**



**Fuente: Elaboración propia**

Los aspectos evaluados se clasifican en tres ejes que deben ser considerados para toda evaluación del paisaje, tomando en cuenta la percepción del observador local, público visitante y especialistas.

1. Eje ambiental: aunque el porcentaje es alto, es debido a que la mayoría de los textos analizados consideran la fragilidad del paisaje pero no están enfocados en el impacto ambiental, es por esto que lo abordan de manera insuficiente.
2. Eje económico: si bien hay textos 100% enfocados en el ámbito económico, otros lo dejan completamente de lado.
3. Eje social: tiene mayor puntaje ya que casi la totalidad de los estudios están dirigidos a potenciar atractivos turísticos con integración de las comunidades locales, por esto las consideran dentro de los evaluadores.

### **Conclusiones**

La sostenibilidad es un punto importante al construir en entornos turísticos, es inevitable que la intervención humana no afecte al territorio. Desde los inicios del hombre que dejamos huellas, unas que permanecen más en el tiempo y otras más orgánicas que duran un par de años y se desintegran. Hoy cada vez más queremos irnos lejos donde aún queda algo primigenio y auténtico, buscamos la paz y la desconexión total.

Las marcas actuales que hieren los territorios cuentan historias de otros tiempos, muchas de estas marcas son causadas por distintos dueños, derechos de agua, acceso al mar, los cerros, los ríos, los cauces, los bosques nativos y los bosques implantados. Se conforman de capas dentro de la geografía como política, humana, histórica y natural. Finalmente lo que contemplamos es un entretejido de todas las capas que conforman un encuadre interesante con potencial turístico.



Este informe sirve como base para futuras investigaciones y evaluaciones del paisaje, complementando los métodos pero considerando los tres ejes acá estudiados para un resultado más completo y eficiente, ya que se cumplió el objetivo general. Es importante agregar a los estudios una evaluación de impacto ambiental, como la Guía para la evaluación de impacto ambiental del valor paisajístico en el Seia del Servicio de Evaluación Ambiental (SEA). (2019).

## Bibliografía y referencias

De la Fuente de Val, G. (2019). Turismo y paisaje: caminando hacia la sostenibilidad y responsabilidad social. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo Local*, 12(27), ISSN 1988-5261. <https://www.eumed.net/rev/turydes/27/responsabilidad-sostenibilidad.html>

Fiore, D., & Acevedo, A. (1). Paisajes rupestres. La identificación de patrones de producción y distribución de arte parietal en escalas espaciales amplias (Cañadón Yaten Guajen, Santa Cruz, Patagonia argentina). *Arqueología*, 24(2), 177-207. <https://doi.org/10.34096/arqueologia.t24.n2.5006>

Galiano, E. E., & Abelló, R.-P. (1984). Una metodología para la valoración del paisaje en estudios de ordenación territorial: Su aplicación al Término municipal de la Granja de San Ildefonso. *Ciudad Y Territorio Estudios Territoriales (CyTET)*, (61), 53-68. Recuperado a partir de <https://recyt.fecyt.es/index.php/CyTET/article/view/81793>

García Romero, A., Serrano de la Cruz Santos-Olmo, M. A., Méndez-Méndez, A., & Salinas Chávez, E. (2019). Diseño y aplicación de indicadores de calidad paisajística para la evaluación de atractivos turísticos en áreas rurales. *Revista de Geografía Norte Grande*, 72, 55-73. [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-34022019000100055&script=sci\\_arttext&tln\\_g=en](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-34022019000100055&script=sci_arttext&tln_g=en)

Gómez Alzate, A. (2010). El paisaje como patrimonio cultural, ambiental y productivo Análisis e intervención para su sostenibilidad. *Revista KEPES*, 7(6), 91-106. [http://vip.ucaldas.edu.co/kepes/downloads/Revista6\\_6.pdf](http://vip.ucaldas.edu.co/kepes/downloads/Revista6_6.pdf)

Hersperger, A.M., Grădinaru, S.R., Pierri Daunt, A.B. et al. Landscape ecological concepts in planning: review of recent developments. *Landscape Ecol* (2021). <https://doi.org/10.1007/s10980-021-01193-y>

Martínez Rodríguez, A. A., Juárez López, J. F., Ortiz Salaz, L., & Galmiche Tejeda, Á. (2021). El paisaje como recurso turístico en Áreas Naturales Protegidas: Caso Ranchería Chilapa 2da.Sección (Cañaverlito), Centla, Tabasco. *Ecosistemas Y Recursos Agropecuarios*, 8(1), 1-16. <https://doi.org/10.19136/era.a8n1.2680>

Mazzoni, E. y Diez, P. (2017). Potencialidad del geoturismo en Santa Cruz, Argentina. Sitios de interés geológico en proximidad de la RN40, tramo Rio Turbio – Lago Viedma. San Miguel de Tucumán, Agosto

2017. Acta Simposio de Patrimonio Geológico, Desarrollo Sostenible y Estilos de Vida Saludables, XX Congreso Geológico <http://www.insugeo.org.ar/publicaciones/docs/scg-34-2-05.pdf>
- Mazzoni, E. (2018). Potencialidades escénicas de los paisajes patagónicos. Recursos para la diversificación económica sustentable de la región. *Párrafos Geográficos*, 17(N°1), ISSN 1853-9428. [http://www.igeopat.org/parrafosgeograficos/images/RevistasPG/2018\\_17\\_1/29-1.pdf](http://www.igeopat.org/parrafosgeograficos/images/RevistasPG/2018_17_1/29-1.pdf)
- Muñoz-Pedrerros A, J Moncada & A Larraín (2000). Variación de la percepción del recurso paisaje en el sur de Chile. *Revista Chilena de Historia Natural* 73: 681-690. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rchnat/v73n4/art15.pdf>
- Muñoz-Pedrerros A & A Larraín (2002). Impacto de la actividad silvoagropecuaria sobre la calidad del paisaje en un transecto del sur de Chile. *Revista Chilena de Historia Natural* 75: 673-689. [http://rchn.biologiachile.cl/pdfs/2002/4/Munoz-Pedrerros & Larraín\\_2002.pdf](http://rchn.biologiachile.cl/pdfs/2002/4/Munoz-Pedrerros & Larraín_2002.pdf)
- Muñoz-Pedrerros A (2004) Evaluación de Paisaje: una herramienta de gestión ambiental. *Revista Chilena de Historia Natural*. 75: 139-156. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rchnat/v77n1/art11.pdf>
- Muñoz-Pedrerros, A. & Quintana, J. (2010). Evaluación de fauna silvestre para uso ecoturístico en humedales del río Cruces, sitio Ramsar de Chile. *Interciencia*. 35. 1-9. [https://www.researchgate.net/publication/259238416\\_Evaluacion\\_de\\_fauna\\_silvestre\\_para\\_uso\\_ecoturistico\\_en\\_humedales\\_del\\_rio\\_Cruces\\_sitio\\_Ramsar\\_de\\_Chile](https://www.researchgate.net/publication/259238416_Evaluacion_de_fauna_silvestre_para_uso_ecoturistico_en_humedales_del_rio_Cruces_sitio_Ramsar_de_Chile)
- Muñoz-Pedrerros, A. (2017). El paisaje visual: Un recurso importante y pobremente conservado. *Ambiente & Sociedade*, São Paulo, XX (1), 167-186. <https://doi.org/10.1590/1809-4422asoc20150088r1v2012017>
- Nogué J (1989) Paisaje y Turismo. Universidad Autónoma de Barcelona. España. *Revista de Estudios Turísticos* 103: 95-97. [https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS\\_ESTUDIOS\\_TURISTICOS/55237.p df](https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/55237.p df)
- Nogué, J., de San Eugenio, J., & Sala, P. (2019). La implementación de indicadores de lo intangible para catalogar el paisaje percibido. El caso del Observatorio del Paisaje de Cataluña. *Revista de Geografía Norte Grande*, 72, 75-91. [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-34022019000100075&script=sci\\_arttext](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-34022019000100075&script=sci_arttext)
- Observatorio de la Sostenibilidad en España. (2009). Patrimonio natural, cultural y paisajístico: claves para la sostenibilidad territorial. <http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/site/portalweb/menuitem.7e1cf46ddf59bb227a9e205510e1ca/?vgnnextoid=58efdcdfo99a6410VgnVCM2000000624e50aRCRD&vgnextchannel=db9dabddc5988510VgnVCM2000000624e50aRCRD>
- Paulsen Bilbao, A. (2017). La matriz MATAN, una propuesta de análisis paisajístico, mediante el uso de fotografías documentales, históricas y/o patrimoniales de los Andes Patagónicos Chilenos de principios del siglo XX1. *Revista De Geografía Espacios*, 7(13), 72-98. <https://doi.org/10.25074/07197209.13.706>
- Rosenfeld, G., Mackenzie, R., Vidal, O., Muñoz, R., Simeonova, V., Rosenfeld, S., Osorio, M., & Santin, J. (2020). Turismo de naturaleza en el extremo meridional de la Península de Brunswick (Patagonia, Chile):

- de la improvisación a la planificación. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 16(2), 186–201. [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-235X2020000200186&script=sci\\_arttext](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-235X2020000200186&script=sci_arttext)
- Salazar, Gonzalo, Fonck, Martín, & Irrázaval, Felipe. (2017). Paisajes en movimiento: sentidos de lugar y prácticas interculturales en ciudades de la Región de la Araucanía, Chile. *Chungará (Arica)*, 49(2), 251-264. Epub 2017. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-73562017005000006>
- Servicio de Evaluación Ambiental (SEA). (2019). Guía para la evaluación de impacto ambiental del valor paisajístico en el Seia. [https://www.sea.gob.cl/sites/default/files/imce/archivos/2019/03/13/guia\\_valor\\_paisajistico\\_websea.pdf](https://www.sea.gob.cl/sites/default/files/imce/archivos/2019/03/13/guia_valor_paisajistico_websea.pdf)
- Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN), Mossoró/RN, vol. 8 (Número Especial 2) 2019 (Turismo sustentable y sus desafíos contemporáneos). <http://periodicos.uern.br/index.php/turismo>
- Vergara, G., & Ibarra, J. T. (2019). Paisajes en transición: gradientes urbano-rurales y antropización del bosque templado andino del sur de Chile. *Revista de Geografía Norte Grande*, 74, 139–158. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rgeong/n74/0718-3402-rgeong-74-139.pdf>
- Zusman, Perla. (2009). Joan Nogué (editor). La construcción social del paisaje. *Revista de geografía Norte Grande*, (44), 143-147. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022009000300008>

## NOTA DE INTERÉS



# Turismo creativo: fundamentos y posibilidades de desarrollo en Argentina

*Creative tourism: foundations and developing possibilities in Argentina*

 **Melina Noel Mansilla**

Universidad Siglo 21  
Córdoba, Argentina

[melinanmansilla@hotmail.com](mailto:melinanmansilla@hotmail.com)

## RESUMEN

El turismo creativo es una modalidad dentro del turismo cultural que se caracteriza por una oferta basada en experiencias de aprendizajes en torno a actividades recreativas inspiradas en la cultura local y en sus diversas manifestaciones. En este artículo, cuya metodología se basó en investigación bibliográfica, se abordan fundamentos teóricos que sustentan este modelo de desarrollo turístico, así como las diferencias esenciales existentes entre el turismo creativo y el turismo cultural, en su expresión más convencional. Asimismo, se analizan las fortalezas y debilidades que presenta en términos generales la Argentina para el desarrollo de esta modalidad, así como los desafíos y oportunidades que encierra el contexto actual. Dado que el patrimonio cultural cumple un rol fundamental como fuente de inspiración para la creación de propuestas de turismo creativo, se incluyen algunos ejemplos de recursos culturales representativos de las diferentes regiones del país que detentan potencial en este sentido. Por otro lado, se abordan lineamientos básicos para la planificación, gestión y promoción de productos turísticos basados en el diseño de

experiencia. Finalmente, se arriba a la conclusión que el turismo creativo representa una alternativa interesante para diversificar la oferta turística de Argentina, atendiendo las necesidades del turista actual.

**PALABRAS CLAVE:** turismo creativo, turismo cultural, patrimonio cultural, diseño de experiencia.

#### ABSTRACT

Creative tourism is a modality within cultural tourism that is characterized by an offer based on learning experiences around recreational activities inspired in the local culture and its diverse manifestations. In this article whose methodology was based on bibliographic research, the theoretical foundations of this model of tourism development are addressed, as well as the essential differences between creative tourism and cultural tourism in its most conventional expression. Likewise, the strengths and weaknesses present in Argentina for the development of this modality are analyzed, together with the challenges and opportunities that the current context contains. Cultural heritage plays a fundamental role as a source of inspiration for the creation of creative tourism proposals and therefore some examples of potential representative cultural resources from the different regions of the country are included. On the other hand, basic guidelines are addressed for the planning, management and promotion of tourism products based on the experience design. Finally, it comes to the conclusion that creative tourism represents an interesting alternative to diversify Argentina's tourism offer, according to the needs of today's tourists.

**KEYWORDS:** creative tourism, cultural tourism, cultural heritage, experience design.

*Fecha recepción: 17 de octubre de 2021*

*Fecha aprobación: 3 de diciembre de 2021*

## Introducción

La creatividad es una competencia altamente valorada en la sociedad actual, en especial, cuando se presenta como un recurso colectivo. Existen numerosas concepciones del término creatividad. Una de las definiciones más difundidas es la que postula que la creatividad es la capacidad de utilizar la información y los conocimientos de forma nueva y de encontrar soluciones

divergentes a los problemas (Monreal, 2000). El concepto de creatividad entró en la cultura europea tardíamente, ya que recién en siglo XIX el término “creator” se incorporó al lenguaje del arte, aunque para entonces se convirtió en propiedad exclusiva del artista. Sin embargo, ya en el siglo XX, la expresión empezó a aplicarse a toda la cultura humana: en las ciencias, la política y la tecnología. De este modo, no solo los artistas podían ser creativos, sino también las personas activas en otros campos de la cultura. En definitiva, la creatividad es posible en todos los campos de la cultura y de la producción humana (Tatarkiewicz, 2010).

En la actualidad, las ciudades creativas se han convertido en potentes polos de atracción de talentos que retroalimentan ciclos de crecimiento. Ahora bien, en el ámbito del turismo, la creatividad puede asumir tanto el rol de insumo para el diseño de productos innovadores, acordes a las necesidades del turista actual, como así también formar parte esencial de la oferta turística. En virtud del contexto actual, la creatividad se revela como una competencia clave para afrontar las problemáticas del sector turístico, tanto aquellas de carácter estructural como las que se han desencadenado a partir de la crisis del Covid-2019.

Teresa Amabile (en Goleman, Kaufman y Ray, 2012) considera tres ingredientes básicos de la creatividad: pericia en un área específica, dadas por las habilidades entrenadas en el propio ámbito de actividad; habilidades de pensamiento creativo, que involucran maneras de abordar el mundo que permitan encontrar nuevas y variadas posibilidades; y pasión, como motivación intrínseca e impulso de hacer algo por el mero placer de hacerlo. A nivel del individuo, para seguir siendo creativas las personas deben asimilar de manera continua nueva información y nuevas experiencias. Lo mismo se aplica a nivel colectivo. En los períodos más creativos de la sociedad, ha habido una profusión de diversidad: ideas nuevas y encuentros transculturales, ya que “el capital creativo no es solo una colección de ideas



de los individuos, sino un producto de la interacción” (Florida y Goodnight, 2005, p.4).

El protagonismo que el capital creativo ha detentado en algunos centros urbanos del mundo ha dado origen a las denominadas ciudades creativas, categoría surgida en los años 80. Landry (2008) las describe como enclaves en los que las personas pueden expresar sus talentos, que son aprovechados, explotados y promovidos por el bien común. Por su parte, Florida (2009) las define como espacios urbanos capaces de articular su desarrollo socio-económico basándose en las 3 T: tolerancia, talento y tecnología. En el año 2004, la UNESCO creó la Red de Ciudades Creativas, la cual alcanzó un total de 246 ciudades declaradas para el año 2021.

La relevancia que reviste la creatividad de la sociedad actual se ha puesto de manifiesto en el desarrollo de la economía naranja, sector que integra aquellas actividades a través de las cuales las ideas se transforman en bienes y servicios culturales y creativos, e incluye tres principales grupos de actividades: las actividades tradicionales y artísticas, la industria creativa y las actividades que brindan apoyo creativo a las industrias tradicionales (Benavente y Grazi, 2017). De la conjunción e integración del sector creativo y del sector turístico surge el turismo creativo.

### **Conceptos y fundamentos teóricos**

El turismo creativo es una modalidad turística que se encuadra dentro del turismo cultural y que ofrece a los visitantes la oportunidad de desarrollar su potencial creativo a través de la participación activa en experiencias de aprendizajes que caracterizan el destino a través de cursos, talleres y demás acciones formativas que promuevan el conocimiento de la cultura local. Se trata de una interacción educativa, emocional, social y participativa del visitante con la cultura y la sociedad local de un territorio (UNESCO, 2004). Desde una perspectiva más holística, se lo denomina turismo creativo

emocional e incluye aquellas actividades culturales o lúdicas que se desarrollan en ambientes creativos con capacidad para generar emoción. Implica para los visitantes la participación en actividades creativas junto con la población local para la estimulación y construcción de vínculos a través de la participación en experiencias creativas compartidas (Díaz-Zarco y Castro-Morales, 2017).

En el marco del turismo creativo, la figura del turista no se limita a un mero consumidor de bienes y servicios. Por el contrario, es abordado desde un enfoque holístico como persona que se desarrolla en diferentes contextos y en los cuales busca cada vez más la satisfacción de necesidades de orden superior, a través de experiencias auténticas y espontáneas que lo diferencien de los demás. Ahora bien, el turismo se postula como el mayor generador de experiencias. Binkhorst (2008) considera que el turismo es el resultado de la tensión entre la vida cotidiana en el contexto habitual de las personas y otras realidades que experimentan en diferentes contextos, fuera de su lugar de residencia. Tal como sostiene el autor, es en el contexto laboral y educativo en los que se desenvuelve habitualmente el individuo donde se manifiestan sus necesidades latentes, estilo de vida y preferencias, y es allí donde se toman las decisiones, incluidas las referidas al uso del tiempo libre. A pesar del alto impacto que el contexto habitual tiene en el modelado de las necesidades de los turistas, han sido escasos los estudios realizados desde el sector académico del Turismo sobre la relación existente entre lugar de residencia y destino turístico. Posiblemente indagar en el rol que juegan las similitudes y diferencias entre uno y otro sitio pueda contribuir a una comprensión más profunda del proceso de selección de un destino turístico.

El turismo debe contemplar la complejidad de las necesidades de las personas, en consonancia con la ansiedad y sentimiento de carencia propios de las sociedades postmodernas. En las necesidades de auto-realización, de implicarse en la vida local, de ser alguien diferente después de la experiencia de viajar y la búsqueda de oportunidades de desarrollo personal subyacen

gran parte de las motivaciones que impulsan a las personas a viajar (Binkhorst, 2008). Esto explica el auge de los llamados viajes con propósito. Los destinos, entonces, deben crear propuestas que estén a la altura de las expectativas y necesidades del turista de hoy.

Para el turismo creativo, la cultura local se erige como fuente de inspiración, autenticidad y pertenencia. De hecho, la autenticidad aparece como un atributo muy valorado dentro de la oferta turística, aunque es oportuno aclarar que la autenticidad es un concepto construido socialmente. En virtud de esto, resulta fundamental indagar, en primera instancia, en la autopercepción de la cultura local, es decir, cómo la comunidad local percibe su propia cultura y qué elementos reconoce como auténticos. Landry (2008) se refiere a la cultura como plataforma para la acción creativa e implica entender la cultura no solo como producto, sino también como filosofía y estilo de vida. Otro elemento nuclear para la generación de un espacio creativo es la multiculturalidad. En este sentido, las grandes ciudades corren con ventaja como destinos de turismo creativo. Sin embargo, se debe destacar que existe un creciente interés por las culturas autóctonas, lo rústico y lo folclórico, sin distinción entre la alta cultura y la cultura popular. Es decir, cualquier comunidad puede aprovechar a consciencia sus recursos patrimoniales para generar propuestas distintivas, ya que en un mundo de homogenización lo singular frente a lo masivo entraña, a menudo, una ventaja competitiva.

Un eje fundamental del turismo creativo es el trabajo en red, el cual engloba a todas las partes involucradas en proporcionar contextos de experiencias, siendo difusas las fronteras entre turismo, arte, cultura y ocio. A este respecto, el uso de la tecnología para el trabajo en red puede contribuir a la clusterización y a una mayor sinergia de la creatividad individual y colectiva de una comunidad. Tal vez sea momento de superar la visión dicotómica de oferta y demanda, empresa y cliente, espacios turísticos y no turísticos, para

dar paso a un enfoque integral del sistema turístico, donde cada elemento puede asumir múltiples roles.

La oferta de turismo creativo se basa en experiencias. Se define como experiencia al acontecimiento personal con significado emocional trascendente, basado en la interacción con estímulos, productos y servicios. Se centra en el crecimiento y la realización personal, lo que implica una transformación por parte del turista (Carballo-Fuentes, Moreno-Gil, González y Brent-Ritchie, 2015). La experiencia en sí comprende un viaje no solo físico sino emocional porque se relaciona con una percepción subjetiva y personal. En el viaje emocional intervienen numerosos factores: placer, excitación, estética, educación, entretenimiento, escapismo, aprendizajes, emociones, experiencias prácticas, búsqueda de estímulos y retos, y auto-realización. Se trata de un proceso acumulativo por etapas: antes, durante y después del viaje. Los factores sociales, psicológicos y contextuales son los que determinan el resultado de la experiencia (Carballo-Fuentes, Moreno-Gil, González y Brent-Ritchie, 2015).

El turismo creativo se sustenta en la co-creación de experiencias, es decir, en la interacción entre las personas, locales y visitantes, y el contexto, donde subyace el espíritu del lugar y su gente. Se trata de una relación espacio – tiempo, que aparece en forma de oportunidades de aprendizaje, las cuales son valoradas como factores cada vez más determinantes de la calidad de vida de las personas. El viaje, en el marco del turismo creativo, constituye una oportunidad de transformación personal que perdura y trasciende.

Como se mencionó anteriormente, la experiencia de co-creación implica una interacción entre el individuo (el turista) y el contexto (el destino). Sin embargo, el contexto es forma y contenido a la vez. En realidad, este entorno se configura como una red de diversos actores que intervienen en la experiencia de visita. En la cultura del destino yace el espíritu del lugar, el cual lo convierte en un sitio auténtico e inspirador para que sus visitantes puedan adquirir nuevos aprendizajes. La co-creación se relaciona

estrechamente con el concepto de “proconsumo”, tendencia de los consumidores a participar de manera activa en el proceso de producción. Cuando se habla de producción no se alude necesariamente a la producción de bienes materiales ni de servicios, sino más bien a la creación de experiencias únicas que permitan al individuo diferenciarse de los demás consumidores y poner énfasis en el consumo simbólico del turismo (Richards, 2003). Las experiencias pueden emocionar a las personas mucho más que los productos o los servicios. Aunque son intangibles y, a menudo, costosas, se les suele dar un gran valor puesto que son memorables (Binkhorst, 2008).

De acuerdo con lo anterior, el turismo creativo, sustentado en la experiencia individual y relacional, minimiza el riesgo de reproducción masiva en la que han caído otras formas de turismo cultural. Antagónicamente, cada experiencia es única por definición, ya que es la misma persona la responsable de su creación (Korstanje, 2015).

Dado que el capital creativo de una comunidad es la base de cualquier propuesta de turismo creativo, vale preguntarse cómo se puede medir la creatividad de un territorio. A este respecto, García Suárez y Pulido Fernández (2015) han desarrollado un indicador denominado “creacity”, compuesto por 3 dimensiones: a) espacial: espacios culturales y de divulgación, instituciones académicas y conectividad; b) ambiental: clase creativa, oferta cultural, participación ciudadana, tolerancia y calidad de vida; c) institucional: transparencia, situación socio-económica, estimulación creativa y calidad institucional.

Por último, las experiencias en turismo creativo de distintas regiones del mundo dan cuenta de que la oferta bajo esta modalidad puede circunscribirse tanto a barrios como focos de atracción, como a grandes centros urbanos en tanto escenarios de experimentación, en consonancia con la idea de la ciudad como taller (Díaz-Zarco y Castro-Morales, 2017). En el contexto actual, en la cual se experimenta una sustitución de polo industrial al polo patrimonial y una transición de la producción material a la

producción inmaterial, tanto las ciudades creativas (espacios urbanos) como los llamados pueblos con encanto (espacio rural) tienen la oportunidad de crear nuevos usos del patrimonio cultural y descubrir nuevos activos patrimoniales.

### Turismo cultural tradicional versus turismo creativo

A continuación, se presenta una tabla comparativa que destaca las diferencias existentes entre el turismo cultural en su concepción más tradicional y el turismo creativo.

**Tabla 1: Cuadro Comparativo**

Turismo cultural tradicional	Turismo creativo
Se basa en el consumo pasivo y masivo de atractivos culturales.	Se basa en experiencias personalizadas en torno a diferentes manifestaciones de la cultura.
Lógica con foco en el equipamiento, la arquitectura y los espacios específicos de la cultura.	Lógica con foco en las manifestaciones inmateriales de la cultura, incluida la cultura popular.
Capacidad de uso limitada del patrimonio cultural material por no ser trasladable, ni reproducible.	Capacidad de uso flexible del patrimonio cultural inmaterial, el cual puede transferirse y reproducirse.
Se asocia con el círculo vicioso del turismo masivo y sus impactos negativos en el territorio.	Se asocia con un riesgo menor a la sobreexplotación de recursos por basarse en un modelo de baja escala.
Se relaciona con una visión regresiva con el pasado (patrimonio cultural material).	Se relaciona con una visión postmoderna de la cultura viva.
El turista desempeña un rol pasivo, de observación.	El turista desempeña un rol activo, a partir de experiencias inmersivas.
Basado en el marketing del producto.	Basado en el marketing de la experiencia.
Se sustenta en una economía basada en la prestación de servicios.	Se sustenta en una economía basada en la experiencia.

*Fuente: Elaboración propia*

### Análisis FODA del turismo creativo en Argentina

La implementación del desarrollo del turismo creativo en Argentina presenta un panorama complejo, el cual es descripto a continuación a partir del uso de una Matriz FODA como herramienta diagnóstica.

### **Fortalezas**

El desarrollo de productos requiere bajo nivel de inversión. Esto responde al hecho que el diseño de experiencias se centra más bien en aspectos inmateriales que, si bien deben ser gestionados con eficiencia para lograr la satisfacción de los participantes, no demandan inversiones significativas en materia de infraestructura. Se considera que un territorio con una planta turística básica ya cuenta con las condiciones materiales elementales para el desarrollo del turismo creativo, siempre que se complementen con las prestaciones específicas que responden a la modalidad. De modo que el turismo creativo puede constituir una oportunidad para aquellos centros turísticos del país con bajos recursos presupuestarios en materia turística.

La oferta de turismo creativo cuenta con mayor nivel de autonomía con respecto a otras modalidades. Esto se debe a que el modelo de desarrollo turístico deseable es aquel que se basa en una gestión comunitaria como estrategia que promueve el desarrollo local, a partir de las capacidades colectivas, los recursos disponibles y las redes de trabajo para la mejora en las condiciones de vida de la comunidad (Carrillo García, Enríquez Rocha y Meléndez Herrada, 2017). Quienes participan como gestores, mediadores y prestadores de las propuestas de turismo creativo son los mismos pobladores vinculados con el sector cultural. Se basa en la interacción directa entre visitantes y residentes, lo que reduce la intervención de intermediarios ajenos a la comunidad local y cualquier posible distorsión en la oferta turística. En cuanto a esto, los municipios más pequeños del interior del país, por contar con vínculos más estrechos con los actores sociales locales, pueden incentivar a sus comunidades a participar en este modelo de desarrollo autónomo con mayor eficacia que en las grandes ciudades donde el entramado social y los acuerdos intersectoriales se tornan más complejos.

Se trata de un modelo de gestión que puede ser llevado a cabo a escala municipal o regional.

El turismo creativo favorece el aprendizaje sobre otras culturas, pero no solo desde un enfoque cognitivo, sino también práctico, que permite al turista luego incorporar los saberes aprendidos en su vida cotidiana y reflejarlos en su cultura propia, a la vez que la comunidad receptora también se enriquece a partir de experiencias de intercambio. La diversidad cultural de Argentina es significativa. Tanto si se trata de turismo internacional como turismo doméstico, el turismo creativo puede ser un mecanismo excelente para promover el respeto por dicha diversidad, en todas sus formas.

Dado que las oportunidades de aprendizaje forman una parte significativa de las motivaciones de los turistas, el turismo creativo propicia la repetición de visita para seguir aprendiendo. En el contexto actual con una considerable retracción de la demanda y un mercado turístico nacional altamente competitivo, los destinos pueden fidelizar su demanda turística siempre que las propuestas sigan siendo lo suficientemente atractivas y les permitan a quienes participen continuar aprendiendo a partir de experiencias de valor. Por otra parte, cuando el visitante ya agotó la experiencia turística, en futuras estadias puede que perciba la experiencia más próxima a vivir como un local (Araújo-Pereira y de Selvinha-Gosling, 2017).

El turismo creativo apunta a un segmento de nivel socio-cultural alto, lo que se traduce en un mayor gasto turístico, que se inyecta directamente en la economía local. Al igual que otras modalidades turísticas, reporta beneficios económicos, en términos de generación de empleos, desarrollo de las industrias del ocio y la activación del comercio local, y beneficios sociales a partir de la revitalización de espacios públicos, el fomento de participación ciudadana e interacciones sociales entre diferentes actores. Tanto los destinos que forman parte de la Red de Ciudades Creativas de Argentina del Ministerio de Cultura de la Nación, como del Programa Pueblos Auténticos del Ministerio de Turismo y Deporte de la Nación, pueden valerse de las



acciones de promoción turística de tales programas para potenciar el desarrollo del turismo creativo y su consecuente efecto multiplicador.

Las propuestas de turismo creativo pueden involucrar la participación en actividades relacionadas con la producción artesanal regional, lo incluye la elaboración de suvenires por parte de los mismos visitantes. En la actualidad, es posible identificar una amplia gama de manifestaciones culturales con alto valor identitario de diferentes regiones del país, muchas de las cuales se reconocen como artesanías típicas. Generalmente se identifica a la artesanía como un elemento del folklore, muy entrelazada con las tradiciones y costumbres populares de una región, por lo que se puede afirmar que los productos artesanales son un recurso turístico en sí (Sánchez-Bobadilla y Galeano-Bate, 2018) y pueden constituir la base de experiencias de turismo creativo.

### **Oportunidades**

Argentina no se ha mantenido al margen del crecimiento de la economía naranja y a la proliferación de empresas y emprendimientos culturales y creativos a distintas escalas, desde pequeños negocios de diseños gráficos, ateliers, galerías de arte, editoriales independientes, talleres de arte, estudios de música, escuelas de ballet y teatro, hasta grandes compañías. La existencia de un sector cultural en expansión se presenta como una gran oportunidad para que aquellos actores interesados en compartir sus producciones y saberes, en rol de mediadores de experiencias, puedan insertarse en la oferta turística con propuestas relacionadas a su área de expertise y así diversificar su fuente de ingresos económicos. Se destaca el Sistema de información Cultural de la Argentina, dependiente del Ministerio de Cultura de la Nación, por el caudal de información y el monitoreo del sector, como una herramienta clave para evaluar el comportamiento de las industrias culturales en distintas partes del país.

El turismo temático y especializado es una alternativa válida como estrategia de rejuvenecimiento para rehabilitar un destino en períodos críticos de su ciclo de vida, como así también para aquellos destinos que desean cambiar su perfil de demanda, ya sea por un segmento de turistas con características socio-culturales más compatibles con la comunidad local o por un segmento que genere un mayor impacto económico en el destino. En el caso particular del turismo creativo, subyace la posibilidad de aprovechar recursos culturales hasta entonces no explotados en la actividad turística, a una escala que de ningún modo implique acentuar los impactos negativos que experimentan los destinos en períodos de estancamiento y declive. Por otra parte, el diseño de experiencias a partir de nuevos recursos puede contribuir a generar una imagen renovada de determinados destinos y atraer una demanda que responde a motivaciones diferentes a las del turismo masivo. A este respecto, vale destacar que en la actualidad existe un consenso generalizado que postula que los cambios tecnológicos en materia de transporte y comunicaciones están convirtiendo a los destinos especialmente vulnerables a la obsolescencia (Diez, 2019).

La estacionalidad, como característica estructural de la demanda turística, puede ser contrarrestada con el desarrollo del turismo creativo como una estrategia para incentivar la actividad en temporada baja. Esto es especialmente importante para destinos que dependen del turismo de sol y playa, como los de la Costa Atlántica y las Sierras de Córdoba.

En los últimos años se ha observado un auge de la filosofía Do it yourself (DIY, por sus iniciales en inglés), como una práctica que estimula un estilo de vida de autosuficiencia -como atenuante del consumismo-, las habilidades manuales, el ahorro y la sostenibilidad. En tiempos de pandemia, esta tendencia se ha acentuado aún más ya que los períodos de confinamiento han propiciado el desarrollo de nuevas habilidades y hobbies al poner al alcance de todos, formas novedosas de acceder al arte, a la creación, a la cultura y a los proyectos DIY (Sesmero López y Freire Santa Cruz, 2020, en

MúsicoGuía). En este contexto, el turismo puede aprovechar el interés creciente en actividades artesanales y artísticas para crear experiencias que contribuyan a retroalimentar dicho interés y continuar cultivando los talentos implícitos en estas nuevas formas de uso del tiempo libre.

El uso de redes sociales y plataformas basadas en los principios de economía colaborativa al otorgar a clientes y oferentes gran visibilidad, poder de decisión y autonomía, brindan la oportunidad de conocer en profundidad los gustos y preferencias de los turistas potenciales, detectar nuevas tendencias en el sector, difundir a muy bajo costo todo tipo de productos y recibir retroalimentación inmediata. Más importante aún, el uso de estas tecnologías difumina la línea entre consumidores y productores, por lo que la economía colaborativa rompe con el modelo tradicional de negocio que las empresas poseen y las personas consumen (Soltero-Mariscal y Vargas-Hernández, 2017). Un ejemplo de esto es la plataforma internacional Airbnb, que ofrece dentro de sus servicios la contratación de experiencias culturales directamente a los anfitriones. Si bien es cierto que el uso de este tipo de plataformas tiene sus detractores en el sector turístico local, se deben valorar las posibilidades de difusión y comercialización que estas otorgan a quienes deseen compartir propuestas de turismo creativo en el mercado turístico nacional y, en especial, internacional, segmento más proclive a la contratación de este tipo de experiencias por medios digitales. Una revisión de las experiencias ofrecidas a través de Airbnb revela que ya existen algunas propuestas que se pudieran encuadrar dentro del turismo creativo, como clases de gastronomía típica argentina y de tango en la ciudad de Buenos Aires o la experiencia de ser artesano por un día y aprender la técnica de repujado en alpaca en Salta.

El calendario nacional de eventos culturales con proyección turística es rico en propuestas ligadas al patrimonio cultural material e inmaterial que comprenden festivales, ferias, exposiciones y demás eventos de carácter local, provincial y nacional. Algunos de estos eventos son programados en

períodos de temporada alta y configuran un componente más de la oferta de atractivos, mientras que otros se llevan a cabo en meses de baja afluencia como estrategias para incentivar la actividad el resto del año. En vista de esto es posible diseñar propuestas de turismo creativo que integren la participación en estos eventos como parte de la experiencia, siempre que las actividades a desarrollar se relacionen con la temática del evento de modo que el producto sea consistente. Por ejemplo, la Fiesta Nacional e Internacional del Poncho de San Fernando del Valle de Catamarca puede ser el contexto propicio para propuestas de turismo creativo sobre técnicas textiles artesanales, mientras que las Ferias del Libro que tienen lugar en distintas ciudades del país pueden integrarse a experiencias de turismo de escritura creativa.

El mapa turístico argentino pone de manifiesto la existencia de destinos especializados en determinadas modalidades, como turismo salud, turismo gastronómico y ecoturismo, entre otras. Se debe subrayar el hecho que todas estas modalidades son potencialmente compatibles con el turismo creativo, ya que es posible complementar la oferta especializada con actividades de aprendizaje práctico que permitan al turista incorporar nuevos saberes en el área de su interés. Es así que, por ejemplo, el turismo gastronómico podría incorporar a las propuestas convencionales de degustación y visitas temáticas, talleres de cocina creativa, nutrición y clases prácticas de platos regionales. Por otro lado, en el marco del turismo salud se podrían generar cursos de cosmética natural, huerta familiar y terapias holísticas en las que el turista no solo participe como espectador sino también como aprendiz, de modo que pueda incorporar los fundamentos básicos a su vida cotidiana. En el caso del ecoturismo, se podrían proponer talleres de artesanías y manualidades a partir de materiales reciclados, así como capacitaciones sobre el uso de plantas nativas, entre muchas otras posibilidades.

### **Debilidades**

El turismo creativo, como se mencionó anteriormente, se basa en experiencias que admiten alta subjetividad. Esto hace que sea muy difícil garantizar que la experiencia sea significativa para el turista, aunque sí se pueden crear las condiciones necesarias para que esto suceda. La satisfacción del visitante dependerá de diversos factores, muchos de los cuales son de índole personal, mientras que otros estarán definidos por la conjunción del espacio-tiempo en el cual tiene lugar la experiencia turística. El grado de interacción entre turistas y locales; el expertise del mediador anfitrión, sus habilidades interpersonales, comunicacionales y docentes; el vínculo generado entre los participantes y las expectativas personales son algunos de los factores que pueden modelar la percepción global de la experiencia por parte de cada visitante.

En relación con lo anterior, se debe tener en cuenta que la tarea de planificar experiencias y controlar la calidad de las mismas es mucho más compleja que en el caso de productos basados en servicios convencionales. Se necesitan herramientas de planificación, gestión y control diferentes, cuyo uso es menos frecuente en el quehacer turístico, en especial en el ámbito de la gestión pública. Dicha inexperiencia pone de manifiesto la necesidad de realizar capacitaciones específicas que estén orientadas a cultivar estas competencias fundamentales para gestionar el turismo creativo.

Crear experiencias memorables requiere creatividad, una competencia fundamental para el diseño de propuestas innovadoras. Para ello es necesario además favorecer el contacto entre distintos sectores de la economía local y ofrecer espacios de intercambio de conocimientos y experiencias. No obstante, la creatividad en su manifestación colectiva no se da de un momento a otro, sino que se trata de una competencia que debe llevarse a la práctica de manera sostenida a lo largo del tiempo, para que pueda derivar en resultados palpables. A su vez, si el Estado se encuentra en una posición subsidiaria e implementa estrategias de conducción deficitarias, será más difícil avanzar hacia la inserción del turismo creativo en la sociedad

(Molina, 2016). Es por esta razón que la visión cortoplacista que suele predominar en la gestión de proyectos turísticos puede atentar contra el desarrollo de esta modalidad turística, en especial, si no se permite el tiempo suficiente para que el proceso creativo se consolide y los destinos afiancen su imagen en el sector como destinos especializados en turismo creativo.

Cuando la calidad institucional de un territorio es deficitaria, por falta de transparencia, despotismo y baja participación ciudadana, entre otras debilidades, resulta poco probable que se puedan implementar con éxito modelos de gestión que se basan en la participación, cooperación e integración de distintos actores sociales, tanto del sector público como privado, como sucede en el modelo de turismo creativo. Por otro lado, las condiciones de vida de los pobladores, el acceso a los servicios esenciales y la existencia de espacios pluriculturales configuran el umbral mínimo de condiciones elementales que, una vez alcanzado, permitiría empezar a diagramar acciones en fomento del turismo, siempre que exista consenso al respecto. En este sentido, merecen especial atención territorios como la quebrada y el altiplano jujeño, el chaco salteño, las sierras de Catamarca y La Rioja, así como varias localidades del este santiagueño por ser zonas de alta vulnerabilidad social (Coscia y Hamawi, 2014).

La autenticidad es un atributo cada vez más valorado por los turistas. Esto trae aparejado para los destinos una necesidad constante de diferenciación, lo que constituye un verdadero desafío en la medida que se debe lograr el balance adecuado entre el diseño de experiencias que sean representativas del destino y la renovación de la oferta para fomentar la lealtad al destino por parte de los visitantes.

### **Amenazas**

El riesgo de mercantilización de la cultura e incluso la banalización de las manifestaciones propias de la cultura viva es una amenaza latente en los espacios turísticos (Barrado y Calabuig, 2001). Este riesgo se acentúa cuando

no se respeta la capacidad de carga de los recursos o la autodeterminación de las comunidades locales en lo referente a qué recursos patrimoniales desean compartir con otros y qué manifestaciones prefieren salvaguardar. Esta problemática puede ser agudizada ante el ingreso de prestadores que buscan solo el rédito económico, por lo que sus propuestas pueden que carezcan de los aditamentos necesarios para constituir una experiencia auténtica. Una experiencia percibida como algo ficticio puede afectar de manera considerable la imagen de un destino, lo cual resulta con frecuencia difícil de revertir. Si la propuesta es en verdad auténtica, entonces no podrá ser igual a otras experiencias que se desarrollen en otras latitudes (Molina, 2016).

En un contexto recesivo causado por la pandemia del Covid-2019, junto con otros factores coyunturales de la realidad nacional, las restricciones a la actividad turística y la falta de conectividad que existe a lo largo y ancho del territorio nacional configuran un escenario de alta incertidumbre que podría desalentar iniciativas más innovadoras en materia turística, en pro de mantener los productos turísticos ya consolidados en el mercado. Por otra parte, las restricciones de ingreso de turistas internacionales representan una amenaza para el sostenimiento de la planta turística de aquellos destinos altamente dependientes del turismo internacional, como los centros turísticos de la Patagonia Austral. A esto se suma que, en términos generales, el segmento de turistas extranjeros es el que manifiesta mayor interés en propuestas inmersivas en la cultura local, como las que se proponen desde el turismo creativo. Por ende, todo obstáculo al turismo receptivo se traduce en pérdidas económicas para el sector turístico, en particular, y para la economía nacional, en general.

La velocidad de los cambios, sobre todo en patrones de comportamiento, retroalimentado por los medios de comunicación, han abierto el camino al surgimiento de tendencias que han desaparecido al poco tiempo. Como resultado, las necesidades y expectativas de las personas son volátiles y

vulnerables a los cambios de un contexto de incertidumbre global. Esto exige por parte de los gestores turísticos un monitoreo constante de las tendencias y patrones de consumo y flexibilidad para adaptarse a los cambios. El turismo creativo, al igual que otras modalidades, no se basa en un modelo único e inalterable, sino que debe ser ajustado conforme a condiciones imperantes en cada momento.

### **El patrimonio cultural argentino y el turismo creativo**

El patrimonio cultural material e inmaterial argentino es vasto. Incluye manifestaciones culturales con profundas raíces en los pueblos originarios, así como actividades culturales contemporáneas que muchas veces asumen los rasgos distintivos de la cultura local. A continuación, se expone un mapa con algunos recursos ligados al patrimonio cultural que detentan potencial para ser aprovechados en el marco del turismo creativo. Dentro de tales recursos, se encuentran las expresiones argentinas que forman parte de la Lista de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO. Este mapa no pretende ser exhaustivo, sino más bien ejemplificar lo expuesto hasta aquí a partir de algunos recursos culturales representativos de cada región del país.



**Figura 1: Algunos recursos culturales con potencial para el turismo creativo en Argentina**



**Fuente: Elaboración propia**

### Metodología de diagnóstico

Toda intervención en el territorio debe partir de un diagnóstico integral, que comprenda los elementos fundamentales de la oferta turística: recursos naturales y culturales -y su consecuente evaluación de potencialidad turística como atractivos-, recursos humanos, económicos y financieros, infraestructura, equipamiento y servicios turísticos, organización institucional y legislación turística, según la metodología propuesta por Domínguez de Nakayama (1994).

En el ámbito del turismo creativo, todos los elementos de la oferta deben ser contemplados. Los recursos naturales y culturales pueden ser fuente de inspiración para plantear propuestas educativas que permitan recrear y reproducir prácticas identitarias. Por ejemplo, los museos arqueológicos de distintas partes del país pueden ser integrados a experiencias basadas en las técnicas de alfarería ancestral. Asimismo, los paisajes naturales pueden ser escenarios propicios para aprender y practicar destrezas artísticas, como pintura y fotografía. Indudablemente, la infraestructura, equipamiento y servicios turísticos forman parte del producto y, por ende, hacen a la satisfacción del turista.

Merece atención especial la organización institucional del territorio, ya que el modelo de desarrollo de turismo creativo implica la necesidad de aunar esfuerzos entre el sector público y privado, del ámbito turístico y del ámbito cultural, académico y productivo, que involucre en lo posible a todo el entramado social. Se recomienda implementar un modelo de gestión compartida o comunitaria, que tenga a la comunidad local como eje central. Por ello resulta conveniente el armado de un equipo interdisciplinario con representación de todos los actores involucrados que realice las siguientes acciones a modo de diagnóstico:

- Identificar actividades identitarias del territorio que la comunidad local esté dispuesta a compartir con turistas y visitantes.
- Explorar recursos creativos renovables que se encuentran en la cultura viva.
- Identificar relación entre recursos culturales locales y las necesidades y preferencias de los turistas.
- Generar un vínculo entre las necesidades creativas y *genius locis* del destino, con el fin de identificar atributos auténticos.
- Pensar creativamente en valores culturales, creativos y estéticos.

- Realizar un relevamiento de las organizaciones, empresas, emprendimientos y actores del sector turístico y cultural interesados en participar como mediadores de turismo creativo.

En relación con este último punto, a continuación, se propone un modelo de ficha de relevamiento con algunos aspectos básicos a tener en cuenta al momento de evaluar el potencial turístico de cada mediador.

**Tabla 2: Ficha de relevamiento para propuestas de turismo creativo**

Listado de ítems a relevar	
Temática (artesanías, música, danzas, literatura, gastronomía, diseño, etc.):	Requisitos para participantes:
Años de trayectoria del instructor:	Actividades complementarias:
Aprendizaje (tradición familiar, formación profesional, autodidacta, etc.):	Espacio propio dedicado a la actividad: (atelier, taller, escuela, galería, etc.):
Experiencia docente en la temática:	Localización:
Experiencia en el ámbito turístico:	Capacidad:
Modalidad de trabajo:	Condiciones edilicias:
Volumen de producción:	Equipamiento básico:
Disponibilidad de tiempo:	Equipamiento técnico:
Actividades que propone:	Provisión de materiales:
Duración de las actividades:	Vínculo con la comunidad local:

*Fuente: Adaptada de Domínguez de Nakayama (1994).*

## Estrategias de planificación, gestión y promoción turística

La creatividad constituye un insumo básico para crear propuestas de valor. Existen algunas acciones que pueden estimular la creatividad en un territorio, tales como recuperar la diversidad y densidad de los espacios públicos y acondicionar los mismos como lugares de encuentro y convivencia, potenciar la movilidad urbana, desarrollar tecnologías sociales, potenciar la innovación social y fomentar la creatividad como un estilo de

vida basado en la búsqueda constante de nuevas ideas para mejorar el espacio vital (Freire, 2009, en García- Suárez y Pulido-Fernández, 2015). La capacidad de innovación está directamente relacionada con la creatividad como característica personal, pero para que pueda aprovecharse debe tener una amplia difusión entre la población, lo que requiere un enfoque basado en el aprendizaje permanente desde la edad preescolar en adelante (Nizaíá Cassián, 2012).

Un modelo básico de la creatividad es el Modelo 4 P de la creatividad, creado por Rodhes (1961) y comprende las personas – y sus interacciones-, el proceso creativo (acción), los productos y place o lugar, compuesto por el entorno creativo, el contexto socio-cultural, el ambiente físico, social e histórico que puede acelerar y facilitar la creatividad. Los gestores del sector turístico deben contemplar estas cuatro variables al momento de diseñar cualquier planificación, siempre desde una gestión participativa.

Una vez realizado el relevamiento de las organizaciones y actores sociales interesados en ofrecer propuestas creativas en calidad de mediadores, es posible elaborar un diagnóstico que integre todos los componentes de la oferta anteriormente mencionados e identificar fortalezas y debilidades del territorio. En instancias de planificación, se establecen los objetivos y metas, estrategias e instrumentos, que corresponden a los elementos básicos de cualquier planificación turística. Resulta oportuno destacar aquí el rol de las acciones promotoras de desarrollo, ya que se tratan de instrumentos fundamentales para la planificación y gestión del turismo creativo. Dentro de estas acciones se pueden destacar: la coordinación entre prestadores de servicios turísticos y mediadores culturales para el diseño de productos, la cooperación de diferentes actores culturales para el diseño de experiencias integrales, la capacitación en materia turística para todos los involucrados y la comunidad en general y la promoción del destino como destino creativo.

Al momento de diseñar las experiencias de turismo creativo, se propone las siguientes líneas de acción (Servicio Nacional de Turismo, 2017):

- Determinar las necesidades, gustos y preferencias de los turistas potenciales.
- Identificar recursos, servicios y actividades locales que pueden satisfacer las necesidades anteriores.
- Establecer los objetivos de la experiencia.
- Definir recursos, contenido y requerimientos.
- Articular los elementos de la oferta para ofrecer experiencias integrales.
- Agregar valor a la propuesta a partir de atributos del patrimonio local.
- Integrar recursos multisensoriales y apelar a diversos campos de la vida humana (intelectual, espiritual, físico, emocional).
- Diseñar una narrativa que dé sentido a la propuesta.
- Diagramar los distintos episodios que formarán parte de la experiencia según la narrativa diseñada.
- Definir acciones centrales y acciones de soporte de la experiencia.
- Promover la interacción con el entorno (natural, social, cultural, económico).
- Diseñar los elementos mediadores para acondicionar el sitio.
- Comunicar la propuesta a modo de catálogos de experiencias.
- Implementar la propuesta, evaluar, corregir y fomentar la retroalimentación.

Tanto al momento de diseñar la experiencia como al de planificar su promoción, se recomienda implementar en especial dos modelos: el modelo de las cinco etapas del viaje y el mapa de experiencia del turista, ya que

ambos integran el antes, el durante y el después de un viaje y permiten realizar un análisis pormenorizado de cada momento.

A continuación, en la Tabla 3 se presenta una herramienta elaborada por Carballo Fuentes, Moreno Gil, González y Brent Ritchie (2015). En dicha matriz, se propone someter a un análisis participativo y reflexivo a cada sub-fase de la experiencia para registrar todas las propuestas posibles en relación con cada variable y así lograr un diseño óptimo e integral de la experiencia turística.

**Tabla 2: Matriz de diseño de experiencias**

Matriz de Diseño de la Experiencia		Perspectiva del Destino				Perspectiva del Turista			
Fases	Sub-fases	Involucramiento	Shock sensorial	Autenticidad	Diversión	Sociabilidad	Personalización	Transformación	Otros
Información									
Reserva									
Transporte									
Check -in Alojamiento									
Actividad creativa 1									
Actividad creativa 2									
Gastronomía									
Transporte en destino									
Oferta de ocio									
Salida y regreso a casa									

**Fuente: Adaptación de Carballo Fuentes, Moreno Gil, León González y Brent Ritchie, 2015.**

La promoción de experiencias de turismo creativo debe enmarcarse dentro de un plan que conjugue los principios fundamentales del Marketing de

Experiencia y el Marketing de Destinos. Se parte de la premisa que el interés de los turistas no se limita a los beneficios puramente funcionales, sino al consumo de una experiencia integral, con una fuerte impronta emocional.

Desde el Marketing de Destinos se considera que para que un territorio pueda satisfacer las necesidades de un mercado meta se deben gestionar 4 componentes: el carácter del lugar, el ambiente físico, la calidad de los servicios y la oferta recreativa (Kotler, Gertner, Rein y Haider, 2007). Una vez identificados los rasgos más representativos a este respecto, es posible diseñar una marca del destino, que no es otra cosa que la creación de un nombre, símbolo o logotipo que identifica y diferencia un destino. Tiene la capacidad de transmitir la promesa de una experiencia memorable asociada al destino, que sirve para consolidar y reforzar la conexión emocional entre el visitante y el lugar. Para ello es necesario evaluar la situación actual del destino y sus valores, desarrollar una identidad y promesa de marca, comunicar esa promesa y medir la eficacia de la marca, mediante la identificación de los elementos de la experiencia que realmente aportan valor (Carballo Fuentes, Moreno Gil, González y Brent Ritchie, 2015).

Una vez implementadas las acciones de promoción, resulta conveniente indagar a posterior en la imagen del destino, es decir, en la representación general de atributos tangibles e intangibles, emociones y percepciones psicológicas emplazados en la mente de los consumidores (Castro Analuisa, Palacio Pérez y Plazarte Alomoto, 2020). Esta imagen se convierte en un elemento crítico al momento de decidir la repetición de la visita según la experiencia vivida, como así también en la valoración del destino compartida con otros. A su vez, al conocer la imagen del destino es posible calcular la brecha entre la imagen deseada proyectada a través del diseño de marca del destino y las acciones de promoción y el resultado logrado según la percepción de los mismos turistas. La retroalimentación constante entre los distintos actores locales contribuirá a la detección de oportunidades de

mejoras para realizar los ajustes necesarios en el modelo de gestión cara al futuro.

### **Consideraciones finales**

El modelo de desarrollo del turismo creativo aquí propuesto se basa en la diversidad de recursos y manifestaciones culturales que componen el patrimonio cultural argentino. Dicho modelo se puede adaptar a grandes ciudades, muchas de las cuales ya forman parte de la Red de Ciudades Creativas, y a localidades pequeñas, debido que a menudo éstas son las depositarias de las prácticas culturales más tradicionales. Se recomienda un modelo de gestión compartida y comunitaria, que parte de la autodeterminación de la comunidad local, en cuanto al reconocimiento de sus manifestaciones culturales identitarias y su disponibilidad para compartirlas en el marco de experiencias turísticas. Implica la participación de empresas, emprendimientos, organizaciones e individuos del sector cultural local en calidad de mediadores de experiencias, en consonancia con el sector turístico, ya que el turismo creativo implica el trabajo mancomunado del sector turístico y el sector cultural, público y privado.

A modo de conclusión, se puede decir que el turismo creativo es una oportunidad valiosa para la diversificación de la oferta turística actual. Permite el aprovechamiento de recursos culturales hasta ahora al margen de la actividad turística, favorece la revalorización de prácticas culturales y su reproducción en el tiempo a partir de su difusión entre locales y visitantes, fomenta el desarrollo personal y las interacciones sociales, en perfecta consonancia con el rol del turismo como propiciador del respeto por la diversidad cultural.

### **Bibliografía y referencias**



- Araújo Pereira, G. y de Sevilha Gosling, M. (2017). Los viajeros y sus motivaciones: un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26 (1), pp. 62-85. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6324197>
- Barrado, D. y Calabuig, J. (2001). *Geografía Mundial del Turismo*. Madrid, España: Síntesis.
- Benavente J. y Grazi M. (2017). Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe. Washington D.C.: BID.
- Binkhorst, E. (2008). Turismo de co-creación, valor añadido en escenarios turísticos. *Revista de Investigación en Turismo*, 1 (1), pp. 40 -51. Recuperado de: <https://revistes.ub.edu/index.php/ara/article/view/18968>
- Carrillo García, M.; Enríquez Rocha, P. y Meléndez Herrada, A. (2017). Gestión comunitaria y potencial del aviturismo en el Centro de Ecoturismo Sustentable El Madresal, Chiapas, México. *El Periplo Sustentable*, (33), pp. 564-604. Recuperado de: <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/4867>
- Castro Analuiza, J.; Palacios Pérez, J. y Plazarte Alomoto, L. (2020). Imagen del destino desde la perspectiva del turista. *Turismo y Sociedad*, 26, pp. 45-66. Recuperado de: <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/6265>
- Coscia, J. y Hamawi, R. (2014). *Atlas Cultural de la Argentina*. Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación. Dirección Nacional de Industrias Culturales.
- Carballo Fuentes, R.; Moreno Gil, S.; González, C. y Brent Ritchie, J. (2015). La creación y promoción de experiencias en un destino turístico: Un análisis de la investigación y necesidades de actuación. *Cuadernos de Turismo*, 35, pp. 71-94. Recuperado de: <https://doi.org/10.6018/turismo.35.221511>
- Díaz Zarco, V. y Castro Morales, F. (2017). El turismo emocional creativo: La ciudad como taller inclusivo. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(1), pp.357-371. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5975093>
- Diez, V. 2019. El modelo de ciclo de vida de los destinos turísticos: Vigencia, críticas y adaptaciones al Modelo Butler. *Revista Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo (CONDET)*, 17 (1), pp.19-34. Recuperado de: <http://170.210.83.53/htdoc/revele/index.php/condet/article/view/2294/58943>
- Domínguez de Nakayama, L. (1994). *Relevamiento Turístico: Propuesta Metodológica para el estudio de una unidad territorial*. Santa Fe: Centro de Estudios Turísticos.
- Florida, R. y Goodnight, J. (2005). *Managing for Creativity*. Harvard Business Review. Recuperado de: <https://hbr.org/2005/07/managing-for-creativity>
- Florida, R. (2009). *Las ciudades creativas*. Barcelona, España: Paidós.
- García Suárez, J. y Pulido Fernández, J. (2015). Creacity, una propuesta de índice para medir la creatividad turística: Aplicación en tres destinos urbano- culturales españoles. *Revista de Estudios Regionales*, 103, 2, pp. 69-108. Recuperado de: [https://www.redalyc.org/pdf/755/7554288\\_2003.pdf](https://www.redalyc.org/pdf/755/7554288_2003.pdf)
- Goleman, D.; Kaufman, P.; y Ray M. (2012). *El espíritu creativo*. Buenos Aires: Zeta.
- Kotler, P.; Gertner D.; Rein I. y Haider D. (2007). *Marketing Internacional de lugares y destinos: Estrategias para la atracción de clientes y negocios en Latinoamérica*. México: Pearson México.

- Korstanje, M. E. (2015). Un análisis crítico del turismo creativo. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 12, pp. 23-41. Recuperado de: <https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/78/47>
- Landry C. (2008). *The creativity city: a toolkit for urban innovators*. Londres: Earthscan.
- Molina, S. (2016). Turismo Creativo. *Turismo, Estudios & Prácticas*, 6. Recuperado de: <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/2349>
- Monreal, C. (2000). *¿Qué es la creatividad?* Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.
- MúsicoGuía (Ed.). (2020). *Conference Proceedings CIVAE 2020*. Madrid, España: MúsicoGuía.
- Nizaiá Cassián, Y. (2012). De qué está hecha una ciudad creativa: Una propuesta para abordar la cultura, el ocio y la creatividad en la urbe contemporánea. *Athenea Digital*, 12 (1). pp. 169-190. Recuperado de: <https://atheneadigital.net/article/view/v12-n1-cassian>
- Richards, G. (2003). Turismo Creativo: ¿Una nueva estrategia? *Investigación y Estrategias Turísticas*. Madrid: Thomson, pp. 107-122. Recuperado de: [https://www.academia.edu/1887626/Turismo\\_creativo\\_Una\\_nueva\\_direcci%C3%B3n\\_estrat%C3%A9gica](https://www.academia.edu/1887626/Turismo_creativo_Una_nueva_direcci%C3%B3n_estrat%C3%A9gica)
- Rodhes, M. (1961). An analysis of creativity. *Phi Delta Kappan*, 42, pp. 305-310. Recuperado de: <https://www.jstor.org/stable/20342603>
- Sánchez Bobadilla, F. y Galeano Bate, S. (2018). La artesanía y su relación con el turismo. *Revista Científica OMNES de la Universidad Columbia Del Paraguay*, 1 (2). Recuperado de: <https://www.columbia.edu.py/investigacion/ojs/index.php/OMNESUCPY/article/view/15/9>
- Servicio Nacional de Turismo (2017). *Manual de Diseño de Experiencias Turísticas*. Santiago de Chile: SERNATUR.
- Soltero Mariscal, D. y Vargas Hernández, J. (2017). Modelos actuales de economías colaborativas: Airbnb, cambiando la industria de la hospitalidad. *Revista Lex Social*, 7 (2), pp. 349-363. Recuperado de: [https://www.upo.es/revistas/index.php/lex\\_social/article/view/2733/2192](https://www.upo.es/revistas/index.php/lex_social/article/view/2733/2192)
- Tatarkiewicz, W. (2010). *Historia de Seis Ideas: Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis y experiencia estética*. Madrid: Tecnos – Alianza.
- UNESCO (2004). *Red de Ciudades Creativas*. Recuperado de: <https://es.unesco.org/creative-cities/content/acerca-de>

## NOTA DE LA DIRECCIÓN



# Lo que nos dejó el 2° Congreso Internacional de Investigación en Turismo e Identidad

*Remarkable insights gained during the 2nd International Research Congress on Tourism and Identity*

 **Sandra Pérez Stocco**

Directora de la Revista de Turismo e Identidad  
Directora del Departamento de Turismo,  
Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo  
Mendoza, Argentina  
[perezstocco@ffyl.uncu.edu.ar](mailto:perezstocco@ffyl.uncu.edu.ar)

## RESUMEN

En la siguiente nota se realiza un repaso de lo vivido en el 2° Congreso de Investigación en Turismo e Identidad. Este año bajo la consigna de poder generar, entre todos, nuevas miradas interdisciplinarias, científicas e innovadoras en contexto de pandemia. El mismo estuvo organizado por el Departamento de Turismo, el Instituto de Investigaciones en Turismo e Identidad, IITI y la Secretaría de Extensión.

PALABRAS CLAVE: congreso, turismo, identidad, innovación

## ABSTRACT

In the following article, there is a review of what we experienced in the 2nd Research Congress on Tourism and Identity. We aimed to get new interdisciplinary scientific and innovative perspective this year in this pandemic context. It was

organized by the Department of Tourism, the Institute for Research in Tourism and Identity, IITI and the University Extension Department.

KEYWORDS: congress, tourism, identity, innovation.

*Fecha recepción: 11 de noviembre de 2021*

*Fecha aprobación: 1 de diciembre de 2021*

Durante el 20, 21 y 22 de octubre de 2021 tuvo lugar el **2º Congreso Internacional de Investigación en Turismo e Identidad** en la Facultad de Filosofía y Letras de la UNCuyo, Mendoza. Este año bajo la consigna de poder generar, entre todos, nuevas miradas interdisciplinarias, científicas e innovadoras en contexto de pandemia. El mismo estuvo organizado por el Departamento de Turismo, el Instituto de Investigaciones en Turismo e Identidad, IITI y la Secretaría de Extensión.

En esta nota queremos dejar constancia del compromiso del Comité Organizador y su trabajo en equipo, la generosidad del Comité Académico por apoyarnos con sus nombres y su trayectoria. Agradecemos a los más de 400 inscriptos, muchos de ellos expositores que presentaron ponencias sobre sus investigaciones, y a los que compartieron sus relatos de experiencias en las mesas de innovación. También a los docentes, a los estudiantes de la Licenciatura en Turismo y muy especialmente a los auspiciantes que nos acompañan desde la primera edición y a los que se han sumado en esta segunda.

Honrando el compromiso contraído en 2019, quisimos cumplir con nuestra palabra de realizar el Congreso cada dos años. Por razones, conocidas por todos, tomamos la decisión hace más de un año, de hacerlo con una modalidad virtual, aún sin saber qué sucedería a esa altura del 2021.

El 2º CIITI fue gestado desde el ámbito de una universidad pública y no fue un congreso organizado ni por el gobierno en ninguno de sus niveles, ni por el ámbito empresarial. Pero, no obstante, quisimos propiciar la integración

de todos los sectores para entre todos contribuir a desarrollar miradas más completas promoviendo un diálogo intersectorial.

En la primera edición del CIITI pusimos todo el énfasis en promover las investigaciones y la generación de conocimiento científico en turismo, porque entendimos que era lo que, como institución nueva en el medio, podíamos aportar.

Atentos a los desafíos y las oportunidades que pueden brindar estos encuentros, planteamos dos modalidades diferentes para la participación y varios ejes temáticos en cada una de ellas para repensar la recuperación de la actividad en su totalidad y dar lugar a los hacedores del turismo, que tienen un gran conocimiento y experiencia, pero no necesariamente sistematizado con un método científico. Por las razones expuestas este 2° CIITI se organizó a partir de dos modos de participación: a- investigación y b- innovación en turismo: relatos de experiencias.

En fin, se buscó compartir, no solo investigaciones académicas metodológicamente desarrolladas, sino también se hizo un espacio para escuchar las experiencias innovadoras en proceso de implementación que puedan estimular el surgimiento de alternativas novedosas y creativas para hacer frente a los desafíos.

Ahora bien, la Innovación que es el concepto clave del desarrollo, es para cada uno de los distintos destinos, actores y sectores del turismo, diferente. La innovación es en relación a sí mismos. No hay una sola manera de definirla, cada uno está a su propia altura del camino. Cada uno tiene una tarea diferente que realizar para innovar, algunos muy avanzados, otros comenzando. Unos podrán ya estar creando productos digitales gamificados en realidad aumentada, geolocalizables, interactivos escalables uniendo transversalmente una gran cantidad de modalidades de turismo. Otros utilizando la big data para parametrizar las actividades turísticas y permitir

transformar los datos en conocimiento que ayude a las empresas y destinos en la mejor toma de decisiones y en las proyecciones de escenarios futuros.

Pero también para algunos la innovación puede ser generar proyectos que puedan contribuir al proceso de aceleración de la transformación digital del turismo para vincular de manera integrada a los actores del sistema turístico: turista, empresas, destinos, residentes. Finalmente, para otros simplemente puede ser sistematizar y ordenar la información y mejorar los canales de comunicación interinstitucionales e intersectoriales para trabajar de manera más articulada.

Los objetivos que nos propusimos fueron conocer y compartir los resultados de las investigaciones, las líneas y tendencias en desarrollo y el alcance de las mismas para dar una respuesta efectiva a las actuales demandas y poder anticiparnos a las futuras; generar un espacio de diálogo y debate para compartir las experiencias innovadoras en contexto de pandemia; considerar las modalidades, usos y tipologías del pasado, presente y futuro en el turismo; reflexionar sobre el rol de los profesionales del sector y finalmente repensar el patrimonio y los recursos desde el desarrollo económico de las comunidades anfitrionas.

Las conferencias plenarias concentraron una cantidad importante de profesionales y temas vigentes de gran trascendencia. Disertaron el destacado arquitecto mexicano Héctor Ceballos Lascuráin sobre el “Ecoturismo en el futuro de América latina”; el argentino Gustavo Bassotti sobre “El profesional del turismo como clave para el desarrollo sostenible de los destinos del futuro: el caso de Mendoza”; el español Mauricí Carbó sobre “Gestión de destinos y tendencias del turismo aventura en un entorno post Covid19”; la colombiana Sandra Abreu sobre “El turismo como herramienta de construcción de paz”; la española Sonia Huerta Decodes sobre la “Big Data en la gestión de destinos inteligentes”; el chileno Pablo Suazo sobre “Modelo para la comprensión de las experiencias de ocio serio en turismo activo”; el presidente de ICOMOS Argentina Pedro Dehleye sobre la “Gestión turística



del patrimonio cultural. Provincia de Buenos Aires”; el chileno Carlos Maillet Aranguiz sobre el “Fomento y gestión del patrimonio cultural: propuestas para Latinoamérica” y el español Juan Ignacio Pulido Fernández sobre “Nuevos retos del Turismo rural en tiempos de incertidumbre”.

Los Paneles de especialistas abordaron temáticas muy importantes: “La mujer en el turismo”; “Nuevo rol del profesional en turismo; reflexiones sobre la propia práctica”; “Turismo inclusivo y accesible: un turismo con alma”; “La importancia de ofrecer servicios de traducción de calidad a los turistas internacionales: el caso de Mendoza” y “La gestión del turismo en pandemia: desafío para las políticas públicas”.

Nos acompañó una gran cantidad de instituciones académicas nacionales y extranjeras<sup>1</sup>, lo que significó y generó, además de un reconocimiento a nuestra hacer, un intercambio profesional y humano muy enriquecedor.

---

<sup>1</sup> Universidades extranjeras: Universidad Pedagógica Nacional de Bogotá Colombia, Instituto Universitario de Investigación en Estudios Latinoamericanos IELAT, Universidad Alcalá de Henares, Universidad de Magallanes, Chile, Instituto Politécnico Nacional de México, Universidad de Ciego de Ávila, UNICA, Cuba, Universidad de las Américas Chile, Universidad de Málaga, Universidad de Jaén, Facultad de Arquitectura, Construcción y Medio Ambiente, Temuco Chile, Universidad Autónoma del Estado de México, Universidad Federal do Paraná de Curitiba Brasil. También muchas Universidades Argentinas: Universidad Nacional de Quilmes, Universidad de la Patagonia San Juan Bosco, C Rivadavia, Universidad Nacional de Mar del Plata, Universidad Católica de Salta, Universidad de Río Negro, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Bs As. Facultad de Ciencias Humanas. Del Centro de Estudios Sociales de AL CESAL, Universidad Nacional de Misiones, Universidad Nacional de Comahue, Universidad Nacional de Salta, Universidad Siglo XXI, Universidad Nacional del Sur, Universidad Nacional de Nordeste, Facultad de Arquitectura de la Universidad de Mendoza, Universidad de Río Cuarto y dentro de ella tb el Centro de Investigaciones Geográfica, Sociales y Ambientales, Instituto de Investigaciones en Teatro del Departamento de Artes Dramáticas de la Universidad Nacional de las Artes, Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Universidad de Bs As, Facultad de Ingeniería de la UNCUYO. Grupo de Historia y Conservación Patrimonial INCIHUSA CONICET, Escuela de Economía y Negocios de la Universidad de San Martín, Grupo GIETS de la Universidad Nacional de San Juan, Instituto de Investigaciones Territoriales y Tecnológicas para la producción del Habitat. Conicet UNT, Instituto de Geografía e Instituto de Ciencias Antropológicas. UBA Conicet, Departamento de Geografía UNSJ, INCIHUSA CONICET. Otras instituciones no académicas que presentaron trabajos fueron: Municipalidad de Jesús María y Dirección de Turismo de la Municipalidad de General Alvear

La pandemia se ha constituido en un hito, en un momento bisagra, marca un antes y un después y en este encuentro hemos compartido y completado análisis, pero sobre todo los invitamos a pensar hacia adelante de una manera prospectiva y propositiva. Es decir, pudimos imaginar escenarios futuros esbozar respuestas posibles. Pensar en clave de futuro recogiendo toda la enorme experiencia que nos ha dejado este tiempo. Tal vez una pregunta importante sería ¿hacia dónde va el mundo? Muchos institutos prestigiosos, empleando metodología de análisis de tendencias que afectan el futuro, han señalado temas prioritarios como el cambio climático, los recursos naturales, nuevos modelos de crecimiento, cambios demográficos y sociales, entorno geopolítico y cambios y transformaciones institucionales, nuevos paradigmas tecnológicos, etc. Toda esta transformación también repercute en el turismo.

A partir de la realización del Primer Congreso Internacional de Investigaciones en Turismo e Identidad, CIITI realizado en septiembre de 2019, se pudo constatar que efectivamente había un importante interés en la participación de encuentros académicos en los cuales muchos profesionales pudieran dar a conocer los avances de sus investigaciones y proyectos. Desde la Licenciatura en Turismo se entendió que existía un desarrollo escaso en lo que respecta a la investigación y generación de conocimiento científico sobre temas relativos al turismo en la Universidad Nacional de Cuyo. Del mismo modo, se entendió que sigue existiendo un área de vacancia en tal sentido y que puede ser enriquecida, en la provincia de Mendoza. Y que mucho más debe hacerse todavía para poner ese conocimiento científico a disposición de los diferentes actores públicos y privados. Lo deseable sería que la comunicación entre los diferentes actores fuera un camino de ida y vuelta donde desde la gestión pública y desde la empresa, u otros organismos e instituciones se pueda aprovechar lo que se genera en la universidad y viceversa.

Atendiendo a que uno de los tres pilares sobre los que se fundamenta la enseñanza-aprendizaje en la universidad es la investigación, además de la docencia y la extensión, el equipo de dirección de la Licenciatura en Turismo de la FFyL consideró oportuno proponer la creación de un instituto que abordara, promoviera y coordinara la investigación en las áreas en las cuales se desarrolla el turismo en la actualidad y en la búsqueda de nuevas opciones y alternativas para el futuro del mismo, atendiendo a los criterios de sostenibilidad que se promueven en el siglo XXI.

Por ello se creó a comienzos de 2020 el **Instituto de Investigaciones en Turismo e Identidad, FFyL-UNCuyo (IITI)** el que tiene por objetivo nuclear y articular las actividades científicas y tecnológicas que surjan en el marco de las acciones de la formación de grado que provee la Licenciatura en Turismo. Se busca impulsar la investigación, la formación y el desarrollo de profesionales y de docentes investigadores, como así también la transferencia de conocimientos.

Se afirma que el turismo como sector dinámico y con grandes perspectivas de crecimiento hace que muchos países, regiones y localidades vean en esta actividad una fuente importante de recursos económicos que les permite desarrollarse. Esto ha quedado comprobado de manera contundente en este tiempo de pandemia. No obstante, el crecimiento, adaptación y la innovación del turismo no va al mismo ritmo ni acompañada entre los diferentes sectores, muchas veces solo por falta de diálogo y coordinación. Cuestiones que se podrían resolver potencialmente generando espacios transversales –donde la experiencia de unos desde la gestión pública o privada y la producción de conocimientos fluyan y estén unas al servicio de las otras- no siempre es fácil de lograr. Para ello hace falta la decisión y la voluntad de la colaboración y quien lidere esos procesos de convergencia y articulación.

En tal sentido el **IITI** busca generar un espacio académico de innovación, intercambio e incubación de ideas en torno a las temáticas del turismo para

analizar críticamente los paradigmas de investigación y los modos de integración con el patrimonio, reconociendo y respetando las identidades de los destinos, las comunidades locales y sus miradas.

La misión que se propone el **IITI** se orienta a la generación de nuevos contenidos para ampliar el abanico de propuestas turísticas que incrementen el potencial de la provincia de Mendoza en la materia.

Una de las aspiraciones sería en el largo plazo convertir al **IITI** en un repositorio de consulta turística para la provincia. Por ello en el mediano y largo plazo la visión del Instituto será lograr convertirse en un centro organizador, articulador y proveedor de información para la actividad turística. Ser un generador de conocimientos e insumos responsables atendiendo a las necesidades de la comunidad. Ser un organismo de consulta y apoyo, donde el conocimiento esté siempre disponible como tal y que trascienda a las diferentes gestiones académicas y políticas.

El **IITI** aspira arraigar en la tradición académica de la FFyL y por lo tanto aspira a construir su identidad a partir de una mirada propia en relación a otros importantes institutos de investigaciones en turismo que existen en el país. Algunos de los más prestigiosos y de importante trayectoria, y activos enfocan sus indagaciones predominantemente desde las ciencias económicas y sociales, desde los negocios o están centrados en cuestiones de ordenamiento territorial. Para nosotros el eje prioritario es el desarrollo social y económico de los destinos, desde una visión antropológica del espacio turístico, donde el hombre sea el centro.

A partir de la importante cantidad y calidad de las ponencias presentadas tomamos impulso y decidimos crear esta Revista de **Turismo e Identidad** que tienen en sus manos, cuyos contenidos y calidad ponemos a consideración de los lectores en cada número.

También se ha puesto en funcionamiento un Blog denominado **Portafolio del estudiante en turismo**, que está pensado para dejar registro de los mejores

trabajos de los estudiantes y profesores. Este material que se produce en el marco de las actividades de los espacios curriculares, deben quedar como modelos e insumos para acrecentar el bagaje de los conocimientos. También allí quedarán guardados todos los Proyectos Finales con los cuales nuestros estudiantes obtienen el grado de Licenciados en Turismo.

Nuestro propósito excede el solo dictado de clases, sino que queremos transmitirles a nuestros estudiantes que en el mundo actual hay que estar receptivos a una formación que puede ocurrir a partir de varias experiencias y tareas diferentes que no pasan solo por el aprendizaje en el aula, o por las salidas, pasantías y prácticas profesionales.

Nuestra tarea como universidad es formar futuros profesionales en turismo y nuestro compromiso con la formación es consistente y dinámico. Intentamos estar a la altura pedagógica de las nuevas tendencias en las formas de educar, gestionar, planificar, comerciar, etc.

Ello solo puede lograrse a partir de la formación en competencias. Entendemos que la creatividad del futuro Licenciado en Turismo o en general, del profesional que trabaja en el sector, es la que está detrás y genera todas las innovaciones.

Estamos convencidos que el rol del profesional en turismo tiene que asentarse en la creatividad y en la búsqueda de la innovación permanente. No hay innovación ni desarrollo digital posible que prescindan de la persona siempre hay un profesional, un emprendedor, un empresario o un gestor que está pensado qué se necesita para resolver tal problema que se plantea, cómo llegar a un mercado determinado, cómo hacer sostenibles los destinos consolidados o cómo desarrollar los destinos emergentes. Siempre detrás de una aplicación, hay un profesional que es el que debe saber qué buscar, qué se necesita desarrollar. Debe ser el que sepa formular las preguntas; y luego las repuestas pueden ser construidas por equipos de profesionales y actores

diversos y con diferentes formaciones que ayuden a arribar a un objetivo. Ningún especialista en ningún área, puede hoy trabajar en soledad.

Todo esto se planteó en el CIITI y sin duda va enriquecer las prácticas de los profesionales y es esperable que también una sinergia entre los sectores que tomen en cuenta a la Universidad.

Fueron sin duda tres días muy productivos en lo profesional y en lo humano y que a partir del encuentro se realizó una reflexión y la misma contribuyó a vincularnos entre nosotros y a cumplir de una manera más actualizada y enriquecedora los roles que a cada uno nos corresponde desempeñar. La convergencia de profesionales de tan variadas instituciones nacionales e internacionales, produjo un intercambio concreto y tangible y facilitó el conocimiento que tenemos unos de otros. Desde Mendoza, “la Tierra del Sol y del Buen Vino”, brindo por esto.