

VOLUMEN 3
NÚMERO 2
DIC 2022-MAY 2023

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



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

Volumen 3 – Número 2
Diciembre de 2022 a mayo de 2023

Mail INSTITUTO: iiti-uncuyo@ffyl.uncu.edu.ar

Mail REVISTA: 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

ISSN 2718 – 8205 | V3 n2 | diciembre de 2022 a mayo de 2023

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

Instituto de Investigaciones en Turismo e Identidad: iiti-uncuyo@ffyl.uncu.edu.ar

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

Envíe su trabajo a:

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/ojs3/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:

- PIDESC. 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
- 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
- Declaración de Bethesda sobre acceso abierto https://ictlogy.net/articles/bethesda_es.html
- DORA. Declaración de San Francisco sobre la Evaluación de la Investigación <https://sfedora.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 Equipo Editorial 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 "zip", 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

arca.revistas | Instagram: @arca.revistas | LinkedIn: ARCA – FFYL | Twitter: @ARCAFFYL

Youtube: área de revistas científicas ARCA | blog: <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 tapa¹: Juana López Oroná. “A las sombras del Malacara”. Malacara, Malargüe, provincia Mendoza, República Argentina. Octubre de 2022.



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

¹ La fotografía de la portada fue seleccionada de una serie de imágenes que han sido tomadas en las salidas de estudios, durante el año 2022, realizadas por los estudiantes que cursan Práctica Profesional Supervisada (PPS) de tercer año de la Licenciatura en Turismo, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo (Mendoza, Argentina) donde juntamente con el equipo docente, Titular: Mgtr. Viviana Méndez (mendez.viviana.n@gmail.com), JTP Lic. Sonia Wilde, JTP Mgtr. Daiana Bordón, se implementan procedimientos y estrategias metodológicas que le permiten al estudiante reconocer el carácter multidisciplinar que caracteriza a la profesión, logrando comprender la heterogeneidad de factores que influyen y se relacionan con en el entorno laboral.

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

- **Director:**
Mgtr. Germán Eduardo Herrera 
Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- **Secretaria de Edición:**
Mgtr. Eleonora Mamani 
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:**
Prof. Ivana Mellado
Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, República Argentina.
- **Diseño Gráfico:**
Lic. Clara Luz Muñiz 
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.



Revista de Turismo e Identidad
V.3 n.2 – dic 2022 a may de 2023. Mendoza, Argentina
ISSN 2718 - 8205
<http://revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/turismoeidentidad>
pp. 8-11

Editorial

 **Germán Eduardo Herrera**

Director

Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo

República Argentina

gherrera@ffyl.uncu.edu.ar

Finalizando el año 2022 les presentamos una nueva entrega de nuestra Revista de Turismo e Identidad, correspondiente al número 2 - volumen 3. La actual edición posee seis artículos y una nota de interés, de autores provenientes de México y de Argentina. En el primer artículo, se pone en valor el legado histórico, cultural y turístico de México, analizando las bodas prehispánicas en In Mocencahuac; en el segundo, se analizan los impactos de la turistificación y los obstáculos existentes para lograr una gobernanza turística en el Parque Nacional el Tepozteco (México); en el tercero, se estudia la importancia que tuvo el patrimonio arqueológico como iniciador del turismo en México, tomando como referencia de la investigación el caso de Teotihuacán desde el siglo XVI a 1930; en el cuarto, se observa y se analiza el fenómeno de las fiesta popular de la Calle Angosta en San Luis (Argentina) y su relación con las políticas culturales, turísticas y de planeamiento estratégico orientadas a promover el desarrollo local; en el quinto, se explora la identidad, el patrimonio y el turismo en la ciudad de Maipú en Mendoza (Argentina); y en el sexto, y último de los artículos, se indaga acerca de la

existencia de modelos organizacionales con perspectiva de género e innovación en el sector empresarial turístico de América Latina; en la nota de interés, se piensan las prácticas culinarias como parte del patrimonio inmaterial, tomando las vivencias, comidas y otros relatos de una familia de puesteros en una localidad del departamento de Malargüe en Mendoza (Argentina)

Es para destacar que la Revista de Turismo e Identidad forma parte de prestigiosos catálogos y redes como son Latindex, Latinrev, Base, Binpar entre otros y mantiene la política editorial de evaluar a través de doble referato ciego todos los artículos y notas de interés que publica.

Agradecemos a todos los que con su apoyo hacen posible su publicación y los invitamos a leer y difundir el presente número.







Editorial












Before year 2022 ends, we are presenting a new issue of our Tourism and Identity Magazine corresponding to number 2 - volume 3. This current edition includes six articles and a note of interest written by authors from Mexico and Argentina. In the first article, the historical, cultural and tourist legacy of Mexico is valued, analyzing the pre-Hispanic weddings in In Mocencahuac; in the second, the impacts of touristification and the existing obstacles to achieve tourism governance in the Tepozteco National Park (Mexico) are analyzed; in the third, the importance of the archaeological heritage as an initiator of tourism in Mexico is studied, taking the case of Teotihuacán from the 16th century to 1930 as a reference for the investigation; in the fourth, it is observed and analyzed Calle Angosta's popular festival phenomenon in San Luis (Argentina) and its relationship with culture, tourism and strategic planning policies aimed at promoting local development; in the fifth, identity, heritage and tourism are explored in the city of Maipú in Mendoza (Argentina); and in the sixth, the existence of organizational innovative models with gender perspective in the tourism business sector in Latin America is investigated. Finally, in the note of interest, culinary practices are considered as part of the intangible heritage, taking the experiences, meals and other stories from a family of stallholders in a town in Malargüe in Mendoza (Argentina).







It is worth mentioning that our Tourism and Identity Magazine is part of prestigious scientific catalogs and networks such as Latindex, Latinrev, Base, Binpar among others and we follow the editorial policy of using doubleblind review to evaluate all the articles and notes of interest that are published here.

We would like to thank all those who have supported the publication of this current issue and we invite you to read and spread it.

Índice

Editorial	8
 Germán Eduardo Herrera	8
ÍNDICE	12
ARTÍCULO	15
Boda prehispánica In Mocencahuac. Un legado turístico y cultural en México	17
Pre-hispanic wedding In Mocencahuac. A legacy tourism and cultural in Mexico	17
 Ramos Montalvo Vargas	17
 Miguel Ángel Zárate Sánchez	17
Impactos de la turistificación en el Parque Nacional El Tepozteco (PNT): obstáculos en la búsqueda de una gobernanza turística	51
Impacts of touristification in El Tepozteco National Park (PNT): obstacles in the search for tourism governance.....	51
 César Mauricio Salas Benítez	51
 Gustavo López Pardo	51
La importancia del patrimonio arqueológico para el inicio del turismo en México. Un estudio de caso de Teotihuacán, del siglo XVI a 1930.....	84
The archaeological heritage importance to the tourism beginning in Mexico. Teotihuacán case study from the 16th century to 1930	84
 Eréndira Muñoz Aréyza	84

 Gandhi González Guerrero	84
 Ruben Nieto Hernández	84
 María Eugenia Valdez Pérez	84
 Cultura, turismo y gestión territorial: el caso de Villa Mercedes y la fiesta de la Calle Angosta	 117
 Culture, tourism, and territorial management: the case of Villa Mercedes and the fiesta of Calle Angosta.....	 117
 Anahí Bordagorry	117
 Santiago Oviedo	117
 Analía Huck	117
 Germán Collado	117
 Una aproximación a la identidad, el patrimonio y el turismo en la ciudad de Maipú, Mendoza	 163
 An approach to identity, heritage and tourism in the city of Maipú, Mendoza	 163
 Virginia Montiel	163
 Sonia Virginia Wilde	163
 Gloria Leticia Zamorano	163
 En búsqueda de modelos organizacionales con perspectiva de género e innovación en el sector empresarial turístico de América Latina.....	 208
 In search of organizational models with a gender perspective and innovation in the tourism business sector in Latin America	 208
 Cristian Oscar Falquemberg	208

 María Alejandra Gazzera	208
NOTA DE INTERÉS	235
Vivencias, comidas y otros relatos de una familia de puesteros en una localidad Malargüina (Mendoza, Argentina) Pensando las prácticas culinarias como parte del patrimonio inmaterial	236
Experiences, meals and other stories of a family of farmers in a town of Malargüe (Mendoza, Argentina) Thinking culinary practices as part of the intangible heritage.....	236
 María Inés Zonana	236
 Alejandra Gasco	236
 Víctor Alberto Durán	236
 Laura Piazze	237
 Jimena Paiva	237

ARTÍCULO



Boda prehispánica In Mocenahuac. Un legado turístico y cultural en México

Pre-hispanic wedding In Mocenahuac. A legacy tourism and cultural in Mexico



Ramos Montalvo Vargas

Universidad Autónoma de Tlaxcala
Facultad de Ciencias para el Desarrollo Humano
Tlaxcala, México
rmontalvovargas@gmail.com



Miguel Ángel Zárate Sánchez

Universidad Autónoma de Tlaxcala
Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Criminología
Tlaxcala, México
mtro.lex.miguelangel.zarate@gmail.com

RESUMEN

El presente trabajo describe la particularidad de la boda prehispánica In Mocenahuac (el emparejamiento) con expresiones simbólicas que refuerzan el posicionamiento progresivo del turismo cultural y religioso en la región central de México. El legado ancestral tiene una representación que asocia componentes encarnados en los territorios y que emergen por su alta valoración en la modernidad. Se emplea como marco teórico el hibridismo cultural y parcialmente religioso, para evocar un retroceso histórico positivo y recrear la experiencia vivencial en los contrayentes. Se emplea el método narrativo con entrevistas a

profundidad a tres actores que han recibido el permiso ancestral para efectuar esta ceremonia. Los hallazgos muestran la completitud de componentes que se ofrecen al turismo y/o a quienes estén convencidos de la autenticidad de los valores naturales, sociales y comunitarios. Se concluye que In Mocencahuac no es un ritual mediatizado vinculado a la realidad, sino una expresión viva de contenido identitario, que forma parte de la oferta y experiencias turísticas en México.

PALABRAS CLAVE: boda prehispánica; mocencahuac; turismo; cultura; México.

ABSTRACT

The present work describes the particularity of the pre-Hispanic wedding In Mocencahuac (the pairing) with symbolic expressions that reinforce the progressive positioning of cultural and religious tourism in the central region of Mexico. The ancestral legacy has a representation that associates components embodied in the territories and that emerge due to their high value in modernity. Cultural and partially religious hybridism is used as a theoretical framework, to evoke a positive historical regression and recreate the experiential experience in the spouses. The narrative method is used with in-depth interviews to three actors who have received ancestral permission to carry out this ceremony. The findings show all the components that are offered to tourism or to those who are convinced of the authenticity of natural, social and community values. It is concluded that In Mocencahuac is not a mediated ritual linked to reality, but a clear expression of identifying content, which is part of the touristic offer and experiences in Mexico.

KEYWORDS: pre-Hispanic wedding; mocencahuac; tourism; culture; Mexico.

Fecha recepción: 11 de agosto de 2022

Fecha aprobación: 18 de octubre de 2022

Introducción

La amplia y diversa riqueza cultural en México ha provocado que haya un descuido de productos específicos, que son atractivos al mercado nacional e internacional del turismo. Asimismo, hay todavía prácticas ancestrales que no se han documentado a partir de sus portadores contemporáneos; y, esto crea la necesidad de salvaguardar el patrimonio intangible e inmaterial vigente en sus micro regiones.

El objetivo del presente trabajo consiste en revalorar el legado ancestral y recrear el protocolo simbólico de la boda prehispánica, a partir de una narrativa basada en las casi imperceptibles prácticas todavía vigentes en algunos espacios rurales y urbanos poco conocidos en el centro de México.

La hipótesis se formuló a partir de una revisión documental exhaustiva de la literatura y prácticas regionales en espacios rurales y urbanos; y, se llegó al supuesto de que existe un mundo simbólico alrededor de la boda prehispánica que progresivamente se está perdiendo; y si bien, es posible encontrar elementos dispersos en algunas regiones del país, no se desarrolla de manera habitual el protocolo completo de la boda prehispánica In Mocencahuac.

La política del gobierno federal de los últimos 20 años busca posicionar a México dentro de los primeros 10 destinos turísticos a nivel mundial. Diversas empresas dedicadas a la organización de eventos y armado de productos para el turismo nacional principalmente, han volteado sus ojos al servicio y operación de espacios para convertir distintos lugares de México en destinos del turismo cultural y religioso. En este proceso están las bodas prehispánicas; sin embargo, poco se ha documentado sobre protocolos e investigaciones con base al legado de las diversas culturas encarnadas en los territorios antes de la conquista española. El propósito del presente documento, es enaltecer el rico contenido identitario de la cultura prehispánica, con un valor simbólico que imbrica el respeto a la naturaleza, el conocimiento profundo de las raíces, herencias y permisos ancestrales otorgados para la unión de almas a través del Mocencahuac, en un contexto social, espiritual, físico, mental y energético para no desvirtuar el lenguaje sagrado asignado a quienes están preparados para mantener esta herencia para el desarrollo cultural en distintas regiones de México.

Se busca rescatar la cultura prehispánica a partir de expresiones y representaciones simbólicas, avaladas por los herederos de la responsabilidad espiritual reconocidos en la región central del país. Esto impedirá modificar los protocolos ceremoniales, su diseño contextual,

herramental y gastronómico que envuelve este ritual, cuyo alcance en esencia es mantener vivos los contenidos culturales para una parte de la sociedad todavía convencida en estos procesos identitarios; y acercar al mismo tiempo, un producto al turismo con respeto a los elementos legítimos de la boda prehispánica.

Hay un doble interés por revivir estos rituales, primero para quienes son portadores de este legado (Alejandra Rodríguez Flores con el permiso de Amalia Salas Casales); y segundo, para quienes están autorizados en extender la cultura, fijarla en los pueblos y ampliar su presencia con autenticidad y originalidad. In Mocencahuac puede hacerse individual o colectivo, privado o público, para el ciudadano local o para el turismo; siempre que se guarden los elementos con respeto y completitud para salvaguardar el legado durante la ceremonia.

Es necesario proteger y registrar con este proceso investigativo, el concepto de boda prehispánica In Mocencahuac, toda vez que hay ajustes en las distintas regiones y pueblos, pero en esencia se busca resguardar esta herencia cultural mediante los conceptos básicos, objetos/componentes y protocolos antes y durante su ejecución.

Con la superación de los estragos de la pandemia por COVID-19, México retomará el camino del posicionamiento turístico y necesitará diversificar su oferta como destino nacional e internacional; y, este segmento apunta a convertirse en prolífico en los próximos años.

Metodología

Este trabajo es de carácter exploratorio y busca describir la particularidad de una ceremonia conocida por ancestros del Valle de México como In Mocencahuac. Este legado ha sido heredado por generaciones hasta llegar a recibir los permisos ceremoniales Alejandra Rodríguez Flores. Y es especialmente importante su rescate porque en la región central del país,

ella ha recibido el reconocimiento y autorización de Amalia Salas Casales, la uey huehuetzin (abuela sagrada) para el acto ceremonial en este formato de la cultura expresada en la boda prehispánica.

El trabajo se dividió en tres momentos, el primero consistió en una revisión de los antecedentes de las bodas prehispánicas en México y sus prácticas locales y regionales. Se hizo la elección teórica del hibridismo cultural que dio soporte explicativo a esta representación social, cultural y religiosa. En el segundo momento, se hicieron reuniones de trabajo con Alejandra Rodríguez Flores, la heredera del legado ceremonial, con la intención de documentar y tener evidencias para explicar fielmente el proceso y en estricto apego a los pedimentos ancestrales e incluir en la narrativa los elementos originales del protocolo. Alejandra recibió la autorización para continuar y revivir este formato de boda con todos los componentes del ritual; y, asume la responsabilidad conjunta con sus colaboradores, también autorizados por Amalia Salas Casales, así como los permisos –de carácter simbólico y espiritual- para celebrar la boda prehispánica In Mocencahuac.

El tercer momento consistió en realizar entrevistas a profundidad a herederos de esta representación y enmarcar la narrativa de una Boda Prehispánica In Mocencahuac, para exponer minuto a minuto del proceso ceremonial. La explicación se acompaña de componentes procedimentales y simbólicos que describen los momentos, participantes, rituales y tiempos de la boda bajo este formato.

Marco teórico

Estudios recientes sobre turismo religioso y cultural, apenas contemplan las bodas prehispánicas dentro de sus productos académicos; sin embargo, como producto turístico ya forma parte de la amplitud de prácticas incluidas en estos campos de la actividad, lo cual implica una complejidad (Parellada, 2009), porque los motivos de desplazamiento son muy diversos y tanto las expectativas como experiencias se han diversificado (Aulet y Hakobyan,

2011). No obstante, tanto el turismo cultural como el religioso son un nicho de mercado en franco crecimiento (Sharpley y Sundaram, 2005); este último, desplaza aproximadamente a 300 millones de personas anuales para una derrama económica estimada en 18 mil millones de dólares (Fernández, 2016; Secretaría de Turismo (SECTUR), 2016). En México, no se contempla el tema de las bodas prehispánicas, únicamente prácticas vinculadas al peregrinaje, fiestas, recorridos o desplazamientos a centros ceremoniales y se asumen como turismo espiritual.

México es uno de los primeros 10 destinos de turismo religioso en el mundo y esta industria ha crecido en casi al 10 por ciento, cuando el incremento a nivel mundial es apenas de la mitad (Fernández, 2016). Las bodas se ubican dentro del turismo religioso; sin embargo, cuando se agrega el contexto prehispánico, se asume también de orden cultural. De los principales 10 destinos turísticos religiosos de México, cuatro son centros ceremoniales prehispánicos con casi 7 millones de visitantes al año (SECTUR, 2016; Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (SIIMT), 2016).

Las aproximaciones teóricas del turismo religioso se centran en cuatro ejes tipológicos entendido como: hospitalidad, viaje democratizado, actividad moderna de ocio, peregrinaje o neocolonialismo (Tobón y Tobón, 2013); pero no, desde la óptica espiritual que encuadre un evento distintivo como la recreación, ritual y ceremonia de una boda prehispánica. Entre las motivaciones para las personas que visitan sitios religiosos, está el intercambio cultural, el desarrollo espiritual y como medio de entender la cultura de los lugares (Drule, Chis, Bacilam y Cioner, 2012). Sin embargo, en este proceso de conexión entre la comunidad receptora y el viajero, la perspectiva es distinta; quien ofrece la ceremonia lo hace por razones espirituales y por un credo religioso; mientras que, para el visitante tiene como propósito el placer de conocerlo y vivirlo. No obstante, cuando aparece el interés de la industria en este segmento particular de las bodas prehispánicas (depredadora, sin conocimiento del contenido auténtico para

la celebración), la atención está centrada en la obtención de utilidades, en detrimento de los fines que mueven a oferentes y demandantes convencidos del contenido espiritual.

El turismo cultural se centra en sitios destacados por su peculiaridad histórica y engloba combinaciones de productos consecuentes con tendencias asociadas a valores naturales, sociales y comunitarios para compartir experiencias, es lo que se ha denominado turismo alternativo, que incluye elementos como cultura, experiencia, responsabilidad, exotismo, primitivismo, autenticidad, sostenibilidad y asumen el enfoque de turismo étnico, patrimonial, monumental y cultural (Santana, 2003).

Este tipo de turismo está ahora más vinculado a la cultura popular, el arte, la arquitectura, los eventos festivos individuales, los museos y los lugares patrimoniales e históricos, con el propósito de experimentar y participar en nuevas y profundas experiencias (Stebbins, 1996). Puede entonces entenderse el turismo cultural como algo más selectivo y no de masas; y, dentro de esa selectividad están las celebraciones como las bodas prehispánicas, que son representaciones únicas ancestrales con protocolos envueltos de autenticidad.

Hace más de 60 años, Boorstin (1961) señaló la confrontación entre experiencias reales y pseudo eventos; las primeras auténticas y los segundos inventos retóricos, intentos por reivindicarse con el pasado, pero no trasladado a vivencias con convicciones religiosas. Si bien el turismo se incorpora a las culturas para su consumo, hay una conspiración entre la realidad y la autenticidad, lo vendible y lo patrimonial. Lo que el turista busca en la cultura -cuando menos en el In Mocencahuac-, es percibir, asumir y dar significado a objetos y rituales que les provocan expectativas y dan sentido espiritual a un producto cultural auténtico; que si bien, es antiguo, los portadores de esa tradición pueden verlo como falso si carece de espiritualidad entre sus practicantes de fe.

El turismo cultural desde hace varias décadas se perfila como una forma de recuperación de la economía, reconstrucción de la sociedad e intercambio cultural (Richards, 2019). En el legado cultural, hay dos componentes fundamentales: lo inmaterial y el patrimonio material; en el primero está la cultura viva que transmite el conocimiento ancestral, es el heredero o transmisor, el anfitrión del lugar; y, en el otro están los monumentos que son testigos del paso del tiempo y cómplices del anfitrión que transmite en forma de narrativa el pasar de los años junto al ente físico. Sin embargo, la tendencia centra el interés por el patrimonio intangible, la experiencia vivida, la conexión espiritual, sentirse parte del ritual y el proceso narrativo de alto contenido heredado por personas y lugares, donde el espacio se convierte en un bien cultural que está amalgamado o articulado a casi todos los destinos turísticos (Gómez Aragón y Agudo Torrico, 2019; Roigé, Del Marmol y Guil, 2019; Timothy, 2018; UNWTO, 2018).

Sin embargo, debe tenerse mucho cuidado porque emergen intereses privados detrás de la mercantilización del patrimonio cultural e intenciones políticas que se mezclan en ámbitos hasta de corte religioso (Hiriart Pardo y Barrera Sánchez, 2019). También es posible la patrimonialización de esos recursos para conservar, preservar y atender las necesidades del turista cultural, lo cual permite retroalimentar su permanencia, esto en virtud de que el patrimonio tiene una carga simbólica que fomenta el turismo y produce nuevos destinos; en definitiva, la ventaja del valor inmaterial es que traslada autenticidad a sus productos que lo hacen atractivo y con una creciente demanda (Roigé, Del Marmol y Guil, 2019).

El evento matrimonial como producto turístico

El matrimonio es una de las instituciones jurídicas más estudiadas por los especialistas del derecho de familia, civilistas y canonistas, por teólogos, filósofos, sociólogos y antropólogos; sin embargo, poco se ha descrito desde la perspectiva turística. Matrimonio viene del latín *matrimonium*, compuesto por *matris* que significa madre y *monium* que significa carga, implica cargas

para la madre: función de maternidad (onerosa antes, dolorosa durante y gravosa después del parto). Sin embargo, el matrimonio nace con connotaciones religiosas e ideas que se hayan inscritas en instituciones que respaldan la adoración a Dios, tal como se establece en el Génesis al referir que no es adecuado que el hombre esté solo, lo que desde esta óptica resuelve un problema de soledad. Etimológicamente el matrimonio desde países como Francia, Inglaterra e Italia se habla de *marriage*, *marriage* y *maritaggio* respectivamente, términos derivados de *marido*. Asimismo, entre los hebreos, en la India, Persia, China, Egipto, Grecia, Roma y Aztecas en México, la cultura del matrimonio ha variado enormemente y es resultado de una larga imposición de la iglesia (Abundis, Ortega y Fernández, 2010).

En culturas como la maya, las parejas se casaban a la edad de 20 años y había un repudio por el desacato de las costumbres, los padres buscaban mujeres para sus hijos y utilizaban los servicios de casamenteras profesionales para acordar el matrimonio, el amarre y la dote a partir de un proceso de acercamiento entre los padres de los novios; es decir, el arreglo total del casamiento. Mientras tanto, la edad para casarse en otras regiones era de 18 años para los hombres y 14 para las mujeres (Salcedo, 2009). Incluso había prácticas de homogamia para reforzar, mantener y reproducir las estructuras sociales; y con ello, asegurar la transmisión del capital —económico y cultural— acumulado de una generación a otra (Bourdieu, 1972). Esta homogamia se trasladaba a las dimensiones espacial, étnica, social y religiosa (Sosa-Márquez, 2014). Sin embargo, en cada región o lugar, hay particularidades antes y durante la ceremonia, In Mocencahuac tiene elementos que lo hacen atractivo y lo convierten en parte de la oferta turística en México.

El Instituto de Competitividad Turística (ICTUR) de la Secretaría de Turismo de México (SECTUR), enfatiza a través del análisis denominado Diagnóstico de la oferta, que el país es uno de los destinos líderes para celebrar bodas, especialmente de personas originarias de Estados Unidos y Canadá. El documento señala que esta industria continúa creciendo de una manera

exponencial, con más del 400% en los últimos 10 años; y, 350.000 bodas (16%) del total de bodas de parejas estadounidenses, se hacen fuera del lugar de residencia. El análisis y diagnóstico efectuado por ICTUR en 2011, dio a conocer la situación actual de este mercado, este producto ha determinado una nueva tendencia en el turismo denominada turismo de romance, el cual se enfoca en bodas, despedida de solteros, renovación de votos y lunas de miel (México Wed, 2011).

El turismo es una de las actividades económicas más importantes del país, aportando un beneficio de más del 8,7% al PIB. México, además, recibe el 23% de la demanda del turismo de romance a nivel mundial, siendo destinos como la Riviera Maya, Cozumel, Cancún, Los Cabos, Puerto Vallarta, San Miguel Allende, Puebla, Mazatlán, Yucatán y Oaxaca los principales lugares elegidos por este nicho de mercado (SECTUR, 2016).

El turismo de bodas forma parte del segmento denominado turismo de romance y consiste en que las parejas efectúan un viaje para celebrar un motivo especial en su vida o relación sentimental (México Wed, 2011), siendo este un detonador para difundir la cultura de la comunidad además de generar ingresos. Únicamente en la Ciudad de México se realizan 70.000 bodas al año, con un gasto promedio de 1.000 a 1.500 pesos por persona (SECTUR, 2016).

La sociedad se encuentra en un proceso de transición y busca vivencias diferentes como renovación espiritual, el rescate de valores, el contacto con el medio ambiente y contribuir con la sustentabilidad; es por ello que se busca aprovechar la nueva tendencia, a través del diseño de un producto turístico que ofrezca los servicios de la organización de bodas temáticas (culturales).

Factores importantes que invitan a esta vivencia son: la belleza natural de México, miles de escenarios maravillosos para una boda perfecta, su historia y diversidad cultural, la existencia de una infraestructura de alta calidad y

servicios capaces de satisfacer a los paladares más exigentes, auténticos o extravagantes. México está lleno de romance en todos sus rincones y prácticamente la mayor parte de estos hermosos lugares, tiene una excelente conexión internacional.

Sin embargo, también un segmento importante de mexicanos, se sienten atraídos por la diversidad de destinos al interior y en cada entidad federativa, desde templos, haciendas, entornos naturales, culturales, espirituales y edificaciones antiguas, representan el entorno perfecto para celebrar una boda. En promedio, en este tipo de bodas exclusivas hay cuando menos 100 asistentes y esto representa una derrama económica para los lugares receptores. Una boda prehispánica incluye elementos como: lugar, staff, arreglos, el altar, las coronas, las ofrendas, los componentes ceremoniales y los alimentos que se comparten durante la ceremonia (Entrevista a Alejandra Rodríguez Flores, 2020).

El hibridismo cultural

El hibridismo cultural empezó a tener mayor presencia hacia la década de 1990 y consiste en una reformulación en estudios culturales basada en el intercambio social de la identidad en distintos espacios, tiempos y contextos. Esta posición teórica confronta lo tradicional y moderno, la forma de entender los fenómenos en lo local y lo global. Esta corriente es tan antigua como las migraciones, el mestizaje y la expansión de las culturas interoceánicas. Desde la llegada de Cristóbal Colón a América, se ha manifestado y modificado el hibridismo en sus formas de expresión, pero son más refinadas, selectas y en ocasiones imperceptibles con ajustes a los contextos modernos, sin dejar a un lado el pasado implícito y el necesario rescate de su historia y su legado simbólico (García Canclini, 2003).

El término se ha proliferado en las últimas décadas con la finalidad de mantener viva la identidad, el arraigo y la pertenencia, se busca evocar un retroceso histórico positivo. Esa sensación de revivir el pasado y acercarlo a un mercado turístico que anhela la experiencia e incluso reproducirlo con la

misma intensidad, contexto, vestuario, vocabulario, objetos y simulación de actores; eso representa In Mocencahuac; y, son pocos los herederos a quienes los ancestros depositaron la facultad de los protocolos y permisos de los dioses (Entrevista a Alejandra Rodríguez Flores, 2020).

La hibridación es un proceso de coexistencia de prácticas que construyen nuevas expresiones de la cultura o productos turísticos. En el caso de recrear las bodas prehispánicas, en ellas, se combinan elementos ancestrales, representaciones indígenas, manifestaciones religiosas, música étnica, rituales mezclados en un contexto contemporáneo. No se consideran desplazamientos o reemplazos de la cultura, no se elimina, sólo se modifica; por el contrario, se mantiene viva, aunque no se puede omitir la posible pérdida de componentes, dejando los más representativos del evento.

Con el hibridismo cultural, la pureza, realismo y autenticidad pierden su esencia vivencial; sin embargo, es consecuente con la evolución de los procesos de apropiación, reapropiación o desapropiación humana. Con In Mocencahuac, perdura la defensa y la hibridación asume pluralidad de mezclas históricas en torno a la convivencia; sin embargo, benéfico o nocivo, el hibridismo debe asumir una posición en cada espacio y región donde se manifieste; y, poner en evidencia el fracaso del proceso para el desarrollo turístico o convertirse en un legado del desarrollo cultural.

La hibridación tiene ese poder innovador resultante de la mezcla cultural y se debe replicar o resaltar su alcance metodológico y pragmático en las sociedades contemporáneas. In Mocencahuac tiene ese potencial, porque permite explicar múltiples alianzas positivas recogidas por siglos y expresadas con autenticidad, pureza e identidad como esencia de la historia y cultura en México. Si la hibridación cultural se asume para las bodas prehispánicas; además de sumar el legado ancestral, es posible asociar creatividad individual como expresión de arte escénico y trascender la vida cotidiana de los participantes.

In Mocencahuac es una expresión de la hibridación cultural, una representación articulada a una historia y reconvertida en favor de sectores identificados con la cultura prehispánica, que se apropian de los beneficios y ventajas de esa atractiva mezcla de pasado y modernidad.

El presente documento no busca fomentar o frenar esos procesos de hibridación que llevan a relativizar cada símbolo en su pureza y autenticidad. Tampoco se pretende censurar las identidades locales en una autocontención, alejadas de la apertura global y sin fronteras; pero, sí es de nuestro interés asumir con responsabilidad los elementos genuinos del proceso histórico, porque son un legado para el desarrollo de la cultura de los pueblos en la moderna cotidianeidad, dignos de reproducir, rescatar, fomentar y mantener vivos para quienes tienen la convicción de recrear esos procesos identitarios.

La hibridación es una consecuencia de la multiculturalidad y una serie de procesos de selección articulada entre grupos, etnias e identidades interculturales (Goldberg, 1994) de distintas épocas. Al final, la hibridación es un proceso de reestructuración y reapropiación de contenidos culturales heterogéneos, intergeneracionales, multitemporales e interterritoriales. No obstante, Chanady (1999, p. 277) señala que el concepto de hibridación “no atañe por lo tanto a la simple heterogeneidad cultural / étnica, ni la pluralidad religiosa, ni siquiera las diferencias raciales, sino a la modernización desigual de la sociedad”. In Mocencahuac, responde a una sociedad moderna (de grupos sociales específicos) demandante y convencida de formar parte de su esencia ancestral, recuperar ese espíritu social es reconfortante para el rescate cultural de México.

No pueden limitarse los estudios sobre hibridación a describir simples mezclas o composiciones interculturales, es necesario interpretar las nuevas relaciones resultantes en todas sus expresiones lingüísticas, sociales, simbólicas, identitarias, idiográficas, religiosas, arquitectónicas, musicales, culinarias, entre otras.

Hay que distinguir que los procesos pueden obedecer a la integración, traslado, asociación o fusión de culturas; y, que no todo componente cultural puede obedecer a la hibridación, no todo es gourmet multicultural (Cornejo, 1996); si en efecto, actualmente hay una gran diversidad de híbridos con aceptación y dan armonía a las sociedades que los practican, otros pueden tornarse contradictorios y beligerantes.

La hibridación no ocurre de manera automática, es necesario que haya interpretación, aceptación, diálogo y una etapa temporal de retroalimentación para que alcance permanencia ante la repetición. El beneficio del hibridismo es la capacidad de reconocer las diferencias y amalgamar los elementos de interconexión para seguir la convivencia social con prácticas que suman, se intersectan, se hagan transacciones de multiculturalidad e interculturalidad; y no se rechacen las diferencias, por el contrario, se reconozcan socialmente.

En la cotidianeidad, las actividades culturales, turísticas, sociales y ceremoniales tienen una alta aceptación y mayor participación. Las nuevas generaciones recurren a este proceso de hibridación por ser más dúctil en la modernidad, porque diluyen fronteras y espacios urbanos o rurales, la señalada mezcla cultural se acomoda a los procesos sociales actuales, refuerza su aceptación a las creencias para reproducir modelos de cultura basados en el respeto y la recuperación de su genuino legado ancestral.

In Mocencahuac

In Mocencahuac, se concibe como un ritual de boda prehispánica vinculado a la modernidad donde se busca rescatar su originalidad, vivencia y experimentación humana, que eleva las expectativas de quien participa en su ceremonia. Tiene por producto hacer partícipe a la pareja y su familia de una escenificación mística, a través de un ritual que exalta la expresión más

viva y próxima a las prácticas ancestrales en un entorno propicio para efectuar la celebración.

In Mocencahuac, que ha sido legado a unos cuántos en el Valle de México, se acompaña con danzas, vestuarios, rituales, música, lenguaje, religión, comida, contacto con la naturaleza, con el espacio físico y social construido por siglos. La expresión actual de la boda prehispánica obedece parcialmente a una mezcla de procesos de descolonización (Bhabha, 1994), globalizante (Hannerz, 1997) y entrecruzamiento artístico (De la Campa, 1995). La danza, a pesar de mantenerse como parte de las ceremonias, ha tenido influencias y cambios en el ritual, pero forma parte de la reapropiación y da legitimidad al rito. Asimismo, los colores, las flores (Xochiquétzal, Diosa de las flores y el amor), el vestuario, el caracol y algunas piedras elegidas para la ceremonia, tienen un significado simbólico (Arias, 2011 y 2012).

Las bodas o ceremonias en distintas latitudes del Anáhuac, tienen diferencias con ajustes protocolarios, objetos, tiempos, modos, música y formas distintivas. En algunos lugares se considera amarre de tilmas y huipil, casamiento o ceremonia matrimonial; y, en algunos lugares como San Miguel Tenango en el estado de Puebla, la ceremonia previa al casamiento puede durar semanas o meses, tal como se efectúa en esa localidad náhuatl con el llamado Tetlajpalol (Montalvo, 2021).

Particularmente en In Mocencahuac, el maestro procura la duración del protocolo desde media hora hasta más de 60 minutos. El procedimiento de purificación se realiza en el temazcal; no obstante, algunos suelen bañarse en las cristalinas aguas de un cenote para tener un nuevo cuerpo y alma. El temazcal es previo a la ceremonia para purificar el inicio de su matrimonio. Se cree que este ritual se practica ya por más de 3.000 años entre los mayas. Algo común en todas estas culturas, es que se considera a la naturaleza como sagrada, por lo que el espacio perfecto puede ser un entorno natural, el mar o lugares arqueológicos, también se buscan lugares donde fluya la energía y fuerzas positivas para recibir las bendiciones. Al igual que en los mayas, el vestuario en In Mocencahuac debe ser blanco. En algunos lugares, se

acostumbra regalar un dote a la novia antes de la ceremonia, este componente se presenta de manera híbrida en distintas expresiones de boda, tanto prehispánica como la actual. En todas estas manifestaciones de boda prehispánica, el matrimonio es un acto indisoluble.

Lo más importante de estos ritos para quien lo busca como un servicio turístico, es que se tenga la fe puesta en la creencia. Hay una serie de componentes antes y durante el ritual, tales como el pedimento de mano, purificación de la pareja, la preparación del altar y los objetos e insumos a utilizar, el encargado de la ceremonia, las palabras, las intervenciones de los asistentes, entre otros.

Las bodas prehispánicas recientemente pasan a ser exclusivas de ciudadanos de burbujas, actores de escenario (Santana, 2003) y no para parejas convencidas del significado de lo natural, espiritual, social, patrimonial y de los valores heredados por los ancestros. Sin embargo, está la cara opuesta, la representación profesional, con los permisos y conocimiento profundo para efectuar correctamente una Boda Prehispánica In Mocencahuac en México, tal como sucede con el trabajo especializado de Alejandra Rodríguez Flores.

La inserción del Mocencahuac como oferta turística

Actualmente las tour-operadoras crean expectativas diferentes a las que esperan sus clientes potenciales y con ello, se abren nuevos productos en sofisticación e innovación con lo que incrementan su atractivo y ofrecen nuevos subproductos; eso sucede con las bodas prehispánicas, que se adecúan a las condiciones y necesidades de los demandantes del servicio.

La mercantilización de la cultura a la que hace referencia Greenwood (1977) ha impulsado un mayor número de bienes e ideas patrimoniales, pero deja a un lado rasgos fundamentales del saber histórico y algunos productos culturales desarrollados para el mero consumo, pueden exhibir autenticidades emergentes y ser aceptados por los portadores del

patrimonio y los turistas visitantes o actores que consumen el producto cultural (Cohen, 1988). Lo deseable es que, con estas vivencias cotidianas, se promueva una regeneración cultural a partir de la apropiación de los procesos rituales encarnados en sus portadores de fe y espiritualidad.

La clave de la autenticidad de una boda prehispánica radica en definir el papel de los grupos portadores de los recursos ancestrales, su anclaje en una tradición es reservorio del pasado que lo mantiene vivo en la actualidad a partir de imaginarios que, si bien están poco documentados en el caso de las bodas prehispánicas, estas se han heredado de generación en generación en pocas personas de manera selectiva y meritoria; sin embargo, es urgente dejar con firmeza el legado histórico cultural de los pueblos porque son monumentos vivientes con prácticas identitarias.

Celebración de la Boda Prehispánica In Mocencahuac

La boda prehispánica In Mocencahuac (el emparejamiento), es conocido también como “amarre de tilmas”, es una tradición ancestral en la cual los antepasados (mujer y hombre) se unían en pareja para tener una vida juntos (emparejamiento de dos almas). Esta unión permite dar a conocer a familiares y comunidad el linaje que los vio crecer, es el encuentro de dos almas de manera formal en un marco social, físico, emocional y espiritual que les permite pedir a los abuelos ancestrales y guardianes del universo sus buenos deseos para un andar siempre juntos en esta vida. Para contextualizar las implicaciones del In Mocencahuac, un heredero de los permisos ancestrales explica:

Comprender actualmente la forma del pensamiento en los antiguos habitantes del Anáhuac, resultaría complicado, ya que el razonamiento moderno dificulta entender la historia ancestral, no ha permitido asumir esas formas sensibles y capaces de vivir en equilibrio con su entorno natural. Los ancestros veían a la madre tierra y a los hermanos animales como grandes maestros de los misterios de la existencia misma.

Al replicar o imitar lo que veían en la naturaleza, sentían el enorme poder místico de cada animal o nahual; y así, la alimentación, salud, educación, organización y espiritualidad eran un reflejo de lo que sucedía en su entorno [...] el modelo de organización social o de población a partir de los representantes de familia en cada calpulli, transmitían el conocimiento de forma oral, era el método más práctico para seguir la costumbre, cada familia se educaba sola, de una generación a otra; surgiendo así, la forma de agradecimiento a los elementos [tierra, agua, fuego y viento], a la gran madre dadora de vida: tonanzin tlalli cuatlicue (entrevista anónima, 2019).

Actualmente las personas que mantienen viva la costumbre del Mocencahuac, conservan algunas de las viejas prácticas que los abuelos ancestrales pedían como requisito para realizar la unión de almas, sobre todo que tanto hombre como mujer, fueran apoyadas y acompañados por la familia o la comunidad.

Requisitos y/o condiciones

El primer requisito es el estudio profundo de cada uno (mujer y hombre) llamado tanalpohualli, tonalamatl, tlamatimine o dador de conocimiento. El abuelo o heredero de efectuar In Mocencahuac, es el encargado de interpretar las energías del cielo y la tierra para así plasmar en un amate (hoja de papel) el tonalli de cada uno. La interpretación del tonalamatl varía dependiendo la tradición, así entendemos que el mocencahuac totonaco es distinto al ñah ñu y al ñusavi; y así, cada pueblo adoptó el mocencahuac a su cosmovisión.

Con el tanalpohualli, se explora, descubre e identifica la virtud, el tonalli de la pareja que tiene como elemento de identidad, esencia y energía que lo

acompaña como un sello distintivo de su carácter y personalidad. Normalmente es un animal sagrado (Ver Gráfico 1).

Gráfico 1: Tanalpohualli



Fuente: boda prehispánica a cargo de Alejandra Rodríguez Flores

Descubrir el animal sagrado es un privilegio para el dador de conocimiento y esta labor sólo se alcanza con la purificación y un proceso de elegibilidad de los ancestros. Son abuelos y abuelas con la sabiduría recibida y transmitida de generación en generación de manera oral, simbólica y con las prácticas heredadas, quienes otorgan los permisos para las labores ceremoniales.

cuando las abuelas y abuelos de conocimiento descifraban el lenguaje sagrado, transmitían su interpretación a los jóvenes que serían emparejados. A través de la unión de espíritus o tonalli, los abuelos daban su consentimiento para que esa unión se celebrara y así el calpulli crecería fortificado por la unión sagrada o mocencahuac. Cuando los abuelos estaban satisfechos con el trabajo de los jóvenes que se emparejarían, se llevaba a cabo una ceremonia de pedimento y permiso a la gran madre tierra, el padre sol y la abuela luna, ya que ellos serían los grandes guardianes de los espíritus duales unificados. Las ruedas del tiempo giraron y cada vez se llevaban a cabo más

Revista de Turismo e Identidad

mocencahuac en cada uno de los pueblos que caminaron por el Anáhuac. Así surgieron variaciones según el desarrollo de cada pueblo y su región geográfica, la costumbre fue generando alianzas entre calpulli y se produjeron altepetl [pueblos] al realizar las grandes obras de construcción de teocalli o teollan [pirámides], los abuelos tlatoani vieron nuevas cualidades en las generaciones surgidas; y así, el emparejamiento generó nuevas formas de organización social como las élites llamadas pillis [familias sagradas] que eran la unificación de gobernantes de distintos altepetl. También los macehuales mantuvieron el mocencahuac como forma de unificación de parejas jóvenes; y así la celebración, aunque menos opulentas a los pillis, se mantuvo hasta el tiempo actual. El conocimiento para esta ceremonia se guardó en lo más profundo del corazón de los abuelos, por esta razón los hermanos que llegaron del uey atl o gran agua [mar], no pudieron terminar con esta celebración sagrada a la vida: la unificación de espíritus llamada mocencahuac (entrevista anónima, 2019).

El lugar donde se llevará a cabo In Mocencahuac depende de cada región, pero siempre se procura en lugares donde abunda la naturaleza para que la ceremonia se desarrolle en armonía con Tonantzin Tlalli Coatlicue: la madre tierra. Después del tonalamatl, la abuela baña a los emparejados en la sagrada casa del temazcalli. Una vez purificados física, mental, espiritual y energéticamente los emparejados, son llevados al centro del tlalmanalli en una danza sagrada en agradecimiento a la tierra, con esencia de copalli (incienso) y sonido del atlcuicatlcocolli (caracol). La dualidad o huehuetl, es presentada al momoxtlí o tlalmanalli y son sentados en un petate que representa el tejido cósmico.

Las coronas con flores adornan la cabeza de la dualidad como representación de pensamientos bellos que están viviendo, el chalchihuite (piedra de jade)

se da a cada uno y representa la unión ante las sagradas esencias intangibles duales llamada ometeotl (dos sagrados), y la obsidiana es entregada al hombre (iztli) como símbolo de fuerza, para que lleve a cabo la actividad de cortar los malos pensamientos y encontrar su verdadero rostro. A la mujer se le deposita la sagrada esencia de huehuateotl con el símbolo de popohcomitl (sahumador) pues ella es el calor de calli (casa).

Con saludo en flor a los cuatro rumbos, la dualidad ya amarrada con la tilma deberá hacer su primera actividad juntos: el agradecimiento a la tierra a través de la danza. En seguida los invitados a la ceremonia de mocencahuac pueden acompañar a los emparejados en la danza y así compartir la alegría de estar juntos en cuerpo y espíritu.

Al amarrar las tilmas, el tlamatimine (dador de conocimiento) da a probar a los emparejados diversos alimentos, pues cada uno procurará por el otro, así probarán los sabores de la vida que también es una metáfora de la vida en pareja (salado, dulce, agrio y amargo). El molehui (mole) es utilizado también para ejemplificar esta combinación de sabores en la actualidad. Los alimentos que se degustan varían dependiendo de cada región, pero siempre prevalecen los más antiguos, utilizados por los ancestros como el maíz que es el alimento principal, cacao, huahtli, frijol, calabaza, haba, chía, guajolote, quelites, tamalli, atole y diversos dulces tradicionales.

El tlalmanalli o la ofrenda a la tierra, contempla semillas, flores, frutas y la representación de cada elemento (tierra, agua, viento y fuego). Los emparejados tienen que portar prendas finamente bordadas con representaciones de su familia o comunidad, así como portar la tilma que es el elemento que físicamente unirá a la pareja, en este amarre de la tilma ya no existe el “yo soy”, sino que se transforma en el “nosotros” (Ver Gráfico 2).

Gráfico 2: Tlalmanalli

Fuente: boda prehispánica a cargo de Alejandra Rodríguez Flores

El Tlalmanalli, es la ofrenda a la madre tierra que representa los frutos que se cosechan después de una siembra, mismos que se comparten con la tierra y la comunidad, recibiendo bendiciones y abundancia.

Las tilmas son de manta natural decoradas con cada uno de los tonalli que el abuelo descifró, plasmándolo en un símbolo sagrado que decora la tilma amarrada. Cada pareja debe contar con sus padres o alguna persona dispuesta a ayudar durante la ceremonia; así, los padrinos portarán los elementos que se ocuparán durante In Mocencahuac.

No era tarea fácil que esta unión se llevara a cabo, pues diversos requisitos que los abuelos pedían a los jóvenes estaban asociados el apoyo incondicional de sus padres ya que ellos pasarían una vuelta a sol con el calpulli de su dualidad. Durante ese año, el intercambio de vida con los futuros suegros era un reto que no todos lograban cumplir, porque se trataba de labores de estricta practicidad.

A la joven mujer (cihuatl) se le compartía el secreto del uso del popohcomitl (sahumador) y el reconocimiento de plantas, frutas y flores que en su vida diaria ayudaría al sano desarrollo del calpulli. Asimismo, los jóvenes hombres (tlacatl) tendrían que realizar sus propios instrumentos de caza, recolección y su atlcuicatlcocolli (caracol) para uso ceremonial. El trabajo de una cihuatl y un tlacatl en dualidad no era labor sencilla, ya que la fauna era muy distinta al tiempo presente. Desde entonces, llegar a ser un abuelo se convertía en el gran arte de alcanzar el equilibrio.

El temazcalli o baño sagrado era parte del trabajo espiritual que debían aprender hombres y mujeres en preparación para el mocencahuac, ya que la mayoría de los partos eran dentro de esta casa sagrada que simula las condiciones del útero materno. En el Gráfico 3 se preparan la pareja y padrinos antes de ingresar al Temazcal.

Gráfico 3: Temazcalli



Fuente: boda prehispánica a cargo de Alejandra Rodríguez Flores

Esta parte del ritual se realiza antes del emparejamiento en el espacio conocido como temazcal, en su interior se agrega calor y componentes para lograr la purificación, sanación y el renacer, pues representa el vientre de la madre.

Abuela sagrada (uey huehuetzin)

Se recogió la experiencia de Amalia Salas Casales, llamada por muchos Amalita. Nació en 1936 y al cumplir 40 años dedicó su amor, tiempo, investigación y viajes por el mundo a la herbolaria, disciplina encargada de preservar y utilizar los componentes de origen vegetal para fines terapéuticos, es una práctica común por grupos de indígenas que han resguardado los métodos y tradiciones con el paso del tiempo.

Su casa de salud (calpulli amalinalintzin) forma parte de las 32 casas certificadas de medicina tradicional en la Ciudad de México. La preservación de estos procedimientos medicinales es de vital importancia para la cultura nacional; por ello, la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades (SEDEREC) creó en el 2007 el programa Medicina tradicional y herbolaria en la Ciudad de México, cuyo objetivo fue habilitar lugares de atención a la salud integrados por grupos indígenas (llamadas Casas de Medicina Tradicional), con el propósito de difundir los usos y costumbres de los pueblos y barrios originarios de la Ciudad de México.

La medicina tradicional está contenida en la suma de conocimientos explicables o no, usados en el diagnóstico, prevención y eliminación del desequilibrio físico, mental o social, basados exclusivamente en la observación, experiencia y práctica, transmitidos de generación en generación, oralmente o por escrito.

Quienes visitan a Amalita también la llaman Abuelita, con ella pueden tener un acercamiento con la medicina tradicional mexicana y, de paso, degustar sus recetas prehispánicas. Ella expresa con sobrada convicción “la tierra de México me da mi oro y mi plata, las hierbas silvestres para la sanación”. Mientras se sumerge en su jardín de plantas medicinales, se abre como una enciclopedia para describir cada una de ellas: “con esta ortiga puedo hacerte desde un té para el reumatismo; o, unas tortitas de huevo para un alimento nutritivo”. Amalita se pasea de arriba para abajo, de un lado a otro por su

jardín como una niña aventurera reconociendo cada elemento a través de los colores, olores y sabores, sorprendida con todo lo que encuentra a su paso, como si su descubrimiento fuera reciente. El tiempo que ha vivido en esa casa, hogar dónde creció, le permitió ser madre de 10 hijos y convertir el lugar en su casa de la salud, un espacio ubicado en Xochimilco (Ciudad de México) con el propósito de defender la madre tierra, el agua, el maíz y la medicina tradicional.

Recibe pacientes desde cuatro vertientes: emocional, físico, espiritual y de su entorno; para lo cual, utiliza tratamientos ancestrales. Diente de león para los riñones, las hojas y flores de la malva para mejorar las defensas del organismo, el llantén para la cicatrización, flor de cempasúchil para la diarrea, bugambilia para la tos, citronela para los dolores menstruales, chiqueadores para el dolor de cabeza, entre otras tantas. Esta farmacia herbal, además de funcional, resulta una manifestación de la cultura del pueblo de Xochimilco. La abuela sagrada agrega “curar con hierbas y temazcales no es cosa del demonio, simplemente es regresar a lo que nos hacía bien: nuestras raíces. Desde un concentrado de cebolla, miel y limón para los resfriados, hasta una ensalada de quelites con hojas de lengua de vaca” (Entrevista con Amalia, 85 años).

En su paso frente al temazcal, reconoce que para ella representa el vientre de la madre, un lugar para dejar todo lo malo y renacer a una nueva vida. Amalita nos ofrece una comida de su especialidad para nutrir el cuerpo con productos de la chinampa y por supuesto de sus plantas silvestres, deliciosas y crujientes tortitas de hueva de un mosco acuático llamado axayácatl o ahauatle, que significa “amaranto de agua” acompañadas con tortillas recién hechas, salsa y agua fresca de apio. Durante la degustación, reconoce que trata de regresar la paz y tranquilidad a quienes la buscan, porque se nos ha olvidado respetar la naturaleza y a nosotros mismos, porque hemos perdido la capacidad de alimentarnos bien. Es importante quererse, respetarse y hacerlo en todo lo que nos rodea para sentir la energía del aire y el sol.

Protocolo unión de almas

En las comunidades hablantes de la lengua náhuatl In Mocencahuac significa “El Emparejamiento”, que implica un proceso de modificación dual para que la pareja se convierta en uno. La unidad será resultado de la compatibilidad de tonales (espíritus), que se identifican o descubren a partir de un estudio ancestral obtenido a partir de los nombres y fechas de nacimiento de las parejas. Antes de amarrarse o emparejarse, primero hay que conocer a profundidad el tonalamatl (animal sagrado) de cada uno de los contrayentes para tener claridad sobre la verdadera esencia de sus almas; y de esta manera, conocer más su compatibilidad y como debe guiarse en su andar por el camino de la vida en unidad.

Según la tradición de nuestros ancestros, la pareja es recibida en un círculo de tlalmanalli (ofrenda a la tierra) donde se presentan los cuatro elementos: tierra, agua, viento y fuego que se forma con flores, fruta, semillas sagradas y plantas medicinales que simbolizan la abundancia.

La siembra se convirtió en el trabajo colectivo del calpulli llamado tequiotl, surgiendo pueblos formados por diversos calpulli, la cosecha incorporó una gran parte espiritual de agradecimiento y así surge la palabra teotl: lo sagrado. Al reconocer el tiempo como forma de medida natural del movimiento de sol y la luna, fueron los grandes avances que modificaron la forma de organización social, así el sembrador se convirtió en el intérprete o tlatoani de la madre tierra, el sol y la luna; y, los sembradores o macehuals en dadores de conocimiento: tlamatimine. A través del trabajo, el tlatoani veía las capacidades de cada macehual; y así, mujeres y hombres eran emparejados o mocencahuac a través del vínculo místico con el tiempo, los elementos y la naturaleza llamado tonalpohualli o tonalamatl. El instrumento para descifrar el lenguaje sagrado de la madre tierra, fue nombrado ilihuilizcalli

huitlahuillpohuill [el frente de la casa en el cielo] (entrevista anónima, 2019).

La dualidad está sentada en un petate que también simboliza “tejer una comunidad”; y, al presentar la pareja ante el pueblo y las familias de los amarrados, el maestro de culto une con un nudo las tilmas de la pareja hombro con hombro, acto que tiene el significado de “la unión eterna” o también conocido como “la unión de las almas”.

La ceremonia concluye cuando los emparejados danzan alrededor del abuelo fuego y la madre tierra (tonanzintlalli) a manera de agradecimiento por conceder la unión.

Elementos ceremoniales

La pareja usará atuendos para la ceremonia en manta blanca cuyo significado representa para la dualidad un conjunto de componentes propios de sus ancestros. La novia portará un vestido en manta blanca con aplicaciones bordadas a mano que normalmente son figuras ancestrales que simbolizan “la unión de las almas”. Mientras tanto, el novio irá vestido con pantalón blanco y camisa blanca (guayabera) y llevará al frente, aplicaciones bordadas a mano con las figuras ancestrales.

La pareja de contrayentes usará una corona de flores en sus cabezas que simbolizan el hogar que construirán. Otro elemento ceremonial son piedras de jade para cada uno; y, representan las culturas ancestrales representan sangre de la tierra y sabiduría, plasmada en la abundancia material para su nuevo hogar.

También estarán disponibles cinco ollitas de barro consagradas previamente, llenas con los cinco elementos de los sabores de la vida: agua, sal, mole, miel y limón. Habrá un petate para la pareja y representa el lecho conyugal, este componente es sagrado dentro de la tradición porque no sólo implica un lugar, es el centro espiritual del hogar. En el petatl (petate), él descansará en

ella y ella en él para encontrar una tregua a las dificultades de la vida y recobrar la armonía.

Estarán preparadas las dos tilmas, una por contrayente, cada una pintada a mano con la imagen de su tonalamatl o animal sagrado, obtenido a través de su estudio realizado por los maestros de la cultura prehispánica. Es fundamental el estudio previo del tonalamatl ancestral con la finalidad de obtener la descripción de la personalidad espiritual y esencia de cada contrayente, al mismo tiempo que arroja cuál es su animal sagrado (nahual) como era conocido prehispánicamente.

También se encuentra el popoxcomitl o sahumerio (Ver Gráfico 4) que le es entregado a la pareja durante la ceremonia para cuidar y hacer que siempre permanezca el fuego sagrado del amor, su cuidado y renovación. Otro elemento que no debe faltar es la obsidiana, que ejerce el poder de la protección y resguardo de su unión, en pareja y como seres independientes.

Gráfico 4: Popoxcomitl



Fuente: boda prehispánica a cargo de Alejandra Rodríguez Flores

A cada pareja le serán entregados cinco elementos: agua, sal, mole, miel, limón; y, con estos elementos se representan los sabores de la vida. Habrá cinco padrinos para llevar los elementos que serán entregados como ofrenda a la pareja, cada elemento irá adornado en una canastilla o chiquihuite y darán a degustar los que ya se tienen en las ollitas, regalando sus palabras asociadas al elemento de sabor que le correspondió apadrinar. Dos padrinos especiales llevarán a la pareja, tabaco y mezcal o ron, que representan la fortaleza que tendrán ante cualquier adversidad (Ver Cuadro 1)

Cuadro 1: Componentes ceremoniales durante In Mocencahuac

Elemento	Descripción o significado
Vestimenta	Manta blanca con aplicaciones bordadas a mano de figuras ancestrales. Significa la unión de las almas.
Corona de flores	Hecha con flores del lugar. Símbolo del hogar que construirán.
Piedras de jade	Piedras sin precisión en tamaño y color. Representan las culturas ancestrales siendo sangre de la tierra y sabiduría, plasmada en la abundancia material del hogar.
Ollitas de barro	Cinco ollitas consagradas previamente. Contendrán cada elemento o sabores de la vida.
Petate	Un petate. Representa el lecho conyugal, es sagrado dentro de la tradición, es un lugar y el centro espiritual del hogar. En el petatl él descansará en ella y ella en él para encontrar una tregua a las dificultades de la vida y recobrar la armonía.
Tilmas	Dos: una para cada contrayente pintada a mano con la imagen de su tonalamatl o animal sagrado, obtenido a través de su estudio realizado por los maestros de

Elemento	Descripción o significado
	cultura prehispánica. Fundamental para el amarre de tilmas o emparejamiento.
Estudio de tonalamatl	Es un estudio ancestral para obtener la descripción de la personalidad espiritual y esencia de cada contrayente, arroja cuál es su animal sagrado (nahual) como era conocido prehispánicamente.
Popoxcomitl	Se entrega a la pareja para cuidar y siempre permanezca el fuego sagrado del amor, el cuidado y la renovación.
Obsidiana	Ejerce el poder de la protección, resguardo de su unión y de cada ser junto e independiente.
Tlalamanalli	Es la ofrenda a la madre tierra que representa los frutos que se cosechan después de una siembra y que se comparten con la tierra y la comunidad, recibiendo las bendiciones y abundancia.
Cinco elementos por pareja	Agua, sal, mole, miel y limón. Con estos elementos se representan los sabores de la vida.
Cinco padrinos para los elementos	Llevarán como ofrenda a la pareja, adornado en una canastilla o chiquihuite y darán a degustar los que ya se tienen en las ollitas, regalando sus palabras asociadas al elemento de sabor.
Dos padrinos especiales	Personas elegidas que llevarán tabaco y mezcal o ron a la pareja, representa la fortaleza que tendrán ante cualquier adversidad.

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas con informantes

Protocolo secuencial a cargo de Alejandra Rodríguez Flores

I. Baño de temazcal antes de la ceremonia o ritual de la boda prehispánica.

- II. Entrega de tonalamatl y círculo de palabra.
- III. Entrada oficial y ceremonial de los maestros de cultura junto con las parejas.
- IV. Inicio de ceremonia con toque de atlcuicatcocolli (caracol).
- V. Apertura de los cuatro puntos cardinales e invocación de los cuatro elementos sagrados con danza prehispánica.
- VI. Entrada de parejas al tlalmanalli y asignación de petate.
- VII. Participación de los padrinos en la degustación de los sabores de la vida.
- VIII. Limpia con plantas medicinales.
- IX. Entrega de la piedra jade, popoxcomitl y obsidiana.
- X. Entrega ceremonial de tilmas.
- XI. Amarre de tilmas.
- XII. Entrega de tabaco y mezcal o ron.
- XIII. Danza a la madre tierra y abuelo fuego.
- XIV. Se comparte el tlalmanalli con todos los invitados.
- XV. Se cortará el pastel tradicional de la boda y se compartirá con los invitados (es opcional).

Consideraciones finales

El mercado turístico en México ha encontrado en la cultura de los pueblos, una diversidad de representaciones que no están fundamentadas en un conocimiento profundo de su historia, sus prácticas y los mecanismos de transmisibilidad generacional. El legado de los rituales propios de la época prehispánica, está en peligro de perder esa cadena heredada a través de un reconocimiento ancestral auténtico, que responda a un encargo de mano en mano; y no, como una forma de mercantilizar un producto turístico.

La boda prehispánica In Mocencahuac, es una ceremonia que tiene enraizado el otorgamiento de los permisos para celebrarla bajo criterios, requisitos, condiciones, componentes ceremoniales, objetos sagrados y un protocolo secuencial para realizar el ritual con la convicción que subyace en las creencias sobre sus elementos imprescindibles como el Temazcalli, Tanalpohualli, Tlalmanalli y el Popoxcomitl.

La fusión (social, física, emocional y espiritual) hombre-tierra-creencias a través del conocimiento y simbolismo de elementos que intervienen en la unión de almas o espíritus durante el emparejamiento, consuman en estos actos ceremoniales la reproducción de la familia y transmiten a partir del Mocencahuac uno de los legados más importantes conjugados en el pasado y el presente, una expresión del hibridismo cultural en diversas regiones de México.

El turismo religioso y cultural, ha volteado su mirada hacia este producto para los visitantes que están dispuestos a vivir este legado ancestral, con lo que se preserva y reproduce esta práctica prehispánica. Presentar sus elementos en favor de una reproducción auténtica, completa y que responda a las expectativas de quienes han cedido los permisos, es honrar y mantener un producto cultural que no centra su atención en el turismo como producto, sino en la cultura como el objetivo final del desarrollo histórico y social de sus pueblos, su identidad, sus raíces y su forma de vida heredada por generaciones.

Bibliografía y referencias

Abundis, R. M. A., Ortega, S. M. A. y Fernández, M. (2010). Matrimonio y divorcio: antecedentes históricos y evolución legislativa. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa.

Arias, Y. A. D. (2011). *La Danza del Sol de Ajijic: un ritual nodo en la red de espiritualidad alternativa*, Tesis de Maestría en Antropología Social, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS).

- Arias, Y. A. D. (2012). Significados y apropiaciones mexicas de la Danza del Sol. Estudio de caso de Axixik Temazkalpul-li. *Revista Cuicuilco*, vol. 19 (55), pp. 195-217. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35128270002>
- Aulet, S. S. y Hakobyan, K. (2011). Turismo religioso y espacios sagrados: una propuesta para los santuarios de Catalunya. *Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR*, 1 (1), p. 63-82. Disponible en <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur>
- Bhabha, H. K. (1994). *The location of culture*. London and New York, Routledge.
- Boorstin, D. J. (1961). *The image: a guide to pseudo events in America*. New York: Harper & Row.
- Bourdieu, P. (1972). Les strategies matrimoniales dans le systéme de reproduction, en *Annales* 4-5.
- Chanady, A. (1999). La hibridez como significación imaginaria. *Revista de Crítica Literaria Latinoamericana*, XXIV (49), pp. 265-279.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15, p. 371-386.
- Cornejo, P. A. (1996). Una heterogeneidad no dialéctica: sujeto y discursos migrantes en el Perú moderno. *Revista Iberoamericana*, LXII (176-177).
- De la Campa, R. (1995). Transculturación y posmodernidad: ¿destinos de la producción cultural latinoamericana? *Memorias: Jornadas Andinas de Literatura Latinoamericana*, La Paz, Plural, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, UMSA.
- Drule, A.; Chis, A.; Bacilam, M. y Cioner, R. (2012). A new perspective of non-religious motivation of visitors to sacred sites: Evidence from Romania. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 62, p. 431-435.
- Fernández, A. (2016). El Turismo Religioso mueve anualmente casi 30 Millones de personas en México. *Boletín No. 1174, Cámara de Diputados*, <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/esl/comunicacion/boletines/2016/marzo/19/1174-el-turismo-religioso-mueve-anualmente-casi-30-millones-de-personas-enmexico-andres-fernandez>
- García Canlini, N. (2003). Noticias recientes sobre la hibridación. *Trans. Revista Transcultural de Música*, 7. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=822/82200702>
- Greenwood, D. J. (1977). Culture by the pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commoditization, En Smith, V. L. *Host and guest: the anthropology of tourism* (pp. 129-138). Pennsylvania: Univ. Pennsylvania Press.
- Goldberg, D.T. (1994). Introduction: Multicultural Conditions. En Goldberg, D.T. (Ed.), *Multiculturalism: A Critical Reader*, Cambridge, Mass and Oxford, Basil Blackwell.
- Gómez Aragón, A., y Agudo Torrico, J. (2019). Paisaje e imaginarios en la percepción del turista en Andalucía. *Revista PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(6), p. 1217-1226. Disponible en <https://Doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.084>
- Hannerz, U. (1997). Fluxos, fronteiras, híbridos: palavras-chave da antropología transnacional. *Maná*, 3(1), p. 7-39.

- Hiriart Pardo, C. A. y Barrera Sánchez, C. (2019). La gestión turística de eventos religiosos excepcionales en México: La visita Papal a la ciudad de Morelia en 2016. *Revista PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(6), p. 1245-1270. Disponible en <https://Doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.086>
- México Wed (2011). Diagnóstico de la oferta, Mérida, Yucatán, Wed S. A. de C. V., Secretaría de Turismo, México. Disponible en <https://www.yumpu.com/es/document/read/14719310/diagnostico-de-bodas2011-cestur-sectur>
- Montalvo, V. R. (2021). Atlas Turístico de Zacatlán. En Prensa, Gobierno Municipal de Zacatlán, Puebla 2019-2021, Puebla.
- Parellada, J. E. (2009). El turismo religioso. Sus perfiles. Jornadas de Delegados de Pastoral de Turismo, Ávila. Conferencia Episcopal Española. Disponible en <http://www.conferenciaepiscopal.es/pastoral/turismo/encuentro/2008/JosepEnricParellada.pdf>
- Richards, G. (2019). Culture and tourism: natural partners or reluctant bedfellows? A perspective paper, *Tourism Review*. Doi/10.1108/TR 04 2019 0139
- Roigé, X., Del Marmol, C., y Guil, M. (2019). Los usos del patrimonio inmaterial en la promoción del turismo. El caso del Pirineo catalán. *Revista PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(6), p. 1113-1126. Disponible en <https://Doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.077>
- Salcedo, F. A. (2009). El derecho maya prehispánico, un acercamiento a su fundamentación socio-política. *Revista Alegatos*, 71, p. 155-178.
- Santana, T. A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, 9 (20), p. 31-57.
- Secretaría de Turismo [SECTUR] (2016). México entre los países más visitados por turismo religioso: SECTUR. Recuperado: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/mexico-entre-los-paises-mas-visitados-porturismo-religioso-sectur>
- Sharpley, R. y Sundaram, P. (2005). Tourism: a Sacred Journey? The Case of Ashram Tourism, India. *International Journal of Tourism Research*, 7, p. 161-171.
- Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (SIIMT) (2016). Reporte de visitantes a zonas arqueológicas, museos y monumentos históricos. Recuperado de http://www.siimt.com/en/siimt/siim_actividades_culturales
- Sosa-Márquez, M. V. (2014). Patrones regionales de emparejamiento conyugal en México en el año 2000. *Papeles de Población*, 20 (82), p. 233-265. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11232827010>
- Stebbins, R. A. (1996). Cultural tourism as serious leisure. *Annals of Tourism Research*, 23, p. 948-950.
- Timothy, D. J. (2018). Making sense of heritage tourism: Research trends in a maturing field of study. *Tourism Management Perspectives*, 25, p. 177-180. Doi:10.1016/j.tmp.2017.11.018
- Tobón, S. y Tobón. N. (2013). Turismo religioso: fenómeno social y económico. *Anuario Turismo y Sociedad*, XIV, pp. 237-249.
- UNWTO (2018). Tourism and cultural synergies, in Madrid: UNWTO. Disponible en http://www2.unwto.org/publication/tourism_and_culture_synergies



Impactos de la turistificación en el Parque Nacional El Tepozteco (PNT): obstáculos en la búsqueda de una gobernanza turística

Impacts of touristification in El Tepozteco National Park (PNT): obstacles in the search for tourism governance

 **César Mauricio Salas Benítez**

Universidad Nacional Autónoma de México
Instituto de Investigaciones Económicas
Ciudad de México, México
cesalbe@hotmail.com

 **Gustavo López Pardo**

Universidad Nacional Autónoma de México
Instituto de Investigaciones Económicas
Ciudad de México, México
lpardo@unam.mx

RESUMEN

Este artículo aborda los impactos ambientales y socioculturales derivados de la turistificación en el PNT. Esta situación ha mermado la calidad del destino, y para reposicionarse en el mercado, determinados actores plantean la gestión del destino bajo los principios de la gobernanza. Sin embargo, esta propuesta para la

población perjudicada representa una forma de legitimar la apropiación de los recursos naturales y culturales. Así, priman conflictos de intereses que no han permitido el desarrollo de una gobernanza. El objetivo de esta investigación es identificar y describir los factores que han conducido a la turistificación, sus efectos en el medio ambiente, los conflictos suscitados, así como las propuestas por parte de determinados actores para solucionar las problemáticas y los obstáculos presentes en la ejecución de dichas soluciones. La metodología se basa en el estudio de caso. Los datos se compilaron de fuentes cualitativas y cuantitativas. El trabajo se basó en una revisión documental de la literatura y de las estadísticas de turismo en Tepoztlán. Debido a las restricciones de la pandemia COVID19, se realizó un análisis de contenido de textos de páginas de internet y redes sociales, así como de entrevistas semiestructuradas a actores clave a través de medios electrónicos.

PALABRAS CLAVE: turistificación; gobernanza; conflictos; pueblos mágicos.

ABSTRACT

This article examines the environmental and sociocultural impacts derived from touristification in the PNT. This situation has diminished the quality of the destination, and in order to reposition themselves in the market, certain actors propose the management of the destination under the principles of governance. However, for the affected population this proposal represents a way to legitimize the appropriation of natural and cultural resources. Thus, conflicts of interest prevail that have not allowed the development of governance. The objective of this research is to identify and describe the factors that have led to touristification, its effects on the environment, the conflicts that have arisen, as well as the proposals by certain actors to solve the problems and obstacles present in the execution of these solutions. The methodology is based on the study of the case. Data was compiled from qualitative and quantitative sources. The work was based on a documentary review of the literature and tourism statistics in Tepoztlán. Due to the restrictions of the COVID19 pandemic, a content analysis of texts from internet pages and social networks was carried out, as well as semi-structured interviews with key actors of the population through electronic media.

KEYWORDS: touristification; governance; conflicts; magic towns.

Fecha recepción: 13 de septiembre de 2022

Fecha aprobación: 18 de noviembre de 2022

Introducción¹

La introducción del turismo como motor de desarrollo local del medio rural en México, se deriva de la necesidad de encontrar actividades que contribuyan a mitigar la pobreza y el rezago social que acontece en estos espacios. Derivado de la baja productividad del sector agropecuario, y de las limitaciones del Estado para atender las carencias presentes, estos territorios presentan los mayores niveles de marginación, lo que ha llevado a la implementación de acciones, dentro de las cuales se encuentra el Programa Pueblos Mágicos (PPM) por parte del gobierno federal mexicano, instaurado en el año de 2001. Un Pueblo Mágico (PM) de acuerdo con la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2016) “es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin, magia que emanan en cada una de sus manifestaciones socioculturales”. Este programa pretende la generación de ingresos económicos y un desarrollo local al aprovechar las manifestaciones socioculturales y patrimoniales de una localidad para el uso turístico. Sin embargo, esta actividad al no tener una planificación y lineamientos, en cuanto a la capacidad de carga y el crecimiento de los negocios relacionados con el turismo, ha conducido, en el caso de Tepoztlán, a una turistificación. Tal circunstancia ha suscitado impactos ambientales negativos (contaminación, deforestación e incendios), conflictos en la comunidad por el uso y la tenencia de la tierra y los recursos naturales, así como la pérdida de la competitividad del destino, derivado de una relativa baja satisfacción de los turistas.

En este sentido, derivado de la saturación y masificación, esta localidad presenta las características de la fase de estancamiento descritas en el modelo del ciclo de vida de los destinos turísticos de Butler (1980, 1996, 2001). De acuerdo con este autor, es en este punto cuando los gobiernos, empresarios y/o población local, comienzan a tomar acciones para mitigar

¹ UNAM, Programa de Becas Posdoctorales en la UNAM, César Mauricio Salas Benítez, Instituto de Investigaciones Económicas. Asesorado por Dr. Gustavo López Pardo.

los efectos negativos y recuperar la competitividad. Así, en Tepoztlán, los actores involucrados antes mencionados, coinciden en la necesidad de orientar la actividad turística bajo los principios de transparencia, rendición de cuentas, participación, confianza, trabajo en redes, fortalecimiento de las capacidades locales, poder compartido y delegado y eficacia en la gestión, lo que apunta hacia un proceso de gobernanza (Ayuntamiento de Tepoztlán, 2021).

Madrid (2014) y Pulido-Fernández (2014) arguyen que el PPM es una iniciativa que puede asentarse en la lógica de la gobernanza, porque se identifican los principios que han sido nombrados anteriormente. Sin embargo, al pretender apuntalar la iniciativa privada con recursos públicos, sin tomar en cuenta la participación y la toma de decisiones de todos los sectores de la población, dicha iniciativa no ha podido reconciliar los intereses presentes para el desarrollo de una gobernanza turística efectiva.

En este conflicto de intereses se hacen notar dos posturas principalmente, por un lado, la postura institucional y empresarial, que ven en el turismo una actividad que genera ingresos y empleos. En este grupo también se encuentran los comuneros y ejidatarios que han vendido tierras para la construcción de casas y hoteles, así como los comerciantes y artesanos beneficiados por el turismo. En la otra se encuentra un sector importante de la población, los cuales se han visto excluidos de esta actividad y ven en ella un atentado contra su patrimonio material e inmaterial, expresado en el daño al mobiliario local, contaminación, deforestación, pérdida de los lazos comunitarios y de las tradiciones agrícolas. En este sector se han organizado grupos de civiles, los cuales se centran en la recuperación de la cultura vernácula, en el cuidado de los recursos naturales y se manifiestan contra el PPM y el turismo masivo.

Si bien, derivado de los impactos medioambientales y los conflictos en la comunidad, se ha pretendido, en el discurso, la negociación entre las diferentes partes que desemboque en una gobernanza para la correcta

gestión del destino, existen determinados factores (objetivos e intereses divergentes) que obstaculizan que ésta se lleve a cabo.

Históricamente estas comunidades han presentado un arraigo a la tierra, a sus costumbres indígenas, así como acciones colectivas de defensa territorial. Asimismo, tienen una tradición de movilizaciones sociales en torno a proyectos de infraestructura, que implican la transformación ambiental y cultural de la localidad, como en el movimiento en contra de la construcción del club de golf en 1995, la construcción del teleférico, la ampliación de la autopista y el tren escénico (Salazar, 2014). De ahí, que los sectores de la población que se ven excluidos de la toma de decisiones vean como una penetración y una imposición las propuestas que vienen desde el exterior.

En este contexto, la implementación de una gobernanza dirigida desde el sector institucional encuentra sus principales debilidades, ya que la población local la percibe como una estrategia de legitimación para la penetración de capitales turísticos, los cuales representan una serie de conflictos de intereses al interior de la localidad.

Este trabajo pretende revelar como el crecimiento del negocio turístico y la afluencia masiva de visitantes, ha conducido a un proceso de turistificación en Tepoztlán, el cual ha llevado a esta localidad a la fase de estancamiento y ha originado impactos ambientales y sociales. En este contexto, las autoridades en conjunción con los empresarios del sector han propuesto medidas para repositonar el destino y su competitividad, las cuales, en el discurso, se enmarcan en los principios de la gobernanza. Sin embargo, al no ser una estrategia consensuada, algunos sectores de la población se han pronunciado en contra. En este sentido, se identifican los factores que no han permitido el desarrollo de la gobernanza.

Metodología

La metodología de trabajo usada en esta investigación se basa en el estudio de caso en ciencias sociales centrados en la descripción y análisis de las toma de decisiones, que como mencionan Ramírez, Rivas y Cardona, (2019) tiene un planteamiento descriptivo a la vez que exploratorio; en el estudio de caso los datos pueden compilarse desde una variedad de fuentes (cualitativas y cuantitativas) para realizar una triangulación, como documentos, estadísticas, registros de archivos, encuestas, entrevistas, observación de los participantes e instalaciones u objetos físicos (Chetty, 1996; Stake, 1994). Asimismo, busca la explicación de situaciones que requieren la consideración de un marco teórico, la reflexión y nuevos modos de pensar, hacer y transmitir la resolución de determinados conflictos en contextos específicos. En este sentido, se pretende identificar y describir los factores que han conducido a la turistificación y sus efectos derivados en el medio ambiente y los conflictos suscitados en la comunidad. Para comprender las medidas tomadas por los actores interesados en reorientar el destino, derivado del estancamiento producido por la turistificación, se utiliza el modelo del ciclo de vida de los destinos turísticos de Butler (Butler, 1980, 1996, 2001; García, Reinares y Armelini, 2013; López, 2011). Posteriormente, se reconocen las diferentes posturas en torno al problema, así como las propuestas por parte de los actores institucionales y de la sociedad civil.

En el desarrollo de la investigación se han utilizado fuentes bibliográficas, cartográficas y hemerográficas. El trabajo se basó en un primer momento en la revisión documental de la literatura existente en torno al ciclo de vida de los destinos turísticos de Butler, la turistificación y sus impactos derivados y la gobernanza con el fin de revisar el estado del arte y construir el marco teórico, así como el contexto turístico, histórico y geográfico del área de estudio. Por la parte cuantitativa se revisaron estadísticas del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la Secretaría de Turismo (SECTUR), el Consejo Nacional de Población (CONAPO) y el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), con el fin de recabar datos referentes a la población y a la situación del turismo en este espacio. Por la parte cualitativa,

debido a las restricciones derivadas de la pandemia por COVID19, durante 2021 se realizó un análisis de textos provenientes de páginas de internet y diversas redes sociales, así como de entrevistas semiestructuradas a actores clave de la población (integrantes del Frente Juvenil en Defensa de Tepoztlán, comuneros y locatarios) a través de medios electrónicos (vía telefónica, redes sociales y correo electrónico).

Aspectos teóricos de la turistificación y gobernanza

El crecimiento desmedido de las actividades turísticas, así como la afluencia masiva de visitantes, sumado a una deficiente gestión y planificación, ha conducido a una turistificación en algunos destinos, tal y como sucede en el caso de estudio (Barrero y Jover, 2021; Salas y López, 2019). Este término hace referencia al impacto que tiene para el residente del campo, barrio o ciudad el hecho de que los servicios, instalaciones y comercios pasen a orientarse y concebirse hacia el turista, por lo que el ciudadano que vive en ellos pasa a segundo término (Sanmartín, 2019). Asimismo, la presencia masificada de visitantes y el crecimiento de las actividades turísticas cambian la configuración y los usos de los espacios públicos. Este proceso impacta sobre el mercado de la vivienda, las expresiones culturales, el espacio y los recursos naturales. (Barrero y Jover, 2021; Calle Vaquero, 2019).

Uno de los impactos más estudiados es la influencia en el precio del alquiler y la sustitución de viviendas de uso residencial por viviendas de uso turístico. (Gil y Sequera, 2018). Sin embargo, existen otros efectos, tales como el abandono de la población que tradicionalmente habitaba esos espacios; la sustitución de comercios tradicionales; la pérdida de lazos y la organización comunitaria; el encarecimiento de los productos de primera necesidad; la pérdida de prácticas y formas de consumo diferentes al capitalista; la pérdida de espacios de socialización de la población local, en ocasiones enfrentamientos entre locales descontentos con los turistas, con los involucrados en el negocio turístico o con las autoridades que incentivan el desarrollo de esta actividad, además que puede suscitar conflictos en los

espacios de acogida (Barrero y Jover, 2021; Salas y López, 2019; Sequera, Cabrerizo y Bachiller, 2017).

En este sentido, el conflicto resulta como consecuencia de una situación de divergencia social. De una relación contradictoria entre personas o grupos sociales al presentar intereses y/o valores diferentes (Silva, 1996). Ferrari (1989) distingue entre los conflictos por intereses y aquellos que involucran valores opuestos. El conflicto surge como manifestación, al desplazar a un grupo de la tenencia o acceso a bienes, recursos, derechos, valores o posiciones políticas o económicas (Dahrendorf, 1993).

Por otra parte, el ciclo de vida turístico de Butler (1980), sirve para hacer una valoración de las fases por las que atraviesan los destinos, lo que permite, a nivel de la planificación, desarrollar medidas para corregir determinadas problemáticas, las cuales en ocasiones implican procesos de gobernanza para mitigar efectos negativos o reposicionarse en el mercado (García et al., 2013; López, 2011). De acuerdo con Butler (1996; 2001) estas son las fases que transita un destino.

La primera es la fase de exploración, en la que el destino es visitado por un número reducido de personas. En esta etapa los destinos tienen poca o nula infraestructura para el turismo. En la fase de implicación el número de turistas crece como resultado de la infraestructura creada por parte de iniciativas locales. El destino comienza a popularizarse, se desarrolla un segmento del mercado y una temporada de mayor afluencia. En la fase de desarrollo la llegada de turistas es mayor, el control de la actividad turística pasa de las iniciativas locales a las externas. Se modernizan las instalaciones, se da una inversión en hotelería, crece el número de cuartos y se incorporan tour operadores. Es en este momento cuando comienza a darse la masificación. La fase de consolidación se caracteriza por un crecimiento del número de turistas, pero no de forma tan acelerada como en la fase anterior. El destino comienza a estancarse, no solo porque el número de turistas no crece, sino también porque se pierde la calidad del producto turístico o se

degradan las instalaciones (Butler, 1980; García et al., 2013), es en este momento cuando puede presentarse la turistificación. Es en esta fase cuando se toman medidas para reorientar con el objetivo de rejuvenecer el destino, se diversifica la oferta, se buscan nuevos usos, nuevos clientes, nuevos canales de distribución y se diseñan nuevos productos con el fin de reposicionar el destino, sin embargo, en ocasiones, a pesar de las acciones, el destino continúa estancado o pasa a una fase de declive (Ver Figura 1) (Diez, 2019; García et al., 2013; López, 2011).

Figura 1: Ciclo de vida de los destinos turísticos



Fuente: Elaboración propia, Salas C., con base en Butler (1980) y López (2011)

El modelo del ciclo de vida de los destinos turísticos sirve como una herramienta para la dirección estratégica, y es preciso considerarla como un instrumento de diagnóstico, que favorece la toma de acciones pertinentes (García et al., 2013). Tradicionalmente los destinos turísticos se han configurado en el seno de los gobiernos y los empresarios, los cuales fungen como los principales productores de los espacios turísticos, sin embargo, sobre todo en espacios rurales y/o naturales como en el caso de Tepoztlán, puede generarse la presencia de otro actor: la población local. Esto se deriva

de que, en muchos casos, al ser el turismo una actividad dirigida desde el exterior y fuente de conflictos, las poblaciones locales comienzan a tomar acciones para mitigar los efectos negativos y negociar las pautas de la actividad, a través de procesos autogestivos y de organización comunitaria, que pueden desembocar en una gobernanza turística (López y Palomino, 2012; Palomino, Gasca y López, 2016; Pulido-Fernández, 2014).

La gobernanza se refiere a la conformación de redes autoorganizadas y a todas aquellas medidas que involucran fijar acuerdos para el ejercicio del poder y la resolución de conflictos a efectos de procurar el bien común (Hydén, 1999; Rhodes, 2000). La gobernanza estriba en los patrones estables de relaciones sociales entre agentes públicos y privados mutuamente dependientes. La confianza y los lazos son los mecanismos de coordinación esencial de las redes; pero también la horizontalidad, la transparencia y la participación ciudadana son condiciones necesarias para que los actores generen soluciones (Klijn, 2010; Madrid, 2014; Pierre y Peters, 2000).

Otros factores que influyen en la gobernanza son la reputación de los integrantes de la comunidad, las redes familiares y de parentesco, donde los vínculos personales son trascendentales, tal y como sucede en comunidades indígenas que se rigen bajo mecanismos de usos y costumbres (Palomino et al., 2016; Strobl y Peters, 2013). Así, se entiende por gobernanza turística el proceso de conducción de los destinos a través de los esfuerzos sinérgicos y coordinados de los gobiernos, de la sociedad civil que habita en las comunidades receptoras y del tejido empresarial relacionado con la operación del turismo (Duran, 2013; Madrid, 2014; OMT, 2010; Pulido-Fernández, 2014). De este modo, existen ciertas condiciones para que se pueda llevar a cabo una gobernanza, y será la manera en la cual se organiza la sociedad y los intereses presentes los que permitan una gestión orientada hacia el bien común (Ver Figura 2).

Figura 2: Factores que permiten el desarrollo de la gobernanza



Fuente: Elaboración propia, Salas C., con base en Manríquez (2018) y Madrid (2014)

Contexto geográfico, turístico e histórico del PNT

Población y territorio del PNT

El PNT se ubica dentro del municipio de Tepoztlán, en la porción norte del Estado de Morelos, en la parte central de la República Mexicana. El PNT forma parte del Corredor Biológico Chichinautzin. Es un área ecológicamente importante, ya que es una zona de recarga de acuíferos de los valles de Atongo y Cuernavaca. Las comunidades vegetales más extendidas son el bosque tropical caducifolio y el bosque de pino encino; y entre la fauna representativa se encuentran el zorro gris, murciélago, venado cola blanca, armadillo, gato montés, pájaro carpintero, codorniz y diversos reptiles. Dentro del PNT se encuentran las localidades de Tepoztlán (cabecera municipal y Pueblo Mágico), San Andrés de la Cal, Santa Catarina, Amatlan de Quetzalcoatl, San Juan Tlacotenco y Santo Domingo Ocotitlán (INEGI, 2021; Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2011). El principal destino turístico del Parque es el poblado de Tepoztlán, que en 2002 obtuvo la marca de Pueblo Mágico, y es el que concentra la mayor parte de las

actividades turísticas e impactos socioespaciales, sobre todo en el primer cuadro de la localidad (Ver Figura 3) (Alvarado, 2015).

Figura 3: Ubicación de Tepoztlán



Fuente: Elaboración propia, Salas C., con base en INEGI (2021b)

En el municipio de Tepoztlán en 2020 se contabilizaron 54 987 habitantes (INEGI, 2021a). La población originaria (tepozteca) es hablante de la lengua náhuatl. En la actualidad, estos hablantes se circunscriben a algunas de las localidades del municipio y a algunos ancianos. Sin embargo, no hablar la lengua indígena no involucra renunciar completamente a una concepción de su mundo social, ni sus formas organizativas (Avilés, 2009; Lara, 2013; Salazar, 2014; Vargas y López, 2017). Además, es importante la presencia de población inmigrante del extranjero, de la Ciudad de México y de Cuernavaca, a los cuales se les conoce como *avecindados* (Salazar, 2014; Valenzuela, 2017).

En Tepoztlán más del 80% de las tierras son parte de los bienes comunales; el 5% de las tierras son de particulares y un poco más del 10% son tierras ejidales (Pérez, 2011; Salazar, 2014). Sin embargo, parte de las tierras ejidales y comunales han sido vendidas a particulares y avocindados a través de la cesión de derechos (Vargas y López, 2017).

Los tepoztecos se rigen bajo un sistema de usos y costumbres. Los elementos fundamentales de la organización social son la tenencia de la tierra y la religión. La primera es signo de prestigio social, que incrementa la clase y que conforma parte de la identidad local y los diferencia de los avocindados, los cuales, aun cuando posean terrenos, no tienen la misma capacidad de decisión y voto en la comunidad (Lara, 2013; Lomnitz, 1982; Pérez, 2011; Quero, 2002; Salazar, 2014). La religión organiza la vida comunitaria y reproduce las manifestaciones culturales, ya que cada barrio cuenta con su capilla y mayordomos que son elegidos en asamblea. Las mayordomías son las representantes de los barrios y, además, regulan las relaciones de poder dentro de la comunidad (Pérez, 2011). Adicionalmente, existen grupos de civiles que se dedican al cuidado de los cerros, a combatir incendios, reforestar, recolectar basura y detener la tala y caza furtiva (Lara, 2013).

Históricamente estas localidades han presentado un arraigo a la tierra y a sus costumbres indígenas, lo que en la actualidad ha permitido la existencia de redes interpersonales que favorecen la organización social y la autogestión comunitaria. (Salazar, 2014). En este sentido, la población tepozteca ha utilizado elementos de su pasado prehispánico como instrumentos de cohesión social e identidad comunitaria, como la figura de Tepoztecatl (dios del pulque y de la fertilidad), sobre todo en momentos álgidos, como en el movimiento en contra de la construcción de un club de golf en 1995, que consistía en la adquisición de 280 hectáreas (terrenos de propiedad comunal) por el grupo inmobiliario Kladt-Sobrino (Lara, 2013; Quero, 2002; Ruiz y Alvarado, 2017; Salazar, 2014; Valenzuela, 2017). En este conflicto se experimentó una división de la comunidad, conformada en dos grupos: los empresarios, autoridades de gobierno y algunos ejidatarios y comuneros que

decidieron vender sus tierras unilateralmente y, por otro lado, los ejidatarios y comuneros que lo vieron como un atentado contra su patrimonio y algunos sectores de la sociedad civil que quedarían marginados del proyecto, los cuales en el desarrollo del conflicto resultaron ser mayoría. A partir de este acontecimiento, los actores de las comunidades que históricamente habían sido objeto de explotación y despojo, reafirmaron el papel que desempeña la organización colectiva, como medio de defensa y empoderamiento del territorio. Otros conflictos que han sido objeto de movilizaciones sociales son los proyectos como la construcción del teleférico, el tren escénico y la ampliación de la autopista (De Orbe, 2021; Salazar, 2014).

Así, estas experiencias vividas por las comunidades originarias de Tepoztlán, adquieren un sentido socioambiental, por poner en riesgo el entorno natural per se, lo que impacta los significados, la cosmovisión, la identidad y las condiciones materiales de existencia (Paz, 2017; Svampa, 2012). Estas resistencias se relacionan con el acelerado consumo de recursos y avance sobre los territorios, culturas y ecosistema bajo discursos de desarrollo, y que consisten en la penetración de actividades económicas dirigidas desde el exterior como el turismo (Navarro y Pineda, 2009). Su lucha además reivindica el derecho de los pueblos originarios por la autodeterminación y manejo de los recursos naturales (De Orbe, 2021; Modonesi, 2010).

El territorio es visto por los tepoztecos como el nicho de los espacios sagrados, por ello, los cerros del PNT se encuentran arraigados al paisaje cultural y ritual de la comunidad (Salazar, 2014; Vargas y López, 2017). Sin embargo, los procesos de descampesinización y tercerización rural que tienen que ver a gran escala con las políticas neoliberales del país, han afectado las organizaciones agrarias y campesinas y socaban la propiedad comunal y la organización comunitaria (Salazar, 2014; ONU, 2002). De este modo, Tepoztlán y los pueblos periféricos que conforman el PNT, se configuran como una comunidad enraizada a su pasado indígena, con un fuerte contenido simbólico y sagrado del espacio, y con una tradición de

defensa territorial. Sin embargo, esto se ha venido transformando a raíz de los nuevos habitantes avecindados y en la actualidad a la presencia del turismo.

Turismo y terciarización de la economía en Tepoztlán

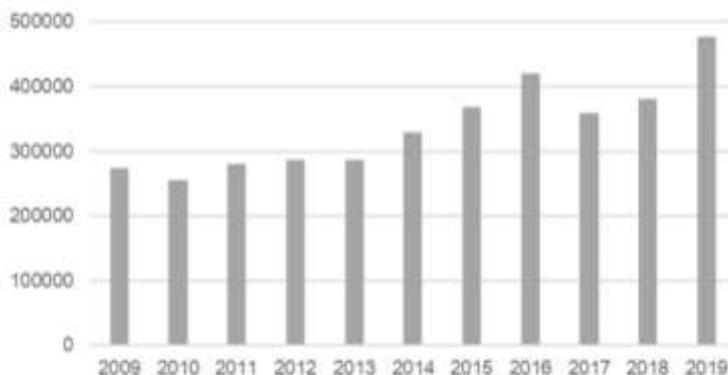
Tepoztlán históricamente era una comunidad dedicada a las actividades primarias (agricultura, ganadería y actividad forestal), eran las que ocupaban el mayor porcentaje de la población económicamente activa. A pesar de que aún existe una cantidad importante dedicada al campo, sobre todo de adultos mayores, es la población joven la que se dedica a las nuevas actividades, como el turismo. Actualmente, las actividades económicas se distribuyen de la siguiente manera a nivel municipal: la población ocupada en el sector primario representa 11,58%; en el secundario 25,67%; y en el sector terciario el 61,6%, lo que evidencia una economía tercerizada (INEGI, 2017).

En el ámbito del estado de Morelos, Tepoztlán es el segundo municipio con más establecimientos para el alojamiento (89) 16,7% del total estatal, así como el segundo municipio con mayor número de servicios de guías turísticos: 21 (28,3% del total estatal), después de la capital Cuernavaca. La Zona Arqueológica El Tepozteco es la más visitada del estado: 301.716 visitantes (65,3% del total estatal), lo cual deja ver la importancia que tiene este sitio para la visitación en el contexto regional y de la entidad. Asimismo, cuenta con 106 establecimientos de alimentos y bebidas con categoría turística (4,55% del total estatal); y con 57 tiendas de artesanías (12,3% del total estatal) (INEGI, 2017).

Por otra parte, se hizo una revisión del número de visitantes, para lo que se tomaron los datos del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), que contabiliza las entradas al Exconvento de la Natividad y a la Zona Arqueológica El Tepozteco; esto debido a las dificultades metodológicas que encierra la contabilización del total del número de visitantes a un destino turístico. Dichos datos sólo registran los visitantes que ingresan a los sitios

mencionados. Sin embargo, muestran la tendencia al crecimiento continuo que ha experimentado este destino, el cual evidencia los procesos de masificación turística en los últimos años (Ver Gráfico 1) (INAH, 2021).

Gráfico 1: Número de visitantes al Exconvento de la Natividad y a la Zona Arqueológica El Tepozteco



Fuente: Elaboración propia, Salas C., con base en INAH (2021)

Asimismo, para elevar el número de turistas y la calidad del destino turístico, la Secretaría de Turismo y Cultura impartió una capacitación en materia de cultura turística y calidad en el servicio a hoteleros, restauranteros, artesanos y comerciantes del Pueblo Mágico de Tepoztlán. Se realizaron jornadas de profesionalización en el municipio y contó con la asistencia de 40 integrantes del ramo. El curso fue impartido por María del Pilar Mijares y Monserrat Maldonado, integrantes de la Dirección General de Competitividad Turística (Gobierno de Morelos, 2021).

Con base en lo anterior, se observa que el sector terciario y en particular el turismo es una de las actividades con mayor crecimiento. Los datos revelan que esta actividad ha pasado a convertirse en la actividad económica principal de Tepoztlán, desplazando a las actividades tradicionales. Es importante mencionar que la turistificación se manifiesta en el incremento del número de turistas, en el crecimiento no planificado de negocios

relacionados con este sector y el consecuente desplazamiento de otras actividades. Así, su crecimiento y saturación en los días de mayor afluencia (fines de semana y días feriados), ha generado una baja satisfacción para los visitantes, impactos negativos sobre el medio ambiente y conflictos en la población local.

Tepoztlán: de la fase inicial del turismo a la turistificación

Buscar el origen del turismo en Tepoztlán presenta dificultades, ya que no existen referencias precisas del inicio de esta actividad. Ciertas investigaciones consideran que en un principio el turismo fue motivado por los trabajos de Redfield, Chase y Lewis (Ruíz y Alvarado, 2017, Velázquez y Balslev, 2021). Redfield visitó esta comunidad a finales del segundo decenio del siglo XX y publicó en 1930 “Tepoztlán, a mexican village: a study of folk life”, en donde Tepoztlán era el ejemplo ideal de una sociedad campesina. Otro hecho fue la visita de Stuart Chase, que publicó en 1931 el libro “Mexico: a study of two Americas”, donde comparaba Tepoztlán con una comunidad norteamericana. En 1943 Oscar Lewis describió una comunidad con importantes conflictos y consideraba a Tepoztlán una sociedad heterogénea caracterizada por sus problemas de integración (Velázquez y Balslev, 2021).

Dichos estudios favorecieron la construcción de Tepoztlán como una comunidad pintoresca, y a finales de la década de los cincuenta ya residía un grupo de inmigrantes en Tepoztlán (Lara, 2013; Velázquez y Balslev, 2021). La población foránea no solo estaba compuesta por extranjeros, sino por una cantidad de personas y turistas de segunda residencia de la Ciudad de México, que se caracterizaban por desarrollar actividades relacionadas con la cultura o la investigación. La presencia de estos grupos es una clave fundamental en la elaboración de Tepoztlán como destino turístico y en la configuración de los grupos de la política y del turismo. (Valenzuela, 2017; Velázquez y Balslev, 2021). Esta fase, siguiendo el modelo de Butler se puede asociar con la de descubrimiento.

Otro hecho importante en el desarrollo del turismo es el que diversas personas reportaron la presencia de “ovnis” ubicados sobre el Cerro de la Luz. Esta condición comenzó a ser retomada por segmentos del mercado turístico que, desde los setenta mezclaban prácticas de yoga y meditación con elementos de las culturas prehispánicas. Así, Tepoztlán fue apuntalándose como un lugar de encuentro para estas creencias ligadas con la espiritualidad y lo paranormal, lo que generó un nuevo sector de negocios y visitantes (Velázquez y Balslev, 2021). Este momento presenta las características de la fase de implicación, que es cuando comienzan a consolidarse los flujos de visitantes y se empiezan a desarrollar infraestructuras ad hoc para los diversos segmentos del mercado turístico en Tepoztlán, y los gobiernos locales y empresarios foráneos comenzaron a invertir para diversificar la oferta, siguiendo las tendencias que la demanda buscaba en este lugar.

De acuerdo con las pautas de Butler (1980), la inclusión de Tepoztlán a la lista de PM presenta las características de la fase de desarrollo. En el año 2001 se implementa el PPM como una estrategia para el desarrollo, que incidiría en el mejoramiento de la economía de localidades con menos de 20.000 habitantes, a través de involucrar a los pobladores en el turismo, y con ello mejorar las formas de vida de la población. Para esto, los asentamientos deberían contar con atributos simbólicos, hechos trascendentales y nombrar un Comité Pueblo Mágico (CPM), para dar el monitoreo y seguimiento de las acciones realizadas (Fernández, 2016; Ruiz y Alvarado, 2017; SECTUR, 2014). La inserción de las localidades al PPM está relacionada con los intereses de las clases dominantes, que buscan el nombramiento para aprovechar el uso turístico. En este proceso, empresarios, instituciones y las elites locales desempeñan un papel importante, al patrimonializar los elementos que consideran relevantes de los pueblos para ofrecerlos como elemento mercantizable al turismo (Hernández, 2009; Lara, 2013).

En 2002, Tepoztlán fue la primera localidad en recibir este nombramiento en el estado de Morelos. Tal promoción, ha incentivado el crecimiento de esta actividad de manera desordenada y no planificada, así como una escenificación de los valores culturales, lo que se observa en la venta de productos y artesanías provenientes del extranjero, sobre todo de India y China, lo que en 2009 provocó que le retiraran el nombramiento PM por el exceso de productos extranjeros (Alvarado, 2015; Ruiz y Alvarado, 2017). Dicha circunstancia motivó al replanteamiento de la promoción y la oferta turística para recuperar el nombramiento para el año siguiente.

En este sentido, de acuerdo con un estudio realizado por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos (2013), un dato que mostraba la pérdida de competitividad derivado de la turistificación, fue el índice de satisfacción del turista, el cual fue de 8,14, donde los indicadores imagen y limpieza urbana fueron los que recibieron las evaluaciones más bajas. Esto se debía a la saturación, sobre todo en fines de semana, y a que no había una planificación del comercio semifijo dedicado a la venta de artesanías, alimentos y bebidas alcohólicas que ocupaba las calles y dificultaba el tránsito peatonal y vehicular. Tal circunstancia ha generado una desventaja, ya que, en 2011, Tlayacapan, un poblado del municipio contiguo recibió el nombramiento de PM, y algunos visitantes arguyen que es una mejor alternativa al no presentar las problemáticas que se dan en Tepoztlán.

Para el 2014 se realizó un estudio por parte de la SECTUR, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), la Escuela de Turismo de la Universidad Anáhuac México Norte y el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR). El objetivo consistía en evaluar el desempeño del destino turístico. En este estudio se observó que no se había conseguido mejorar la cualificación de los pobladores locales para dedicarse a las actividades turísticas, y que los ingresos para la población local empleada en este rubro eran muy bajos (Ruiz y Alvarado, 2017).

En 2018 se llevó a cabo un encuentro de la Secretaría de Turismo y Cultura de Morelos con autoridades electas y prestadores de servicios turísticos de

la localidad, para definir el Plan de Acción del Sector Turístico en Tepoztlán, en el que se solicitó atender la problemática de la actividad, y volver a posicionar los atractivos, servicios y actividades de la región a través de la diversificación de la oferta y la reactivación de los imaginarios. Su interés principal radicaba en aumentar la afluencia de visitantes, así como la estadía (Gobierno de Morelos, 2018), ya que, desde 2013 se observó, que el 88% de los visitantes entraban en la categoría de excursionistas y el 12% dentro de los turistas, con una estadía promedio de 1,1 noche y una ocupación de 38,86%, lo que se pretendía ampliar para generar un mayor derrame económica. Sin embargo, a dicha reunión acudieron representantes de la Asociación de Hoteles de Tepoztlán, el presidente electo de Tepoztlán; la presidenta de la Asociación de Posadas de Tepoztlán y el miembro de Tesoros de Morelos, y no se encontraban presentes representantes de la sociedad civil, indígenas, campesinos, comuneros y/o ejidatarios, lo cual evidencia que la actividad y la construcción de los imaginarios es gestionada desde fuera y desde determinados actores, lo que se manifiesta en el estancamiento y el poco nivel de éxito en materia de desarrollo local que ha tenido el Programa.

Conflictos socioambientales generados por la turistificación: obstáculos y retos en el desarrollo de una gobernanza turística

De acuerdo con Butler (1980), es en la fase de saturación que en Tepoztlán presenta las características de la turistificación, cuando las autoridades, empresarios y/o sociedad civil comienzan a tomar acciones para mitigar los efectos negativos y para reposicionar el destino en el mercado turístico. Desde el discurso institucional y empresarial, se ha visto como un paso crítico la necesidad de diversificar la oferta, elevar la afluencia turística e involucrar a mayores sectores de la sociedad en esta actividad para incentivar el desarrollo local. En el discurso, el PPM pretende ser incluyente, democrático, respetuoso, mejorar la calidad de vida mediante el desarrollo con la participación de los sectores público, privado y social, que permita enmendar

el tejido comunitario y actuar como un mecanismo para la conservación de usos, costumbres, territorios, biodiversidad identidad, cultura, lengua y legado de los pueblos (SECTUR, 2016). Dicha propuesta, como lo mencionan Madrid (2014) y Pulido-Fernández (2014), se enmarca en las características de una gobernanza. Sin embargo, existen una serie de factores que no han permitido la interacción entre los diferentes actores de la sociedad, lo que no ha favorecido un escenario propicio para que se lleve a cabo una gobernanza efectiva.

Tepoztlán aun preserva una marcada tradición indígena, que se expresa en determinadas esferas que regulan la vida comunitaria, y pervive una lógica cultural que apunta a una cosmovisión particular, con relaciones de producción, distribución y consumo distintas de la lógica capitalista (Quiroz, 2015). Esta comunidad tiene una historia de luchas por la defensa territorial y cultural, la cual tuvo su punto álgido y de mayor visibilidad en 1995 con el movimiento frente al Club de Golf. A partir de este acontecimiento, las comunidades comenzaron a tomar conciencia del papel que desempeña la organización comunitaria como medio de defensa y empoderamiento del territorio y los recursos naturales, sin embargo, la movilización social sólo se visibiliza en momentos críticos que implican la pérdida de su patrimonio (Salazar, 2014). Esto se debe, en parte, a la división y a la pérdida de los lazos interpersonales derivados de los conflictos de intereses ocasionados por el negocio turístico, inmobiliario y por la presencia de actores interesados ya sea gubernamentales o miembros del CPM.

El turismo en Tepoztlán ha originado una serie de efectos, los cuales pueden agruparse de este modo: los ligados al deterioro de los recursos naturales del PNT; a la eclosión acelerada de los negocios turísticos y la afluencia masiva de visitantes; a la pérdida de los lazos comunitarios y los espacios de socialización local y, finalmente, a los conflictos de intereses entre actores institucionales, empresarios, avecindados y población originaria en torno al turismo y el negocio inmobiliario. Así, el turismo ha significado, por una parte, beneficios económicos para determinados actores, sobre todo a los

ligados con esta actividad. Por otra parte, se han externalizado los efectos negativos, lo cual ha generado conflictos en la localidad, los cuales, no han podido resolverse debido a las diferentes visiones, posturas e intereses presentes.

El PNT atraviesa diversas problemáticas, como la generación de basura, lo que se debe en gran medida a la presencia de los visitantes, pues estos generaron 1,65 kg por persona de basura al día, en tanto que los locales solamente 0,91 kg/día, tal circunstancia representa una problemática para el municipio y su capacidad para la eliminación de desechos (Universidad Autónoma del Estado de Morelos, 2013). Otros problemas son el agotamiento de la fertilidad de la tierra; la tala inmoderada y los incendios causados por negligencia de los turistas y campistas, lo que ha conducido a la deforestación; la planeación errónea de la reforestación al introducir vegetación que no es nativa; la cacería furtiva y la venta ilegal de tierra de monte y roca volcánica. Actualmente no existen permisos para realizar actividades turísticas en los cerros, ya que derivado del daño que presenta el ecosistema, las autoridades y las organizaciones enfocadas en el cuidado de los cerros han decidido declararlos en veda, e iniciar un proceso de reforestación.

Los pobladores locales arguyen que existen guías turísticos foráneos, que conducen grupos de visitantes por los corredores de los cerros, que utilizan los recursos locales para el beneficio de actores externos, además de que no cuentan con los permisos de los comuneros (Lara, 2013). Asimismo, consideran que la masificación merma la calidad de los recursos naturales, de los cerros y que hay una competencia por el uso del agua, la cual es utilizada para las albercas y el regadío de jardines de hoteles y segundas residencias, recurso que durante la temporada seca (noviembre a mayo) escasea en la región. En este sentido, es de destacar que las casas en alquiler con albercas o jardines para eventos se han mantenido en crecimiento. En la plataforma AirBnB (2021), se registraron en Tepoztlán y en los pueblos que

conforman el PNT, 144 casas de las cuales 88 contaban con albercas, que por lo general se rentan los fines de semana y en días festivos, además de que las que cuentan con amplio jardín son utilizadas para eventos sociales y celebraciones. Estos turistas generalmente no consumen productos locales, ya que llevan los artículos que usarán durante el viaje.

Por otra parte, existe un amplio segmento de turistas y visitantes que asisten al poblado a consumir bebidas alcohólicas, situación que ha generado molestias a los habitantes, por el ruido y la mala imagen que dan a la localidad. Dichas situaciones, han generado descontentos por parte de los locales afectados, por lo que se han manifestado en contra del turismo masivo.

El argumento central de las autoridades para la introducción del PPM en Tepoztlán, ha sido que el turismo funciona como motor de desarrollo económico local, y como una herramienta para mitigar el rezago social. Sin embargo, en los hechos el nombramiento de Tepoztlán PM desde 2002, no ha cambiado las condiciones de vida de los pobladores locales, puesto que a nivel municipal ha crecido el índice de marginación, y a pesar de mantenerse en grado bajo ha ido en aumento, ya que en el año 2005 se encontraba en el lugar 25 de 33 municipios, en el 2010 en el puesto 22 y en el 2015 en el 15 (CONAPO, 2021).

En este sentido, los actores que se encuentran al margen de la actividad consideran que el turismo es un mecanismo de penetración para despojarlos de su patrimonio y de los recursos naturales. Consideran que dicho nombramiento ha tenido un impacto negativo, ya que supone una forma de privatizar espacios con valor social mediante la canalización de recursos públicos para beneficios privados. Por ejemplo, en el primer cuadro de la localidad se encuentran algunas fachadas de adobe recubiertas con cemento y pintadas de los colores que determina el programa. Dicha imagen ha ocasionado entre los pobladores originarios un rechazo, ya que se han perdido sus símbolos de identidad vernácula con estas transformaciones (Alvarado, 2015). Otro ejemplo son los comerciantes, descontentos porque

han sido limitados para establecer sus puestos en las calles centrales, y se tiene la intención de relocalizar y organizar el comercio semifijo, ya que el Programa arguye que es necesario mantener determinada imagen urbana de los PM (Lara, 2013; SECTUR, 2014).

Un elemento que ha resultado disruptivo es el nombramiento del CPM, Valle Sagrado. De acuerdo con Ruíz y Alvarado (2017), algunos pobladores refieren que el CPM está formado por avecindados, empresarios y personas foráneas, razón por la cual no hay una implicación en el desarrollo de la localidad. El CPM se conforma por uno o más representantes de los restauranteros, hoteleros, comerciantes establecidos, artesanos, de las agencias de viajes, de los líderes de opinión, de las comunidades indígenas, un representante de la Dependencia Estatal de Turismo y uno de la Autoridad Municipal (SECTUR, 2014), a lo que los locales arguyen que no hay representatividad. En este sentido, dicho nombramiento y la presencia del CPM, han generado problemas derivados por el control de la tierra y el poder político. Los grupos de poder establecen una relación entre la lucha por la tierra y su utilización, ya sea para las actividades primarias, la venta de terrenos o para el turismo.

De este modo, la población local mira con desconfianza al CPM, ya que consideran que este órgano no ha cumplido con su labor como el interlocutor entre el gobierno y la población; ni como instancia de consulta, análisis y propuesta de los proyectos turísticos (Lara, 2013; Ruiz y Alvarado, 2017). Además, se identifica que existe un desconocimiento generalizado sobre cómo se llevó a cabo el proceso para la conformación del CPM. En este sentido, existe desconfianza por parte de la población local, y existen varios factores que ponen en duda la vigencia del CPM, entre los que se identifican: la no representatividad; el desconocimiento de los integrantes respecto al papel que deben desempeñar; la vinculación poco eficiente de los integrantes del CPM con la sociedad civil. Lo anterior ha derivado en que la población tiene una mala imagen del comité, sobre todo porque “no se perciben los trabajos y avances logrados en beneficio de la comunidad y los

integrantes del Comité se han beneficiado con el presupuesto para el pueblo del Gobierno Federal” (Entrevista Integrante del Frente Juvenil en Defensa de Tepoztlán).

Otro aspecto que resulta contradictorio, porque ha generado divisiones y grupos de interés, es la compraventa de terrenos, la cual ya se encuentra reconocida y asimilada dentro del ámbito de las decisiones comunitarias, de acuerdo con un marco normativo local y avalada por la asamblea de comuneros. En algunas de las localidades de Tepoztlán, la compraventa es incluso una forma de vida, en tanto la imposibilidad de sus habitantes para incorporarse plenamente a las actividades turísticas (Vargas y López, 2017). Los pobladores originarios exigen el manejo de los recursos naturales, lo que conlleva una multiplicidad de discursos. Sin embargo, esta población ha vendido parte de la tierra a los avecindados y foráneos para sus casas, hoteles y centros ecoturísticos. En este sentido, bajo diferentes discursos se moldea el uso de la tierra según determinadas necesidades e intereses (Lara, 2013; Valenzuela, 2017; Salazar, 2014). De este modo, detrás de cada discurso hay determinados intereses que dependen de los beneficios que pueden aportar. Así, la presencia de actores que dictan las pautas del uso de la tierra, reestructura las desigualdades socioeconómicas y genera conflictos por la posesión de este recurso, además de que a la población local le resulta difícil entender la complejidad del sector turístico y como insertarse en él, lo que impide el control sobre éste, la toma de decisiones y genera atomización en las comunidades (Gascón, 2013; Pérez, 2012; Terry, 2017).

En paralelo, algunos empresarios hoteleros foráneos tratan de ampliar la oferta con la construcción de más hoteles, argumentando elevar la calidad de los servicios e incentivar el turismo (Valenzuela, 2017). Esto ha generado un rechazo por parte de los pobladores locales, ya que esto significa usufructuar sus tierras para beneficio externo. Los hoteles que se construyen con más frecuencia son de inversionistas foráneos, que aprovechan el supuesto misticismo y la magia para ofrecer al turista una experiencia combinación de tradición y lujo. De este modo, se han vendido terrenos en

la periferia y en pueblos como Amatlán, Ocotitlán, Santiago y San Juan, para hoteles que ofrecen un turismo de salud y belleza centrado en spas y resorts (Lara, 2013; Ruíz y Alvarado, 2017).

Derivado de los impactos negativos y los conflictos de interés suscitados por el turismo, la comunidad ha decidido organizarse de manera independiente, al margen de las autoridades municipales, pues consideran que dicha instancia no tiene credibilidad y no está interesada en el desarrollo integral de la comunidad. Actualmente, las organizaciones Frente en Defensa de Tepoztlán y Frente Juvenil en Defensa de Tepoztlán, formadas por comuneros, ejidatarios, vecinos, jóvenes y activistas, son las que han tenido mayor visibilidad en la localidad. Sus modos de hacerse visible son a través de la internet, las redes sociales virtuales y a través de manifestaciones y plantones. Destaca la movilización organizada por estos colectivos en contra de la ampliación de la autopista “La Pera-Cuautla”, a la que perciben como la continuación del proyecto Club de Golf, ya que arguyen que representa la llegada de un mayor número de turistas y de capitales foráneos interesados en la construcción de complejos turísticos. Manifiestan una percepción crítica ante la penetración del turismo, que ha erosionado su organización y sus lazos interpersonales, pues ha supuesto conflictos de intereses y divisiones, así como la introducción de una visión empresarial capitalista, “ya hay mucha apatía y división entre los jóvenes, obviamente los más interesados en el turismo son los que se benefician, como los hoteleros y restauranteros” (Entrevista con habitante de Tepoztlán).

De este modo, las condiciones necesarias tales como confianza, representatividad, horizontalidad, transparencia y participación ciudadana, para que se lleve a cabo una gobernanza no se presentan en Tepoztlán. Priman los conflictos de intereses en torno al manejo del turismo y la desconfianza generalizada entre la población local. Actualmente el ambiente presenta tensiones en lo que se refiere al turismo, ya que los sectores excluidos y que sólo han recibido perjuicios, perciben una actividad

irresponsable ambiental y socialmente, con itinerarios preestablecidos impuestos desde el exterior, dirigida a un mercado que no aprecia los valores naturales y culturales del lugar y se focaliza en los restaurantes, bares y el consumo de alcohol “ya estamos cansados de el consumo de alcohol en la calle, el ruido y la basura que generan los turistas que vienen a tomar al pueblo (Entrevista con Integrante del Frente Juvenil en Defensa de Tepoztlán). Así, la población se muestra reacia ante el crecimiento de esta actividad, pues consideran un despojo material, en tanto los espacios de socialización y recursos naturales, como inmaterial en lo referente a su cultura.

Si bien, la población originaria comprende y asimila la introducción del turismo como un proceso del cual se pueden obtener beneficios, el modo en el que se ha manejado el PPM “antes, hasta los noventa creo que el turismo era bien visto por nosotros, pero desde la entrada del Programa el turismo masivo solo ha traído problemas” (Entrevista con habitante de Tepoztlán). De acuerdo con su percepción, solo beneficia a una elite, además de que las instituciones mexicanas carecen de credibilidad, al estar presente la corrupción y falta de transparencia en la rendición de cuentas. De ahí la poca aceptación al PPM y al modo en el que se ha desarrollado el turismo. Es en este sentido, donde el Programa encuentra sus principales debilidades.

Conclusiones

En virtud de lo estudiado, se puede sostener que el crecimiento no planificado de las actividades turísticas ha conducido a una turistificación, lo que ha generado impactos negativos en el PNT, tanto en el medio ambiente como descontentos en la población. Tepoztlán posee un importante arraigo a la tierra y tiene una tradición de movilizaciones en defensa del territorio, lo que explica que los pobladores locales al detectar actividades que ponen el riesgo su patrimonio natural y cultural se organicen y manifiesten en contra. En este sentido, los pobladores locales que han sido excluidos y/o afectados

del turismo, expresan su rechazo al turismo masivo tal y como se ha dado, sobre todo a raíz del nombramiento como PM.

Por su parte, las autoridades locales, empresarios y actores ligados al turismo al encontrar el destino en una fase de estancamiento, han considerado necesario la diversificación de la oferta, la ampliación a nuevos mercados, la generación de una mayor afluencia de visitantes, así como la mitigación de los efectos negativos, con el objetivo de recuperar la competitividad. Para ello plantearon la necesidad de incluir a mayores sectores de la población local en esta actividad, de manera democrática y participativa, lo que en el discurso apunta a un proceso de gobernanza, así como jornadas de profesionalización por parte de la Secretaría de Cultura y Turismo, orientadas a los prestadores de servicios turísticos. Sin embargo, existe un escenario de desconfianza, falta de credibilidad y representatividad en la comunidad. Horizontalidad, manejo interno, autogestión, empoderamiento de los recursos naturales y la toma de decisiones, así como la recuperación de la confianza, entre la población, las autoridades, empresarios y el CPM son piezas fundamentales para la generación de una gobernanza turística en este espacio.

De este modo, si bien quedan enunciadas en este trabajo las condiciones sociales que han dificultado un proceso de gobernanza turística efectivo, es necesario abundar sobre la posición de cada uno de los actores de la población en desacuerdo, tanto de los excluidos del turismo, como comuneros, ejidatarios y algunos vecindados, ya que, a pesar de que en lo general se presentan como un grupo homogéneo en contra de la turistificación de la localidad, hay una diversidad de intereses que al interior del grupo no han permitido su amalgamamiento y con ello fungir como una fuerza protagónica que pueda direccionar la orientación del turismo en el PNT.

Bibliografía y referencias

Airbnb (2021). Alojamientos en Tepoztlán. Recuperado de: <https://www.airbnb.mx/tepoztlan-mexico/stays>

Alvarado, C. (2015). Conservación del patrimonio cultural en el Pueblo Mágico de Tepoztlán, Morelos (2001-2012). *Territorios*, 32, p. 15-33. <https://dx.doi.org/10.12804/territ32.2015.01>

Avilés, K. (2009). Retos y paradojas de la reivindicación nahua en Santa Catarina, Tepoztlán, Morelos. Tesis de doctorado en Antropología, CIESAS, México. Recuperado de: https://www.academia.edu/7614986/Retos_y_paradojas_de_la_reivindicaci%C3%B3n_nahua_en_Santa_Catarina_Tepoztl%C3%A1n_Morelos

Ayuntamiento de Tepoztlán (2021). Portal de Transparencia. Recuperado de: <http://www.transparenciamorelos.mx/oes/Tepoztlan>

Barrero, M. y Jover, J. (2021). Paisajes de la turistificación: una aproximación metodológica a través del caso de Sevilla. En *Cuadernos Geográficos*, 60(1), p. 13-34. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v60i1.13599>

Butler, R. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*, 24 (1), p. 5-12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>

Butler, R. (1996). The Concept of Carrying Capacity for Tourism Destinations: Dead or Merely buried. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 2 (3-4), p. 283-293. <https://doi.org/10.1002/pt.6070020309>

Butler, R. (2001). The Resort Cycle Two Decades On. En Faulkner, B.; Moscardo, G. y Laws, E. (Eds.) *Tourism in the 21st Century. Lessons from Experience*. (pp. 284-289). Chichester: John Wiley & Sons.

Calle Vaquero, M. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83 (2829), p. 1–40. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2829>

Chetty, S. (1996). The case study method for research in small- and médium – sized firms. *International small business journal*, 15 (1), 73.

CONAPO (2021). Índice de marginación. Recuperado de: http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Datos_Abiertos_del_Indice_de_Marginacion

Dahrendorf, R. (1993). *El conflicto social moderno*. Editorial Mondadori. Madrid.

De Orbe, L. (2021). Procesos de subjetivación política de las y los integrantes del Frente Juvenil en Defensa de Tepoztlán. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales. Universidad Autónoma Del Estado De Morelos. Recuperado de: <http://riaa.uaem.mx/xmlui/handle/20.500.12055/1646>.

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*, Año XIX, 17 (1), p. 19–34. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/342343301_El_modelo_de_ciclo_de_vida_de_los_destinos_turisticos_vigencia_criticas_y_adaptaciones_al_modelo_Butler

Duran, C. (2013). Governance for the tourism sector and its measurement. UNWTO. Statistics and TSA. Issue Paper Series. STSA/IP/2013/01. <https://doi.org/10.18111/9789284415632>

Fernández, A. (2016) Una revisión del Programa Pueblos Mágicos. *Cultur*, 10 (01). Recuperado de: <http://periodicos.uesc.br/>

Ferrari, V. (1989). *Funciones del derecho*. Editorial Debate. (Colección universitaria).

García, B., Reinares, E. Y Armelini, G. (2013). Ciclo de vida de los destinos turísticos y estrategias de comunicación: los casos de España y Chile. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch ESIC*, 7, p. 76 - 93. DOI: 10.7263/ADR.004.01.5

Gascón, J. (2013). The limitations of community-based tourism as an instrument of development cooperation: the value of the Social Vocation of the Territory concept. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(5), p. 716-731. Doi:10.1080/09669582.2012.721786

Gil, J. y Sequera, J. (2018). Expansión de la ciudad turística y nuevas resistencias. El caso de Airbnb en Madrid. *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 41, p. 15–32. Doi: <https://doi.org/10.5944/empiria.41.2018.22602>

Gobierno de Morelos (04 de diciembre 2018). Definen plan de acción del sector turístico en Tepoztlán. Morelos. Recuperado de: <https://morelos.gob.mx/?q=prensa/nota/definen-plan-de-accion-del-sector-turistico-en-tepoztlan>

Gobierno de Morelos (22 de noviembre 2021). Capacita STyC a prestadores de servicios turísticos de Tepoztlán. Morelos. Recuperado de: <https://morelos.gob.mx/?q=prensa/nota/capacita-styc-prestadores-de-servicios-turisticos-de-tepoztlan>

Hernández, J. (2009) Tequila: centro mágico, pueblo tradicional. ¿Patrimonialización o privatización? *Adamos*, 6 (12), p. 41-67. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632009000300003

Hydén, G. (1999) Governance and the Reconstitution of Political Order. En Joseph, R. (Ed.). *State, Conflict, and Democracy in Africa*. (pp. 179-196). Boulder, Londres: Lynne Rienner.

INEGI (2021a). Cuéntame. Información por entidad: Morelos. Territorio. Recuperado de http://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/mor/territorio/div_municipal.aspx?tema=me&e=17

INEGI (2021b). API del DENUÉ. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/servicios/api_denue.html

Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) (2021). Estadística de visitantes. Recuperado de: <https://www.estadisticas.inah.gob.mx/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2017). *Anuario estadístico y geográfico de Morelos 2017*. INEGI, México.

Klijn, E. (2010) Trust in governance networks: looking for conditions for innovative solutions and outcomes. En Osborne, S. (Ed.). *The New Public Governance? Emerging perspectives on the theory and practice of public governance*. (pp. 303-321). Oxon: Routledge.

Lara, A. (2013). *Lo trágico de lo mágico: el turismo y el patrimonio cultural en el Pueblo Mágico de Tepoztlán*. Tesis de licenciatura. Departamento de Antropología, Universidad de las Américas-Puebla.

Lomnitz, C. (1982). *Evolución de una sociedad rural*. Fondo de Cultura Económica, México.

López, G. y Palomino, B. (2012). Políticas públicas para el desarrollo integral. El caso del turismo alternativo en los Pueblos Mancomunados de Oaxaca. En López, A., López, G., Andrade, E., Chavez, R. y Espinoza, R. (Coords.) *Lo global y el turismo*. (pp. 237-253). Academia Mexicana de Investigación Turística A.C. México.

López, V. (2011) La reorientación del ciclo de vida del área turística. El caso de Bahías de Huatulco, Oaxaca (México). En *Investigaciones Turísticas*, 1, p. 107-121. <https://doi.org/10.14198/INTURI2011.1.07>

Madrid, F. (2014). *Gobernanza turística= destinos exitosos: el caso de los pueblos mágicos de México*. Universidad Anáhuac México Norte, Facultad de Turismo.

Manríquez, N. (2018). Factores determinantes de la gobernanza del sector pesquero en la Reserva de la Biosfera Bahía de los Angeles 2007-2017. Tesis de maestría. El Colegio de la Frontera Norte. Recuperado de: <https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2019/02/TESIS-Manriquez-Bello-Nallely.pdf>

Modonesi, M. (2010). *Subalternidad, antagonismo, autonomía: Marxismo y subjetivación política*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales - CLACSO; Prometeo Libros. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/coedicion/perspectivas/modonesi.pdf>

Navarro, M. y Pineda, E. (2009). Luchas socioambientales en América Latina y México. *Nuevas subjetividades y radicalidades en movimiento*. Bajo el Volcán, 8(14), p. 81–104. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/286/28620136003.pdf>

ONU: Consejo de Derechos Humanos (4 de febrero 2002). Informe del Relator Especial sobre la situación de los derechos humanos y las libertades fundamentales de los indígenas, Sr. Rodolfo Stavenhagen. E/CN.4/2002/97. Disponible en: <https://www.refworld.org/es/docid/5d7fc2aa10.html>

Organización Mundial de Turismo (OMT) (2010). Proyecto de gobernanza para el sector turismo. Informe Ejecutivo. Estadísticas y Cuentas Satélite de Turismo, OMT. Madrid. Recuperado de; <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV1506/semana1/obligatorio/Proyectorgobernanzaparaelsectorturismo.pdf>

Palomino, B., Gasca, J. y López, G (2016). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable*, 30, p. 6 -37. Universidad Autónoma del Estado de México. Recuperado de: <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/4895>

Paz, M. (2017). Luchas en defensa del territorio. Reflexiones desde los conflictos socioambientales en México. *Acta Sociológica*, 73, p. 197–219. Recuperado de: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0186602817300543?token=97F850CFFB453FD801CFCA52CE1199D872F5462DD11FF76DFD8C73A43039472E975114A0441D38DFA9E1DB3A8BD13132>

Pérez, B. (2012). Retóricas de turismo y desarrollo en los Andes. La red de Turismo Rural Comunitario Pacha Paqareq, Perú. En Asensio, R. H. y Pérez Galán, B. (Eds.), *¿El turismo es cosa de pobres? Patrimonio cultural, pueblos indígenas y nuevas formas de turismo en América Latina*, (pp. 171-200). Pasos. Recuperado de: <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEedita8.pdf>

Pérez, C. (2011). *Identidad y cultura política en Tepoztlán*. Arkan Ediciones.

Pierre, J. y Peters, B. (2000) *Governance, Politics and the State*. Houndmills: Political Analysis (2° ed.).

- Pulido-Fernández, M. (2014) ¿Existe gobernanza en la actual gestión de los destinos turísticos? Estudio de casos. En PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 12 (4), p. 685-705. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2014.12.050>
- Quero, M. (2002) Una periferia que puede ser centro: sociedad civil y gobernabilidad en Tepoztlán. En Bettina, L. (Comp.) Crisis y conflicto en el capitalismo latinoamericano: Lecturas políticas. Buenos Aires: CLACSO.
- Quiroz, L. (2015) Tepoztlán, Morelos. Conformación socioespacial de un pueblo en resistencia. En López, L.; Valverde, C.; Fernández, A. y Figueroa, M. Pueblos mágicos. Una visión interdisciplinaria. Vol. 1, 87-106. UAM. Recuperado de: <https://es.scribd.com/documento/430954765/Libro-Pueblos-Magicos-vol-I-Tepoztlan-Laura-Quiroz-pdf>
- Ramírez, M., Rivas, E. y Cardona, C. (2019) El estudio de caso como estrategia metodológica. En Espacios, 40 (23), 30. Recuperado de; <http://www.revistaespacios.com/a19v40n23/a19v40n23p30.pdf>
- Rhodes, R. (2000) Governance and Public Administration. En Pierre, J. (Ed.). Debating Governance. Authority, Steering, and Democracy, (pp. 54-90). Nueva York: Oxford University Press.
- Ruiz, C., y Alvarado, C. (2017). Los falsos escenarios turísticos y la reconfiguración del territorio en Tepoztlán, Morelos. El Periplo Sustentable, 33, p. 291 – 329. Recuperado de: <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/4859>
- Salas, C. y López, A. (2019). Efectos espaciales de la tematización cultural para la recreación y el turismo en los corredores culturales peatonales del Centro Histórico de la Ciudad de México. Investigaciones Geográficas, 98, p. 1-17. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://doi.org/10.14350/ig.59763>
- Salazar, A. (2014) Tepoztlán: movimiento etnopolítico y patrimonio cultural: una batalla victoriosa ante el poder global. Instituto de Investigaciones Antropológicas, UNAM.
- Sanmartín, J. (2019) Análisis del discurso, ideología y neologismos: turismofobia, turistización y turistificación en el punto de mira. Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación (CLAC), 78, p. 63-90. <https://doi.org/10.5209/clac.64372>
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) (2011). Acuerdo por el que se da a conocer el resumen del Programa de Manejo del Parque Nacional El Tepozteco. Diario Oficial de la Federación. México.
- Secretaría De Turismo (SECTUR), (2014). Lineamientos para la incorporación y permanencia al Programa Pueblos Mágicos. Diario Oficial. Disponible en: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/10/Nuevos-Lineamientos-Pueblos-Magicos.pdf&gws_rd=cr&ei=38ZZV4TeOJbwYQKE6pKADw
- SECTUR (01 de enero 2016) Programa Pueblos Mágicos. Secretaría de Turismo. Gobierno de México. Disponible en: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-pueblos-magicos>
- Sequera, J., Cabrerizo, C. y Bachiller, P. (2017). Mercado habitado: el mercado de Lavapiés en disputa. Una ciudad, muchos mundos. Madrid: Intermediae.

- Silva, G. (1996) La concepción sobre el crimen. Un punto de partida para la exploración teórica, Derecho público, filosofía y sociología jurídicas: perspectivas para el próximo milenio. Universidad Externado de Colombia y Consejo Superior de la Judicatura.
- Stake, R. (1994). Case studies. En Denzwhytein, N. y Lincoln, Y. (Eds). Handbook of Qualitative Research. (pp. 236-245). Thousand Oaks, Sage Publications.
- Strobl, A. y Peters, M. (2013) Entrepreneurial Reputation in Destination Networks. Annals of Tourism Research, 40 (2), p. 59-82. Doi: 10.1016/j.annals.2012.08.005
- Svampa, M. (2012). Consenso de los commodities, giro ecoterritorial y pensamiento crítico en América Latina. Revista del Observatorio Social de América Latina (OSAL), CLACSO, XIII (32). Recuperado de: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/osal/20120927103642/OSAL32.pdf>
- Terry, C. (2017) Turismo Rural Comunitario: ¿una alternativa para las comunidades andinas? El caso del agro-ecoturismo del Parque de la Papa (Cusco, Perú). En Gascón, J. y Milano, C. (Coords.) El turismo en el mundo rural. ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas e indígenas? Tenerife y Barcelona. PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 18. Recuperado de: <http://www.pasosonline.org/es/colecciones/pasos-edita/145-numero-18-el-turismo-en-el-mundo-rural-ruina-o-consolidacion-de-las-sociedades-campesinas-in>
- Universidad Autónoma del Estado De Morelos (2013) Diagnóstico de Tepoztlán Pueblo Mágico, Morelos. Secretaría de Turismo.
- Valenzuela, A. (2017) La construcción de redes identitarias en Tepoztlán, México. Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía, 26 (2), p. 243-260. Doi: 10.15446/rcdg.v26n2.59161
- Vargas, S. y López, E. (2017) Lucha comunitaria y mercado de tierra en Tepoztlán, México. Eutopía, 11, p. 41-57. DOI: <http://dx.doi.org/10.17141/eutopia.11.2017.2658>
- Velázquez, M. y Balslev, H. (2021). Un análisis sociológico de las políticas de turismo en México. Tepoztlán, pueblo mágico. Dimensiones Turísticas, 5(8), p. 39-62. <https://doi.org/10.47557/GNXX6443>



La importancia del patrimonio arqueológico para el inicio del turismo en México. Un estudio de caso de Teotihuacán, del siglo XVI a 1930

The archaeological heritage importance to the tourism beginning in Mexico. Teotihuacán case study from the 16th century to 1930

 **Eréndira Muñoz Aréyzaga**

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
Universidad Autónoma del Estado de México
México, México
emunoz@uamex.mx

 **Gandhi González Guerrero**

Universidad Autónoma del Estado de México
México, México
emunoz@uamex.mx

 **Ruben Nieto Hernández**

Universidad Autónoma del Estado de México
México, México
rnietoh@uaemex.mx

 **María Eugenia Valdez Pérez**

Universidad Autónoma del Estado de México
México, México
mevaldezpe@uaemex.mx

RESUMEN

El objetivo del trabajo es comprender la relación del patrimonio arqueológico con el desarrollo del turismo y su institucionalización en México. Se parte de la premisa de que este patrimonio es uno de los primeros en convertirse en un recurso turístico susceptible de mercantilizarse, por lo que impulsó las acciones estatales para promover el turismo antes de que se masificara en México. Mediante el caso de Teotihuacán se identifican y analizan los procesos socioculturales para transformar un bien arqueológico en un atractivo turístico, ocurridos desde el siglo XVI hasta principios del siglo XX, y se utiliza el modelo de ciclo de vida de un destino turístico para periodizarlo y como fuentes la literatura de viajeros del siglo XIX, notas periodísticas e informes de trabajo de las instituciones encargadas de la gestión del patrimonio.

El estudio muestra que el uso del patrimonio arqueológico como representativo de la identidad nacional impactó en el desplazamiento de viajeros y turistas, pero el desarrollo del turismo y la construcción de la imagen del país como un destino turístico pleno de yacimientos arqueológicos está íntimamente relacionado con las preferencias de los turistas estadounidenses y los intereses económicos de ese país en México.

PALABRAS CLAVE: patrimonio arqueológico; historia del turismo, Teotihuacán.

ABSTRACT

The aim of this paper is to understand the relationship between archaeological heritage and the development of tourism in Mexico and its institutionalization. It is based on the premise that this heritage was one of the first that became a tourist resource to be commercialized, so it boosted government measures to promote tourism before it was massified in México. Through Teotihuacán case study, the sociocultural processes necessary to transform an archaeological asset into a tourist attraction which occurred from the 16th century to the beginning of the 20th are identified and analyzed. The life cycle model of a tourist destination is used to periodize it and 19th century travel literature, journalistic notes, and work reports of the institutions in charge of heritage management constitute the sources of information.

The study shows that using the archaeological heritage as a representation of the national identity had an impact on the movement of travelers and tourists. However, the development of tourism and the construction of the tourist image of the country as a destination full of archaeological sites is closely related to the preferences of American tourists and the economic interests of the country in Mexico.

KEYWORDS: archaeological heritage; tourism history; Teotihuacán.

Fecha recepción: 16 de septiembre de 2022

Fecha aprobación: 24 de noviembre de 2022

Introducción

México es un destino turístico importante, en 2021, después de las restricciones globales de viaje por la pandemia por COVID19, fue el segundo más visitado del mundo al recibir 32 millones de turistas internacionales (De la Rosa, 2022). El desarrollo del turismo responde a condiciones políticas, económicas, sociales y culturales globales y locales pero su base es el exotismo, entendido “como lo extraño, singular y por extensión como ‘extraño al observador’ (...), en el ámbito de lo público, donde el otro debe poder mirarse como ‘otro’ y así ‘nutrir un exotismo’” (Lacarrieu, 2016, p.119), construido a partir de determinados recursos culturales o naturales que conforman una oferta diferenciada y diversificada y una imagen como destino turístico que permite la práctica del turismo como un acto de consumo.

El patrimonio arqueológico es fundamental para construir el exotismo de México y su imagen turística. En 2019, las zonas arqueológicas mexicanas fueron visitadas por cerca de 16 millones de personas (INAH, 2020), posiblemente porque el pasado prehispánico se constituyó de forma temprana como un componente de la identidad del país y por ello los yacimientos arqueológicos en un interés para el turismo, y en ellos se centraron las primeras acciones gubernamentales para promover la visita de turistas antes de que el turismo se masificara en el país y existiera una dependencia gubernamental para promoverlo.

Para comprender la relación del patrimonio arqueológico con el desarrollo del turismo en México, el impacto en su institucionalización y en la conformación de su imagen como destino turístico, se revisará el caso de la

zona arqueológica de Teotihuacán, por ser la más visitada del país (INAH, 2020), su importancia histórica y cultural reconocida por la UNESCO al ser patrimonio de la humanidad y porque permite identificar y comprender el proceso socio histórico mediante el cual un bien cultural se construye como atractivo turístico y se posiciona en una incipiente red de servicios en un territorio, en el que ocurren las acciones entre el sistema de destino, que es el complejo sociocultural y territorial receptor, y el de origen (Navarro, 2015), compuesto por los viajeros y posteriormente por los incipientes turistas.

Este proceso, entendido como un indicador del desarrollo del turismo y de la mercantilización del patrimonio, comienza porque se construyen socialmente valores que lo hacen susceptible de ser visitado que justifican la intervención de actores públicos para facilitar su consumo, la consolidación de su uso turístico y las estrategias de los actores privados y sociales para promoverlo. Abarca tres etapas, la primera implica la constitución del patrimonio arqueológico como un bien representativo del exotismo del territorio y ocurre del siglo XVI al XVIII previo a la independencia del país, la segunda refiere a la conformación del patrimonio como recurso turístico y se desarrolla hasta la primera mitad del siglo XIX, y la tercera está condicionada por su transformación a atractivo turístico y ocurre durante el periodo conocido como Porfiriato, de 1876 a 1911 y hasta los primeros años de la posrevolución en 1930.

Planteamientos teóricos metodológicos

La transición del patrimonio arqueológico a un atractivo turístico puede analizarse mediante la noción de campo de Bourdieu y Wacquant (1992), que lo consideran una red de actores colocados en distintas posiciones de poder que luchan por un capital común, en este caso de la construcción simbólica de un territorio y su pasado, mediados por la práctica social del viaje y los distintos usos socioculturales económicos y políticos que adquirió en el tiempo.

Los actores pueden ser públicos o privados internos cuando provienen del sistema de destino o del territorio en cuestión, y externos cuando no pertenecen a él y son del sistema de origen y proceden de “entidades (...) que pueden afectar o son afectadas por las actividades turísticas (...) y que tienen la capacidad de influir en el destino e imprimir directrices sobre sus peculiaridades” (Morales y Hernández, 2011, p. 896). Y se agregan a los sociales, compuestos por los habitantes del territorio que lo significan mediante su experiencia de vivir en él y por los viajeros e incipientes turistas que interactúan con el espacio y lo significan por su consumo, orientando las acciones de los actores públicos y privados.

Las interrelaciones de estos actores se analizan desde dos dimensiones propuestas, la primera es discursiva conformada por los argumentos que justifican la construcción del patrimonio arqueológico como un componente del exotismo del país y posteriormente como un recurso y un atractivo turístico, que representan distintos momentos históricos de su mercantilización, y se asocia por lo menos con cuatro factores: 1) la construcción del nacionalismo hacia el interior del país y desde el Porfiriato hacia el exterior, porque responde a la necesidad estratégica de favorecer las relaciones internacionales y las inversiones, especialmente con los Estados Unidos; 2) la construcción del país como destino turístico; 3) el desarrollo de la arqueología; y 4) el desarrollo del turismo y su fundamentación incipiente como generador de riqueza.

La segunda dimensión propuesta es la de las acciones y son las estrategias de los actores para transformar el patrimonio arqueológico en el tipo de recurso correspondiente a los momentos históricos de su mercantilización y proveer las condiciones materiales y operativas que requiere el turismo para desenvolverse territorialmente. Se caracteriza en sentido estricto por el conjunto de acciones para divulgar e institucionalizar socialmente el patrimonio como objeto turístico y por las intervenciones para su consumo, y en sentido lato por las acciones necesarias para desarrollar la

infraestructura que requiere el turismo para establecerse y posicionar al patrimonio en una red de bienes y servicios que permiten que sea ofertado y consumido local y globalmente.

También se ocupará el modelo de ciclo de vida de un destino turístico de Butler (1980) porque considera el proceso mediante el cual un conjunto de bienes culturales o naturales se integran a una red de servicios y productos para satisfacer al turista, convirtiéndose y consolidándose como un producto mercantil inserto en un sistema, que implica la transformación de un bien arqueológico en un recurso y después en un atractivo turístico. Un recurso turístico es un bien que por sus cualidades o valores formales es relevante para su visita, por lo que tiene el valor funcional de ser visitado (Navarro, 2015), y un atractivo es aquel recurso que ya es intervenido para ser consumido e idealmente está inserto en un destino turístico “que engloba diversos atractivos turísticos e infraestructuras, formando un sistema” (Servicio Nacional de Turismo, 2016, p.12).

El modelo de Butler se compone de cinco fases determinadas por los cambios en el crecimiento de visitantes, el desarrollo de la infraestructura consecuente, los actores que participan y definen su gestión y la relación entre visitantes y locales, y son: exploración, implicación, desarrollo, consolidación y estancamiento, con la posibilidad de declive o rejuvenecimiento.

La fase de exploración se caracteriza por una incipiente infraestructura turística y la conformación de recursos turísticos, condicionada por la llegada de los primeros viajeros y la capacidad de atracción que observan en determinados bienes. La fase de implicación considera la participación de los actores públicos, privados o sociales para desarrollar el destino turístico, motivada por la llegada de los primeros visitantes (Sánchez, Vargas y Castillo, 2017) y consiste en la transformación de los recursos turísticos en atractivos, interviniéndolos para facilitar su consumo e inserción en una red de bienes y servicios, por lo que favorece el crecimiento paulatino de la infraestructura turística. En la fase de desarrollo el destino es reconocido, comienza la

masificación del turismo y surgen conflictos y problemáticas por la capacidad de carga, porque crecen de forma acelerada la infraestructura turística, la oferta y la demanda y disminuye el control local del turismo. En la fase de consolidación el destino alcanza niveles récord de demanda (Sánchez, Vargas y Castillo, 2017) pero puede decaer si no se toman acciones para rejuvenecerlo.

Las fases de exploración e implicación son las que se analizarán en este estudio pero se agrega otra que se propone denominar de exotismo que ocurriría previamente, porque Butler no considera, al no ser su objetivo, el proceso histórico mediante el cual se construyen los significados de unicidad y al mismo tiempo de alteridad de un elemento cultural que le dan sentido como un bien capaz de representar el exotismo de un territorio y justifican su posterior consideración como un recurso turístico.

Primero se revisan las crónicas de la conquista y literatura de corte científica, producida por los criollos, previo a la independencia del país, para entender la construcción de los significados de Teotihuacán como un bien cultural representativo del exotismo. Posteriormente se analizan relatos de viajeros ingleses y norteamericanos para comprender los significados del sitio arqueológico que se construyen o refuerzan mediante la práctica de la visita que lo afianzan como recurso turístico en México y en sus países de origen, a partir de su registro y difusión. Finalmente se analizan diarios mexicanos y norteamericanos e informes de las dependencias gubernamentales encargadas de la exploración y mantenimiento de los sitios arqueológicos hasta antes de la creación del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), actualmente encargado de ello, para comprender los discursos y acciones que fortalecieron al sitio como atractivo turístico y al país como destino.

La transición de Teotihuacán de bien cultural a atractivo turístico

Fase de exotismo

Los significados del patrimonio arqueológico necesarios para crear una imagen que después se usa con fines turísticos está mediada por la construcción del exotismo del territorio desde la mirada del otro, por lo que comienza con la dominación española y la paulatina apropiación del espacio que habitaban, por la necesidad de defender lo que los conquistadores y sus descendientes consideraban propio. La producción de significados básicamente guiada por los criollos se aceleró con la construcción de una idea imaginaria de nación que tuvo un uso político previo a la independencia de México y dependió de un cúmulo de conocimientos fundamentados en ideas escolásticas y después cartesianas, que permitieron la identificación de elementos unívocos del territorio y de su historia que construían al mismo tiempo su alteridad y un incipiente nacionalismo.

En el siglo XVI, las órdenes religiosas y autores indígenas recuperaron el reciente pasado prehispánico en las crónicas de la conquista, para evidenciar la idolatría en la que vivían los pueblos originarios y justificar la dominación española como una misión para ordenar el mundo de acuerdo con los designios divinos y el sistema colonialista, pero algunos la criticaron, lo que permitió a Andrés de Olmos, Toribio de Motolín o Bernardino de Sahagún escribir sobre el pasado con cierta admiración y como producto de una alta civilización; y sentaron las bases para enaltecerlo (Rubial, 2002).

Fernando de Alva Ixtlilxóchitl, descendiente de gobernantes aztecas, describió a Teotihuacán como una ciudad con “grandísimos templos muy altos y los edificios más terribles del mundo, que hasta hoy día parecen en sus ruinas” (De Alva, 1985, p. 272-273). Juan de Torquemada describe “dos templos de grandísima altura y grandeza (...) dedicados al sol y a la luna (...) y al derredor de ellos hay otros (...) que pasan más de dos mil (...) [porque] se sabe que aun los que más se precieron de mejores y más cuidadosos adoradores de ídolos, éstos aún no se precieron de edificarles tantas casas y templos” (De Torquemada, 1975, p. 208-209, 238); y lo compara con Tebas o Atenas.

La racionalidad que promovió la Ilustración posibilitó la construcción del conocimiento del pasado prehispánico de forma dialógica, contrapuesta o complementaria, entre criollos y occidentales, contextualizados por el evolucionismo, el nacionalismo criollo y la pérdida de poder de España en Europa, que detonó un nacionalismo español más allá de la península Ibérica y promovió estudios para fortalecerlo, siendo el de mayor envergadura el de Guillermo Dupaix y Luciano Castañeda, que reforzaron la grandeza del pasado prehispánico y el patrimonio arqueológico.

Francisco Xavier Clavijero, José Antonio Alzate y otros autores novohispanos argumentaron que las sociedades prehispánicas tenían un desarrollo similar a algunas culturas antiguas occidentales u orientales enalteciéndolas. Carlos de Sigüenza y Góngora estudió el pasado para crear una nueva nación criolla, “una entidad peculiar con un significado propio” (Benítez, 1998, p. 426), y entre otros estudios realizó la primera excavación arqueológica en Teotihuacán y en América, para comprobar mediante el método experimental la hipótesis de que los montículos de tierra eran pirámides construidas por indios prehispánicos (Bernal, 1992; Schávelzon, 1983), los cuales creía eran descendientes de egipcios y por ello constructores de pirámides (Hernández, 1992).

El nacionalismo fortaleció el reconocimiento del patrimonio arqueológico como elemento identitario de un territorio y una nación en ciernes y Teotihuacán fue comparado con civilizaciones antiguas valoradas positivamente en Occidente, y comienza a difundirse como un tema de interés en Europa donde ya se desarrollaba el Grand Tour, impulsado entre otras motivaciones por el conocimiento de los orígenes europeos, básicamente romanos, de modo que el viaje para conocer monumentos ruinosos era ya una práctica.

Fase de exploración

En el siglo XIX la actividad turística y la infraestructura de comunicaciones y hospedaje no estaban desarrolladas, incluso los mesones, hoteles y ventas eran descritos como lúgubres y sucios (Martínez, 2014); pero Teotihuacán se consolidó como recurso turístico básicamente a partir de acciones discursivas de los actores internos y externos. De 1810 a 1870 los actores públicos internos se centraron en la institucionalización de los valores del patrimonio arqueológico básicamente de dos tipos: formales, derivados de los primeros estudios históricos, arqueológicos o estéticos, y simbólicos, relacionados con el fortalecimiento del nacionalismo al interior del país y su relación con la representación del origen común de los grupos sociales que componían el territorio como una estrategia para unificarlos. Para ello se hizo uso básicamente del Museo Nacional Mexicano en donde comenzaban a realizarse investigaciones.

En este periodo, la participación de los actores externos es de mayor incidencia porque al independizarse, el país comenzó una segunda colonización y el viaje tenía fines intervencionistas, económicos y políticos, pero conservaba su sentido pedagógico o antropológico de conocer la cultura y el pasado; así la construcción de los valores diferenciadores de Teotihuacán como recurso turístico se realiza mediante la práctica de la visita de viajeros principalmente de Inglaterra y Estados Unidos, y de su registro en literatura de viajes y su difusión. En sus escritos es posible identificar los valores formales o simbólicos que reconocen o construyen mediante su visita.

Entre 1799 y 1804, Alexander von Humboldt realizó un viaje por América. Su obra científica integra registros de su viaje por lo que fue considerada como literatura de viajes y una guía para la mayoría de los viajeros analizados, además promovió el reconocimiento de las crónicas de la conquista del siglo XVI, que eran consideradas ficciones para justificar la dominación española por la pérdida de poder de España en el viejo continente (Rebok, 2002). Humboldt demostró que el desarrollo de las sociedades antiguas mexicanas era similar al de los egipcios, griegos, romanos y otros con bases históricas,

mediante las crónicas de la conquista y los escritos de los criollos, y arqueológicas por comparaciones con colecciones públicas y privadas y monumentos antiguos de Occidente, Oriente y América; estrategia discursiva que siguen los viajeros posteriores no con fines científicos. La traza urbana de Teotihuacán la comparó con Micerinos y Keops por sus dos edificios principales y otros de menor tamaño y su sistema constructivo con los zigurats babilónicos (Humboldt, 1878).

William Bullock, viajero inglés, visitó México en 1823 y registró su viaje para mostrar sus especificidades culturales con fines económicos y políticos. Realizó la primera exposición de objetos prehispánicos, copias y algunos originales, en la Sala Egipcia del Museo Piccadilly en Londres. En su obra promueve la visita al país básicamente por el patrimonio arqueológico y asegura que puede “atraer incluso al más indiferente visitante” (Bullock, 1824, p. V-VI). Siguiendo las recomendaciones de Humboldt, visitó Teotihuacán, comparó la Pirámide del Sol con las de Guiza y representó esa similitud en una litografía que incluyó en la exposición.

Henry Tudor (1834), viajero inglés, se describe como turista, realizó un viaje por el norte de América por motivos de salud y para conocer Estados Unidos. Visitó Teotihuacán, reportó las pirámides del sol y la luna y sus medidas, y unas más pequeñas distribuidas en la Calzada de los Muertos que conformaban la traza urbana del sitio. Igual que Bullock, las compara con las de Egipto, pero considera que no eran construcciones netamente humanas: “esperando encontrar algo de semejanza con las que he visto en Egipto (...) requerí una posición particular unida con un poco de fe para ver la forma piramidal. No tienen la menor similitud (...). La inmensa masa de las colinas, así como su aspecto juntas, parecen destruir la creencia de que son una creación humana (p. 277-278).

Frances Erskine Inglis (1982) adoptó el apellido De la Barca al casarse con Ángel Calderón de la Barca, ministro de España en México, y permaneció en el país de 1839 a 1842. Visitó Teotihuacán porque lo considera un punto de

interés por la obra de Humboldt. Describió las pirámides del sol y la luna rodeadas de “cientos” de pirámides más pequeñas en la Calzada de los Muertos, su función como cementerio o lugar de culto de guerreros aztecas o toltecas, similar a la Père la Chaise o a la abadía de Westminster, que evidencian a una extraordinaria raza, y la presencia de cuchillos de obsidiana y figuras de arcilla en la superficie que completan su experiencia.

Brantz Mayer, abogado y escritor estadounidense, fue funcionario en México. En 1841 visitó distintos sitios arqueológicos que difundió como un recurso turístico representativo del país porque “hay pocos (...), hasta donde puedo juzgar, que contienen más de lo que es digno de ser descrito; y aún menos, que se conoce tan poco” (Mayer, 1847, p. 223) y porque evidenciaban razas de gran espíritu. Describió Teotihuacán, su extensión, el sistema constructivo de las pirámides con tres pisos o etapas consolidados con enjarre o cemento y en la parte superior los santuarios y lugares de sacrificio, los numerosos montículos, que le permiten reconocer una plaza y la Calzada de los Muertos, “es muy probable que [fueran] los sepulcros de hombres ilustres del Imperio. (...) Quizás fue la Abadía de Westminster de los Toltecas y aztecas” (Mayer, 1847, p. 223). Además, compró “ídolos de serpentina” y “adornos personales” de una piedra que describe como frágil y extremadamente dura, era obsidiana.

Edward B. Tylor (1877), fundador de la antropología moderna británica, viajó a México en 1856 por motivos de salud. Comparó Teotihuacán con Egipto por la orientación de sus pirámides hacia los puntos cardinales, describió su sistema constructivo no piramidal sino compuesto por tres o cuatro terrazas y en el alto “una plaza cuadrada donde destacaban los ídolos y los altares de sacrificios. Esta construcción es muy parecida a algunas de las pirámides egipcias más pequeñas” (p. 142). Describió la Calzada de los Muertos donde imagina, por las crónicas de la conquista, a la población de la “gran ciudad (...) y sus barrios [congregándose] para ver a los sacerdotes y las víctimas marchar (...) y subir las escaleras (...). Uno puede imaginarse la escena de Cortés y sus hombres viendo desde su campamento (...) ese terrible día en

que los mexicanos los habían retirado” (p. 146). Se asombra al imaginar el tamaño de la ciudad por la distancia a la que encuentra un piso de piedras recubiertas con estuco que compara con el pavimento romano y por la cantidad de materiales arqueológicos dispersos en una gran extensión como puntas de flecha, cuchillos de obsidiana, pedazos de cerámica y conchas que califica como dignos de un museo: “cuan grande debe ser el número de restos que aún permanecen ocultos y cuan vasta fue la población que alguna vez habitó esta llanura” (p. 147). Consideraba que las crónicas de la conquista eran exageraciones, pero después de conocer “los restos mexicanos pronto (...) nos hizo inclinarnos a culpar a los cronistas por no tener ojos para las cosas maravillosas que los rodeaban” (p. 147).

Albert Zabriskie Gray (1878), estadounidense viajó a México por intereses netamente turísticos porque su obra tenía el objetivo de ser una guía de viaje. Describió la Pirámide del Sol, sus medidas y su sistema constructivo de terrazas, numerosos montículos algunos con estuco, color o escalinatas, y reconoce plazas y avenidas como La Ciudadela y la Calzada de los Muertos. Reporta la gran cantidad de fragmentos de objetos en el suelo y de ruinas que se extienden por los sitios aledaños imaginando el tamaño de la ciudad antigua y lo que no ha sido excavado “en una condición a medio desenterrar, más maravillosamente sugerente” (p. 79), que representa un enigma por descifrar.

Gray (1878) consideró a Teotihuacán como el recorrido más importante para los interesados en el pasado porque “oculta un misterio que ni siquiera poseen muchos de los más grandes monumentos de la antigüedad egipcia. (...) ¿No tenemos aquí un maravilloso suburbio sepulcral y sacrificial como los de Egipto, Grecia y Roma en sus días más orgullosos?” (p. 71, 80); “evidencia la veracidad de las crónicas de la conquista de que “una poderosa raza” ocupó el sitio, y por la posibilidad de sustraer “reliquias indias” que completa la experiencia. De forma que la sola visita al sitio “era más que suficiente para pagar un viaje a México” (p. 80).

Thomas Brocklehurst (1883) fue un viajero estadounidense con intereses científicos en la historia antigua mexicana. Visitó Teotihuacán y como los otros viajeros describe gran cantidad de vestigios en el suelo: cabezas de ídolos, cuchillos, puntas de flecha de obsidiana, mazos de piedra y volantes para hilar que compara con los de Troya y que representan un progreso para la civilización. Considera desde una visión colonialista que la arqueología debe ser desarrollada por estadounidenses que darán “al mundo el beneficio de sus investigaciones. Pueden hacerlo con la misma velocidad que los ingenieros están proyectando las vías de trenes por todo el país, y [se sabrá] más acerca de los tesoros escondidos” (p. 180).

Frederick Ober (1885), naturalista y escritor estadounidense, realizó viajes a México para escribir sobre su historia. Reconoce que existen numerosas ruinas arqueológicas en el país, pero considera a Uxmal, Chichen Itza y Teotihuacán las más interesantes. Describe las pirámides del sol y la luna, sus medidas y sistema constructivo: un “método primitivo (...) que ha tenido éxito en (...) las grandes edificaciones con el digno nombre de palacios, [que] han obtenido la admiración del mundo” (p. 482), y las pirámides más pequeñas de la Calzada de los Muertos. Igual que los otros viajeros sustrae piezas arqueológicas que compra a vendedores de la localidad.

Ober (1885) considera a los sitios arqueológicos como un recurso turístico y su necesaria investigación para transformarlos en un atractivo también desde una visión colonialista: “deje que los turistas y los arqueólogos los visiten (...). No se necesita un ojo más profético que el que pertenece al hombre ordinario para discernir el resultado de la apertura de un país con tanta riqueza (...) arqueológica. El tiempo de que las ciudades enterradas vuelvan a brillar ha llegado” (p. 478).

Mary Winifred Howard of Glosopp, hija de un político inglés, viajó por el norte de América inspirada por Humboldt. Visitó Teotihuacán y describe las pirámides de la luna y el sol que compara con las de Sakara, Egipto y con el Templo de Belus en Babilonia, el sistema constructivo de terrazas y asegura que su función era política porque “los reyes de los estados circunvecinos

venían a coronarse” (Howard, 1897, p. 174), también la Calzada de los Muertos, donde había pirámides más pequeñas cuyo uso era habitacional o de enterramiento y coincide en señalar el material arqueológico disperso en el suelo, especialmente cabezas pequeñas de terracota que denomina de tipo chino, asirio y etíope.

Teotihuacán ya era un recurso turístico porque era motivo de visita, por la literatura de viajes especialmente de Humboldt o por las crónicas de la conquista que tenían una larga difusión, que son fuentes para construir imaginarios sobre el sitio. Los viajeros reconocen como elementos principales, las pirámides del Sol y la Luna y la Calzada de los Muertos y los vestigios del suelo que permiten comparaciones con Egipto y agregan otras como Troya, Roma o Westminster para dialogar con sus lectores a quienes conciben como viajeros. Mediante la visita reafirman los imaginarios provenientes de estas fuentes y crean otros que se convierten en las cualidades diferenciadoras de Teotihuacán como recurso turístico que pueden clasificarse en: 1) universalidad, asociado al desarrollo de la humanidad que representan las antiguas civilizaciones que le otorgan un estatus de importancia global; 2) autenticidad, por la posibilidad de verificar los acontecimientos históricos que se imaginan ocurrieron en la antigua ciudad a partir de las crónicas de la conquista y que le suma un valor de 3) originalidad y genialidad, se trata de un ejercicio en el que los viajeros agregan características psicológicas positivas a los constructores de las pirámides que los cualifica como “razas extraordinarias” que devienen en especificidades culturales como el sistema constructivo de terrazas o las funciones de los monumentos y objetos arqueológicos, 4) científico, refiere al valor arqueológico de los sitios para construir conocimientos al ser evidencia de un modo de vida que revela el origen de la ciudad o la función de los edificios, aunque se considera que no está lo suficientemente desarrollado, pero al mismo tiempo lo no revelado le aporta una cualidad de 5) misterio o aventura, por desenterrar lo oculto y 6) estético al ser un espacio de contemplación y admiración experimentado básicamente con los

sentidos como el tamaño, el color, la forma, el volumen, la dimensión por ejemplo de la ciudad, el paisaje o los restos dispersos por el suelo que son descritos como materiales dignos de museo, maravillosos.

A partir de estos valores, Teotihuacán y el patrimonio arqueológico mexicano se construye como recurso turístico básicamente por los actores externos porque lo consideran diferente, único y digno de ser visitado y la experiencia de recorrerlo se asocia a emociones de asombro por lo conocido y lo que aún permanece oculto, porque se reconocen en el sitio elementos que representan la historia mexicana y universal conocida por los viajeros u otros que pueden asociarse con su lugar de origen, y esta experiencia incluye el registro para otros fundada en ese reconocimiento y además la práctica de sustraer piezas arqueológicas que funcionaban como “recuerdos” del sitio en un afán coleccionista o de marcadores de estatus en su círculo social.

Fase de intervención

Entre 1890 y 1930, Teotihuacán se transformó en un atractivo turístico. En el plano discursivo el gobierno mexicano a cargo de Porfirio Díaz comenzó a construir una identidad nacional por y para el exterior para atraer inversiones extranjeras, representando un país moderno con raíces profundas, y el turismo comienza a verse también como seña de modernidad. En este contexto es determinante la participación de los actores externos que se involucraron en la construcción y difusión de la imagen turística del país como un sitio digno de ser visitado por sus numerosas “ruinas”. En el plano de las acciones los actores públicos participaron en la recreación de esa identidad con la realización de exposiciones museográficas internacionales pero la transición hacia la etapa de involucramiento está determinada por la restauración y adecuación para la visita de sitios arqueológicos que comienza en este periodo. Esta suma de factores va consolidando a Teotihuacán como un atractivo turístico al final del siglo XIX y perfilan la institucionalización de las acciones públicas para fomentar el turismo; y las redes económicas y políticas que lo facilitaron básicamente con los estadounidenses que desembocan en 1926 en la creación del Departamento de Turismo, la

primera instancia dedicada a la promoción del turismo y primer antecedente de la actual Secretaría de Turismo (Mateos, 2001; Sectur, 2005).

Acciones y discursos internos

Existen antecedentes de investigaciones arqueológicas en Teotihuacán, pero, Leopoldo Batres lo habilitó para su visita, entre 1884 y 1886 y de 1905 a 1910, cuando realizó excavaciones para reconstruir la pirámide del Sol, se construyó un museo, se acondicionaron espacios para los custodios, se expropiaron los terrenos a pesar de los conflictos con los propietarios y se autorizó la construcción de un hotel y de un restaurante denominado La Gruta (Iracheta, 2015); siendo los primeros servicios turísticos en un sitio arqueológico.

Antes de la creación del INAH en 1939, encargado entre otras funciones del registro, exploración, investigación, conservación, vigilancia, adecuación de los sitios arqueológicos para su visita al público y de la operación de espacios históricos y museos, estas acciones fueron realizadas por el Subdepartamento de Población Precolonial y Colonial, a cargo de Ignacio Marquina, posteriormente se denominó Dirección de Arqueología y Departamento de Monumentos Prehispánicos, ambos presididos por José Reygadas. Sus labores, reportadas en el Boletín de la Secretaría de Educación Pública de 1925 a 1931, denotan las acciones para transformar al patrimonio arqueológico en un atractivo turístico y representan las primeras acciones institucionalizadas para tal fin.

El registro serviría para completar la Carta Arqueológica de la República, que requería una memoria fotográfica de los sitios, útil también para exposiciones internacionales; en 1927 había 1,168 sitios registrados. Se investigó sobre el origen y temporalidad de los sitios con lo que se obtuvo información para elaborar monografías o guías turísticas, la difusión se

realizaba mediante los Anales del Museo y la divulgación en sitios patrimoniales, museos y notas de prensa¹.

Teotihuacán era el más visitado en el centro del país y se realizaron trabajos de investigación, conservación, restauración y adecuaciones para su visita. En 1925 se hizo un levantamiento topográfico del Templo de Quetzalcoátl², se conservó y restauró la Ciudadela y se adecuaron para su visita con la construcción de andadores y puentes³. La Pirámide de la Luna y el Templo de Quetzalcoátl tenían problemáticas de conservación por escurrimientos de agua y se hicieron sistemas de drenaje y la Pirámide del Sol fue consolidada por daños causados por la incidencia de los visitantes⁴. Se establecieron servicios como agua potable y alumbrado⁵ y rutas de acceso por tranvía o por auto, que se modificó porque no permitía la exploración de la Calzada de las Muertos⁶, y se supervisaba el funcionamiento del Museo Regional⁷.

Teotihuacán contaba con personal para su mantenimiento y atención al público y era el único sitio arqueológico con autorización para cobrar el acceso. En 1927 costaba veinte centavos durante cinco días a la semana y, sumado a la venta de postales y guías turísticas, los ingresos anuales fueron de \$7,980.00, usados para “mejorar las condiciones generales de la zona [y] la conservación de los monumentos y la administración de los servicios”⁸. El Museo Regional reportó que en 1925 contaba con 825 visitantes al mes⁹.

¹ Memoria que indica el estado que guarda el ramo de educación pública, agosto 1927. México, D. F., agosto, 1927, pp. 493-496. Recuperado de <https://hndm.iib.unam.mx>

² Boletín de la Secretaría de Educación Pública (1925a). IV (1), México, D.F., pp. 205-206. Recuperado de <https://hndm.iib.unam.mx>

³ BSEP, 1925b, pp. 157-158. Recuperado de <https://hndm.iib.unam.mx>

⁴ BSEP. 1927a VI (2), pp. 82-85. Recuperado de <https://hndm.iib.unam.mx>

⁵ BSEP. 1927b VI (5), pp.49-51. Recuperado de <https://hndm.iib.unam.mx>

⁶ BSEP 1931a X (1 a 4), pp. 154-182. Recuperado de <https://hndm.iib.unam.mx>

⁷ BSEP 1925a, IV (1) pp. 205-206. Recuperado de <https://hndm.iib.unam.mx>

⁸ Reygadas, J. (1927). Dirección de Arqueología. Memoria que indica el estado que guarda el ramo de educación pública, agosto 1927. México, D. F., agosto, 1927, pp. 494. Recuperado de <https://hndm.iib.unam.mx>

⁹ BSEP 1925a, IV (1) pp. 205-206. Recuperado de <https://hndm.iib.unam.mx>

En la Tabla 1 se muestran los visitantes de las principales zonas arqueológicas del país de 1925 a 1930; no todos los meses están reportados pero denotan la importancia que adquirirían para el turismo las del sureste y Teotihuacán.

Tabla 1: Visitantes a zonas arqueológicas 1925-1931

Zona arqueológica	Años					
	1925	1927	1928	1929	1930	1931
Chichén Itza	206	904	665	150	252	760
Uxmal	N/R	263	86	32	54	572
Mitla	107	1.065	488	480	486	600
Monte Albán	N/R	331	106	78	626	1.316
Palenque	N/R	117	21	30	34	40
Chalchihuites	N/R	72	38	50	22	42
Ixtlán del Río	N/R	245	33	34	29	48
El Tajín	N/R	218	96	20	49	22
La Quemada	N/R	283	12	79	14	37
Tepozteco	N/R	287	26	131	84	175
Xochicalco	N/R	38	N/R	59	143	102
Tezcutzingo	N/R	348	275	102	100	172
San Ángel	N/R	12.909	2.117	2.560	1.632	3.821
Tenayuca	587	2.771	2.507	1.968	1.479	5.113
Sata Cecilia	N/R	2.461	1.062	598	546	747

Zona arqueológica	Años					
	1925	1927	1928	1929	1930	1931
Santa Teresa (Templo Mayor)	645	867	423	214	350	459
Teotihuacán	2.787	23.406	17.420	7.004	5.096	8.933

Fuentes: Elaboración propia a partir de Boletín de la Secretaría de Educación Pública 1925, 1927a y b, 1928, 1929, 1931

El desarrollo de estas acciones muestra la especialización de la arqueología al servicio del turismo, que se justificaron en la dimensión discursiva por los usos que el gobierno imaginaba para el patrimonio arqueológico que en todo caso era su consumo, pero pueden ser clasificados en didácticos, científicos y diplomáticos que fortalecieron su conformación como un atractivo turístico.

El uso didáctico eran las visitas escolares. En 1908, estudiantes de la Escuela Normal de Profesoras y del Museo Nacional realizaron una excursión al sitio y al pueblo de San Juan con la guía de Batres, que fue calificada de agradable e interesante¹⁰; lo que muestra que se construía un conjunto de atractivos turísticos y servicios en torno al sitio, lo que de facto lo va convirtiendo en un destino turístico

El uso científico, aunque también diplomático, se observa en la organización de dos versiones del Congreso Internacional de Americanistas realizados en 1895 y 1910. En el primero, Antonio García Cubas, por orden del presidente, intervino la Pirámide de la Luna para investigarla y restaurarla (Schávelzon, 1983), “con el objeto de descubrirse algunas antigüedades que enriquecieran nuestra historia, así como para darlas a conocer a nuestros huéspedes”¹¹,

¹⁰ El Tiempo, México D. F., 2-6-1908, p. 10.

¹¹ Sin autor. Exploraciones científicas. Una ciudad enterrada. El Universal, México D. F., 8-8-1895, p. 6.

que eran científicos y diplomáticos de Europa y Latinoamérica. Se programó una excursión que inició con la muestra de reproducciones de piezas arqueológicas de un artesano local, la visita a las pirámides del Sol y la Luna y la Calzada de los Muertos, recorrido que practicaban los viajeros previos, y culminó con una comida en La Gruta y una visita al pueblo de San Juan.

El segundo congreso se integró a los festejos del primer centenario de la independencia. Los asistentes visitaron con Díaz los monumentos restaurados por Batres, la Pirámide del Sol y la Calzada de los Muertos, y al restaurante La Gruta. La excursión fue descrita como exitosa y se reconoció la intervención pública para la conservación y apertura de sitios arqueológicos: “posee México gran riqueza arqueológica, y son de alabarse los esfuerzos hechos por el gobierno y que tan buenos resultados han tenido para descubrir y cuidar los más preciados monumentos que (...) ahora causan el asombro lo mismo del sencillo excursionista, que del sabio investigador”¹².

El uso diplomático consistió en visitas de extranjeros que se consideraban distinguidos o con intereses comerciales o políticos en México promovidas por el gobierno, aunque otras fueron motivadas por el patrimonio arqueológico. Desde 1899, varias comitivas con intereses comerciales y diplomáticos, principalmente de estadounidenses e ingleses, recorrieron el sitio, acompañados por representantes del gobierno mexicano, entre ellos Alfonso Pruneda, director del Museo Nacional y Gifford Pinchot, encargado estadounidense de Asuntos Forestales, y resultaron apreciaciones positivas señalando que México ofrecía sitios pintorescos dignos de admiración y la necesidad de convertir al pueblo de San Juan en un atractivo turístico y así en un destino, “ojalá continuaran estas excursiones que terminarían por

¹² Sin autor. Problemas arqueológicos. El Diario, México D. F., 14-9-1910, p. 4.

construir a San Juan en el punto predilecto para ellas”¹³.

En 1909, Díaz acudió a Teotihuacán por los festejos del 5 de mayo patrocinados en esa ocasión por Felipe Buenrostro, habitante de San Juan, y es uno de los primeros actores sociales en manifestar la necesidad de afianzarlo como un destino turístico mediante “excursiones dominicales que tuvieran el doble objeto de conocer las pirámides, que tanto interés despiertan entre los extranjeros, y contribuir al mayor movimiento comercial de la población”¹⁴.

En 1921, con motivo de la organización del festejo de la consumación de la independencia, Alberto J. Pani, secretario de Relaciones Exteriores, expuso que el turismo extranjero estaba interesado en conocer el patrimonio arqueológico y podría ser fuente de desarrollo y presentó un estudio integral de Teotihuacán realizado por Manuel Gamio, en el que propuso promoverlo como un destino turístico junto a sus paisajes naturales y otros lugares históricos cercanos, que planteó en la Guía para visitar la ciudad arqueológica de Teotihuacán (1921). “Fue el primer intento formal, pertinente y fundamentado para conjugar el patrimonio cultural y el turismo como estrategia económica bajo la conducción del Estado, (...) en un proyecto que partía de la reconstrucción de las ruinas” (Mercado, 2016, p. 1030), lo que muestra plenamente la intervención de actores públicos en el desarrollo del turismo y la importancia del patrimonio arqueológico como detonante para crear una red de productos y servicios.

Las instituciones encargadas del patrimonio arqueológico consideraban importante la exploración e investigación por su aporte al conocimiento, pero también porque se relacionaba con el desarrollo del turismo y la divulgación de la arqueología mexicana porque daban “oportunidad al

¹³ Sin autor, President talks on forest preserves. The Mexican Herald, México D. F., 23-6-1909, p. 1.

¹⁴ Sin autor, Habrá plaza de toros (1909). El Diario, Distrito Federal, 8-5-1909, p. 3

público para que conozca directamente las construcciones fomentando la afición por los estudios arqueológicos y el turismo”¹⁵. De esta forma ya existían antecedentes para argumentar la relación entre el patrimonio arqueológico, el turismo y el desarrollo que se convirtió en la justificación de la creación del INAH en 1939.

Los actores externos

El patrimonio arqueológico se posicionó como atractivo turístico especialmente en Estados Unidos mediante acciones discursivas al difundir imaginarios sobre la arqueología mexicana que sirvió para construir una imagen del país como destino turístico, como evidencian los diarios estadounidenses de 1895 a 1936, que incluían notas de divulgación científica y literatura de viajes en secciones especializadas en viajes o que combinan estas cualidades.

Los estadounidenses comenzaron a crear la imagen turística de México como el Egipto de América desde la última década del siglo XIX por las comparaciones que existían desde tiempo atrás, por la aventura de conocer los cuantiosos monumentos sin explorar y porque era una estrategia para posicionarlo en el mercado norteamericano para asegurar las inversiones que comenzaban a realizarse en México en la infraestructura de carreteras.

Los estadounidenses convencían a los posibles consumidores asociando al país con un tipo de experiencia conocida como era la visita a las pirámides de Egipto, pero al mismo tiempo constituyen una oferta diferenciada incluso una posibilidad de organización regional para planear el turismo, antes de que el gobierno mexicano lo previera. Se argumentaba que el patrimonio arqueológico mexicano era superior cualitativa y cuantitativamente que el

¹⁵ Reygadas, J. (1927). Dirección de Arqueología. Memoria que indica el estado que guarda el ramo de educación pública, agosto 1927. México, D. F., agosto, 1927, pp. 494.

de Egipto: “el arte de construir pirámides en las civilizaciones precolombinas de Norteamérica alcanzó estándares más altos que en Egipto. Las más grandes pirámides del mundo yacen en México”¹⁶, “poderosos templos, fortificaciones, tumbas, incluso de ciudades enteras (...) que muestran el desarrollo cultural y habilidad artística de los (...) antepasados de la población actual”¹⁷. México podía “reclamar el título de ‘El Egipto de América’, por qué deberían los arqueólogos ir a Egipto, cuando México les ofrece tan rico e inagotable campo como Mitla, Monte Albán, Palenque, San Juan Teotihuacán, (...) Uxmal, Chichén Itzá (...) y muchas otras que están justo empezando a desenterrarse”¹⁸.

Los estadounidenses invirtieron en la construcción de la carretera panamericana que conectaría a México con Estados Unidos y apoyados por Luis Montes de Oca, secretario de Hacienda mexicano, enfatizaban que ya no era necesario trasladarse a Egipto o Babilonia para entrar en contacto con las antiguas culturas (Berger, 2006): “el turista americano está cansado de Europa y está deseoso de ver algo nuevo. ¿Dónde puede encontrar país más interesante que México, que combina sus hermosos panoramas, su cultura, su propio arte y además los restos de una civilización más elevada y rica y probablemente más antigua que la egipcia?” (Gruel, 2017, p. 141).

Las notas de divulgación científica informan los avances en el campo arqueológico mostrando la importancia de la investigación para reforzar a los sitios arqueológicos como atractivo turístico, pero también promueven su visita. En ellas se reportan las excavaciones de Manuel Gamio para “desenterrar” Teotihuacán, una ciudad de 15 millas poblada por 190 mil habitantes, con una antigüedad de cuatro mil años aproximadamente que

¹⁶ Sin autor, Strange Pyramid Discovered in Mexico. Greatest Pyramids in the World are now Found on this continent”, The San Francisco Call, California, 2-10-1898, p. 25.

¹⁷ Sin autor, Bilders aus Mexico, New Ulm Post, Minnessota, 24-7-1914, p. 4.

¹⁸ Vest Guyer, The National Museum of Mexico, Willmar tribune, Minnessota, 15-6-1910, p. 7.

posiblemente desapareció por la erupción de un volcán¹⁹. También se informan los trabajos de José Reygadas en la Calzada de los Muertos, para descubrir montículos descritos como pirámides cada una con sus escalinatas con habitaciones y santuarios, altares y braceros a los que se accedía por pasillos laberínticos²⁰. Otro diario reporta esa información pero enfatiza en la importancia de las excavaciones para la experiencia turística, porque la Pirámide del Sol había estado enterrada por mucho tiempo, igual que los montículos de La Ciudadela y ahora los turistas podrían verlos completamente “desenterrados”²¹.

Las notas de viaje, algunas insertas en secciones especializadas en turismo, recomiendan Teotihuacán, pero igual informan datos científicos. Reportaban puntos de interés cercanos a las estaciones de tren de Veracruz, puerto donde los estadounidenses desembarcaban, a la Cd. de México, y se establecían rutas que hoy denominamos culturales²². La ruta de Cortés incluía la visita a Tlaxcala por su relación con la derrota de los aztecas frente a los españoles y a Teotihuacán, porque, según los “anales aztecas”, allí los toltecas y aztecas “coronaban” a sus dioses. La ciudad antigua era descrita como la más imponente de América donde había “templos y palacios perfectamente contruidos, encalados y pulidos (...), calles y plazas (...) bellamente pavimentadas”; comparable con Egipto por su antigüedad y por los numerosos montículos, como las pirámides del Sol y la de la Luna y los de la Calzada de los Muertos, algunos de uso habitacional decorados con murales. También se difunde la posibilidad de encontrar materiales

¹⁹ Sin autor, Start to Uncover Ruins of Big City 4,000 Years Old. The Bisbee Daily Review, Arizona, 3-4-1921, p. 5.

²⁰ Science Service, Six New Pyramids Found in Old City, The Indianapolis Times, Indianapolis, 10-6-1930, p. 7

²¹ Associated Press, Unearthing “Avenue of Dead” Ancient Mexican Site, Planned, The Evening Star, Washington, 23-9-1930, p. A-5.

²² Vernier, W., What lies Between Vera Cruz and Mexico city, The Sunday Star Washington, Washington, 31-5-1914, Part 4.

arqueológicos como cuchillos de obsidiana y cerámica “de extrema vivacidad y expresión característica”²³.

En otro diario se recomienda visitar Teotihuacán por su similitud con Egipto, notoria después de las excavaciones de Leopoldo Batres en la Pirámide del Sol, que además mostraron que era el montículo más alto de América, comparación que se acentúa con información de figuras de terracota similares a las egipcias²⁴.

Teotihuacán era considerado uno de los atractivos turísticos del Estado de México junto con el exconvento de Tepotzotlán “que suscitan (...) nuestra admiración y conquistan nuestra curiosidad y nuestra atención”²⁵. La visita es recomendada por la Pirámide del Sol, por las funciones que cumplía y su arquitectura que reflejaba “la solidez, la perfección y el arte de la construcción y (...), no era de mérito menor que sus hermanos del Egipto [pero su uso no era] un monumento mortuorio, sino una aspiración de la fe hacia la divinidad, es altar, es templo, [de un] pueblo sabio y fuerte, (...) en plena posesión de los conocimientos geométricos de los egipcios y de los caldeos. La sola plataforma de cimentación (...), muestra los conocimientos en el arte de la edificación”²⁶.

En 1922 la empresa de cruceros Raymond Whitcomb anunció su tour por México y las pirámides de Teotihuacán son anunciadas como uno de los puntos de visita, así que ya formaba parte de la oferta de las turoperadoras. En 1929, otro destino turístico publicitado, al concluirse algunos tramos de la carretera panamericana, era la Cd. de México, y se recomienda la visita a las pirámides de Teotihuacán²⁷, convirtiéndose en su oferta complementaria.

²³ NUP, 24-7-1914, p. 4.

²⁴ TSSW, 31-5-1914, Part 4.

²⁵ Sin autor, El relicario de una civilización muerta. México el Estado de los monumentos arqueológicos”, La Prensa, Texas, 11-4-1920, p. 9

²⁶ LP, 11-4-1920, p. 9

²⁷ NEA Service, Adventure and romance lure to old Mexico, The Indianapolis Times, 25-05-1929, p. 26

Teotihuacán también se constituyó como una oferta que podríamos llamar de nicho relacionado con la arqueología y con lo que podríamos clasificar hoy como new age. En 1922, el arqueólogo estadounidense William Nivin visitó el sitio para realizar excavaciones con turistas y fue descrito como una “experiencia de vida”. De las excavaciones recuperaron una aguja de hueso, navajillas de obsidiana y varios esqueletos humanos de infantes y adultos²⁸. La nota refleja el interés de la sociedad estadounidense en el patrimonio arqueológico mexicano y lo que representa y por la arqueología relacionada con la experiencia de aventura y el descubrimiento, de manera que se combinan dos cualidades para que sea un atractivo turístico.

Antes de la inauguración de la carretera panamericana, el senador Reynolds de Carolina del Norte aseguró que el turismo serían la fuente de prosperidad para México y afirmó que era uno de los más bellos del globo, “por los jardines flotantes de Xochimilco, el distrito arqueológico de San Juan Teotihuacán, la antigua capital azteca y los majestuosos volcanes, que reunían las atracciones que los turistas encontraban en Venencia, Egipto y la India. Viajeros que han visitado tierras lejanas están encontrando en la vecindad de la capital de México escenas sorprendentemente familiares en nuevos escenarios”²⁹. La nota destaca la “originalidad” y más bien la similitud de México con otros destinos turísticos como Teotihuacán con Egipto, “por sus pirámides y sus maravillas arqueológicas, ligadas a un misterioso capítulo de la historia de la humanidad”³⁰

Conclusiones

Actualmente el patrimonio cultural integra un valor simbólico y uno económico, esta dualidad condiciona su mercantilización y resultó de un

²⁸ Sin autor, A Beginner’s Adventure in Archaeology. The New York Herald, New York, 23-04-1922, p. 7.

²⁹ Sin autor, Mexico “New Europe”, *The Evening Star*, Washington, D. C., 22-12-1935, p. 12

³⁰ TES, 22-12-1935, p. 12

proceso histórico mediante el cual su valor simbólico adquiere un valor de cambio; como muestra el caso de Teotihuacán y su transformación de un bien cultural a un atractivo turístico.

El valor simbólico engloba la construcción de los significados del patrimonio y su apropiación en primera instancia por los grupos dominantes para usos identitarios en el ámbito local o nacional, es decir para consumo interno. Esto ocurre en Teotihuacan en las primeras dos etapas analizadas denominadas de exotismo y exploración, en las que las crónicas de la conquista y la producción científica novohispana fueron utilizadas para construir su valor simbólico y su uso principal fue para consumo interno. Representa una activación del patrimonio clásica en términos de Prats (2006) y ocurre previamente a su mercantilización y en México incluso antes de que se independizara por su uso estratégico para configurarse simbólicamente como una nación. Sin embargo, la condición dual del patrimonio parece iniciar con los actores externos y sus registros de viaje en el siglo XIX porque al mismo tiempo reafirman su valor simbólico y establecen uno económico, en tanto que su uso es difundir al patrimonio arqueológico mexicano como un recurso turístico y sus destinatarios son externos.

El desarrollo del turismo moderno en Occidente implica el aumento paulatino de turistas y acelera la mercantilización del patrimonio porque equivale a su introducción al mercado y transforma los modos en que se construye su valor simbólico y económico porque sus destinatarios son externos y se construyen como “un reflejo de la construcción social global del patrimonio y es percibido con las mismas reglas” (Prats, 2006, p. 73). Se trata de una activación del patrimonio mercantilizada porque depende de satisfacer los intereses de los visitantes y se ajusta a sus estereotipos dominantes, es decir los actores internos los utilizan estratégicamente para construir una identidad centrada en el exterior.

Este proceso ocurre en Teotihuacán en la última etapa analizada de implicación. Las condiciones históricas del país plantean nuevos usos para el valor simbólico del patrimonio que se alimenta de los discursos creados por

los actores externos a los que van dirigidos, pero en primera instancia su uso fue político o diplomático para facilitar las relaciones internacionales políticas y comerciales, y el turismo es una faceta de ellas, de modo que cuando comienza a masificarse se posibilita que el patrimonio tenga un valor en un mercado que va en crecimiento.

Al final de la etapa de implicación las comparaciones con Egipto que originalmente argumentaron conocimientos científicos desde el siglo XVIII son recuperados por el gobierno mexicano básicamente porque eran los discursos dominantes de los estadounidenses sobre el país y se hace una activación del patrimonio mercantilizada, para asegurar las inversiones que tenían en México y posicionarlo a la par de un destino o experiencia turística reconocida y consumida por los viajeros y turistas estadounidenses y canadienses por la importancia que empezó a cobrar el turismo en el país, por la novedad que representa para muchos viajeros y la importancia que tienen los centros arqueológicos para el turismo.

El análisis de la transformación de Teotihuacán a un atractivo turístico ayuda a comprender otras condiciones que facilitan y promueven la mercantilización del patrimonio y las primeras problemáticas de su relación con el turismo que siguen presentándose en la actualidad. El establecimiento del turismo en sitios arqueológicos condiciona el desarrollo de la arqueología porque los valores del patrimonio especialmente científicos y estéticos requieren renovarse continuamente para mantenerse como una oferta competitiva y además resolver las problemáticas de conservación por la incidencia de visitantes, lo anterior aceleró en el caso mexicano la creación de una institución gubernamental dedicada a ello. Los usos diplomáticos y turísticos que el gobierno mexicano comenzó a aplicar en Teotihuacán implicaron el incremento de visitantes y facilitó la adopción del discurso de la relación del patrimonio y el turismo con el desarrollo que detonó su promoción institucionalizada en México para asegurar la mercantilización constante del patrimonio.

El incremento de visitantes en Teotihuacán introduce el ámbito local a la globalización que implica el turismo, cuando el sitio comenzó a ser ofertado por las touroperadoras internacionales lo que implica que el control del turismo no sea local y sus beneficios sean desiguales.

A inicios de la década de 1930, visitaron el país 33.329 turistas extranjeros (Mercado, 2016:1034) y la mayoría (29.728) visitaron algún sitio arqueológico, considerando los datos de la Dirección de Monumentos Prehispánicos. Lo anterior indica que hasta antes de la década de los cincuenta, el patrimonio arqueológico era el motivo principal del viaje y la base de la competitividad del turismo en el país, porque aunque el sentido del viaje se estaba transformando aún tenía un componente cultural pedagógico.

Después de 1950, las preferencias del mercado turístico cambiaron hacia el turismo de sol y playa y el gobierno se involucró en la transformación de las costas mexicanas en atractivos para mantener su competitividad en el mercado. Probablemente por esta razón Teotihuacán no se convirtió en un destino turístico porque no engloba a otros atractivos y sigue siendo parte de la oferta complementaria de la Ciudad de México, pero es el sitio arqueológico más visitado del país siendo uno de los atractivos más importantes para el turismo cultural, aunque las problemáticas presentadas en su despegue como atractivo turístico se han exacerbado.

Bibliografía y referencias

Arriaga, R. y González, C. (2016). Efectos económicos del sector cultural en México, *Revista Análisis Económico*, 31(77), p. 219-246.

Benítez, L. (1998). Sigüenza y Góngora: Criollo, nacionalista y hombre de ciencia, *Colmena Universitaria*. Disponible en: http://www.iifilologicas.unam.mx/pnovohispano/uploads/95sabernovo/art29_95.pdf

Berger, D. (2006). *The Development of Mexico's Tourism Industry. Pyramids by day, martinis by night*. Palgrave McMillan.

Bernal, I. (1992). *Historia de la arqueología en México*. Porrúa Editores.

Bourdieu P. y Wacquant L. (1992). *An invitation to Reflexive Sociology*. The University Chicago Press.

- Brocklehurst, T. (1883). Mexico to-day a country with a great future and a glance at the prehistoric remains and antiquities of the Montezumas. John Murray. Disponible en: <https://archive.org/details/b24868267/page/n9>
- Bullock, W. (1824). Six months. Residence and travels in Mexico, II. John Murray, Albemarle-Street. Disponible en: https://archive.org/details/gri_sixmonthsres00bull/page/n7
- Butler, R. (1980). The Concept of Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. En R. Butler (Edit.), The Tourism Life Cycle. I. Applications and Modifications (pp. 3-12). Channel View Publications.
- De la Rosa, A. (29 de marzo de 2022). México fue el segundo país más visitado en 2021: OMT. El Economista. Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Mexico-fue-el-segundo-pais-mas-visitado-en-2021-OMT-20220329-0012.html>
- De Alva, I. (1985) Obras históricas. Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Históricas.
- De Torquemada, J. (1975). Monarquía indiana. Disponible en: <http://www.historicas.unam.mx/publicaciones/publicadigital/monarquia/index.html>
- Erskine Inglis, F. (1982). Life in Mexico. University of California Press. Disponible en: <https://digital.library.upenn.edu/women/calderon/mexico/mexico.html#VI>
- Gray, A. (1878). Mexico as it is. Being notes of a recent tour in that country with some practical information, as also some study of the church question. E. P. Dutton and Company. Disponible en: <https://archive.org/details/mexicoasitisbein00gray/page/n7>
- Gruel, V. M. (2017). La inauguración de la Carretera Panamericana. Turismo y estereotipos entre México y Estados Unidos. Estudios Fronterizos, 18 (36), p. 126-150. <https://doi.org/10.21670/ref.2017.36.a06>
- Guerrero, R. (2015). La construcción de una identidad cultural y el desarrollo del turismo en México. Pasos revista de Patrimonio y Turismo, 13 (5), p. 1019-1036. Disponible en: http://pasosonline.org/Publicados/13515/PS515_03.pdf
- Hernández, R. (1992). Rasgos de identidad nacional en la conciencia novohispana. Fuentes humanísticas, 2 (4), p. 28-41. Disponible en: [http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/1963/Rasgos de identidad nacional 04 04.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/1963/Rasgos%20de%20identidad%20nacional%2004%2004.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Howard, W. (1897). Journal of a tour in the United States, Canada and Mexico. Simpson Low, Marston and Company. Disponible en: https://archive.org/details/cihm_07249/page/n5
- Humboldt von, A. (1878). Sitios de las cordilleras y monumentos de los pueblos indígenas de América. Gaspar Editores. Disponible en: http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1080017404/1080017404_MA.PDF
- Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) (2020) Estadísticas de visitantes. <https://www.estadisticas.inah.gob.mx/>
- Iracheta, M. P. (2015). En busca de la Pompeya Mexicana. Las exploraciones de Leopoldo Batres en Teotihuacán 1905-1910. El Colegio Mexiquense, Universidad Autónoma del Estado de México, Gobierno del Estado de México.

- Lacarrieu, M. (2016). La alteridad y el exotismo en clave patrimonial turística. Aportaciones de la antropología. *Quaderns*, 32, p. 123-143.
- Mercado, E (2016). Patrimonio cultural y turismo en el México posrevolucionario. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* Vol 14 N° 4. Universidad de Laguna España. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/881/88146706016.pdf>
- Morales, G. y Hernández, J. M. (2011). Los stakeholders del turismo. *Tourism & Management Studies*, 1, p. 894-903. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=388743867081>
- Martínez, P. (2014) Los espacios de hospedaje en el siglo XIX. *Bicentenario*, 23, 30-41
- Mateos, J. (2006). El turismo en México: la ruta institucional (1921-2006). *Cuadernos de Patrimonio y Turismo Cultural*, 14, p.34-42.
- Mayer, B. (1847). Mexico as it was and as it is. G. B. Zieber and Company. Disponible en: https://es.wikisource.org/wiki/México,_como_era_y_como_es
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización. *Cuadernos de Turismo*, 35, p. 335-357. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>
- Ober, F. (1885). Travels in Mexico and life among the Mexicans. Estes and Lauriat. Disponible en: <https://archive.org/details/travelsinmexico0ober/page/n7>
- Prats, Ll. (2006). La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias. *PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 14 (58), p. 72-80.
- Rebok, S. (2002). La expedición americana de Alexander von Humboldt y su contribución a la ciencia del siglo XIX. *Bulletin de l'Institut français d'études andines*, 32 (3), p. 441-458. Disponible en: <https://journals.openedition.org/bifea/6080>
- Rubial, A. (2002), Nueva España: imágenes de una identidad unificada. En E. Florescano (Comp.), *Espejo Mexicano* (p. 72-115). Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Fondo de Cultura Económica.
- Sánchez, A., Vargas, E. y Castillo, M. (2017). Origen, concepción y tratamiento del ciclo de vida de los destinos turísticos: Una reflexión en torno al modelo de Butler. *Compendium*, 20 (38). Disponible en: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/880/88051773005/html/index.html>
- Schávelzon, D. (1983). La primera excavación arqueológica de América. Teotihuacán en 1676. *Anales de Antropología*, 20 (1), p. 121-135. Disponible en: <http://revistas.unam.mx/index.php/antropologia/article/viewFile/413/393>
- Secretaría de Turismo (2005). *Turismo en México. Treinta años de la Secretaría de Turismo. 1975-2005*. Secretaría de Turismo.
- Servicio Nacional de Turismo (2016). *Manual de Destinos. Elementos para la gestión de Destinos Turísticos*. Santiago de Chile. Servicio Nacional de Turismo. Disponible en: <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/Manual-de-Destinos-Elementos-para-la-gestio%CC%81n-de-destinos-turisticos-1.pdf>
- Tudor, H. (1834). Narrative of a tour in North America: comprising Mexico, the mines of Real del Norte, the United States, and the British colonies: with an excursion to the island of Cuba: in a series of letters, II. James Duncan, Paternoster Row. Disponible en: <https://archive.org/details/narrativeoftouri02tudorich>

Tylor, E. B. (1877). Anahuac. Mexico and the Mexicans, ancient and modern. Longmans Green Reader and Dyer. Disponible en: <https://archive.org/details/anahuacormexicom00tylo/page/148>

Wilson, R. (1856). Mexico: its Peasants and its Priests. Adventures and historical researches in Mexico and de silver mines during parts of the years 1851-52-53-54 with an expose of the fabulous character of the story of the conquest of Mexico by Cortez. Harper and Brothers Publishers. Disponible en: <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=yale.39002005504163&view=1up&seq=9>



Revista de Turismo e Identidad
V.3 n.2 – dic 2022 a may de 2023. Mendoza, Argentina
ISSN 2718 - 8205
<http://revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/turismoeidentidad>
pp. 117-162

Cultura, turismo y gestión territorial: el caso de Villa Mercedes y la fiesta de la Calle Angosta

Culture, tourism, and territorial management: the case of Villa Mercedes and the fiesta of Calle Angosta

 **Anahí Bordagorry**

Universidad Nacional de San Luis
San Luis, Argentina
anahibordagorry@gmail.com

 **Santiago Oviedo**

Universidad Nacional de Cuyo
Mendoza, Argentina
santioviedo08@gmail.com

 **Analía Huck**

Autora independiente
Mendoza, Argentina
veronicahuck72@gmail.com

 **Germán Collado**

Autor independiente
Mendoza, Argentina
neutrocrew@gmail.com

RESUMEN

El presente artículo presenta un trabajo integrador grupal¹ centrado en el análisis del fenómeno de las fiestas populares y su relación con las políticas culturales, turísticas y de planeamiento estratégico orientadas a promover el desarrollo local.

Se trata de un estudio exploratorio y cualitativo sobre el modelo de gestión territorial del municipio de Villa Mercedes, ubicado en la provincia de San Luis (Argentina) desarrollado con el objetivo de diseñar una propuesta de reactivación de alguna fiesta popular de la zona que se haya suspendido o pueda mejorarse mediante la planificación estratégica (Sttot y Ramil, 2014; Manito, 2008, Arroyo, 2003). El trabajo se enfocó en aquellos aspectos (fundación, historia, industria y cultura) de la ciudad de Villa Mercedes que permitieran reconstruir el perfil de la ciudad, mapear algunas fiestas populares, analizar el modelo de gestión y escala de políticas estratégicas asociadas a la cultura local, entender la relevancia de la Fiesta de la Calle Angosta (seleccionada por el grupo) y plantear una serie de ejes a trabajar para su reactivación o mejora que contemple la dimensión cultural, comunicacional y la participación ciudadana en función del desarrollo local (Romero,2021; Ciaglia,2020; Monasterio Aztobiza,2017; Quiroga,2013; Flores y Gil,2009, Pacheco,2006; Cerdeira, s./f.; Quiroga,2005; Tello,2004; Arroyo, 2003). Finalmente, se expone la propuesta de reactivación o una serie de pasos a tener en cuenta en función del logro de los objetivos mencionados, como por ejemplo, retornar a un modelo de cogestión de la fiesta con mayor participación de la sociedad civil, mejorar la comunicación con actores sociales y artistas involucrados en la festividad, recolectar y compartir información entre sectores y crear mecanismos que aumenten y aseguren la participación ciudadana en la reactivación y crecimiento de la fiesta como de la industria asociada

PALABRAS CLAVE: turismo; fiestas populares; políticas culturales; Calle Angosta.

ABSTRACT

This article presents an integrative team work focused on the analysis of the phenomenon of popular festivals and their relationship with cultural, tourist and strategic planning policies aimed at promoting local development. An exploratory and qualitative case study is carried out on the territorial management model of

¹Este trabajo incluye un resumen e introducción elaborado para presentar un trabajo integrador grupal desarrollado en el marco del Curso Superior Cultura, Turismo y Gestión Cultural brindado a trabajadores de la cultura de todo Cuyo, por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Facultad de Arte y Diseño y Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Cuyo, avalado por el Ministerio de Cultura y Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación.

Villa Mercedes Municipality, located in the province of San Luis (Argentina) aiming at designing a proposal for the reactivation of a popular festival that has been suspended or can be improved through strategic cultural planning (Sttot and Ramil, 2014; Manito, 2008, Arroyo, 2003). This work focused on those aspects (foundation, history, industry, and culture) of the city of Villa Mercedes that would allow to reconstruct the profile of the city, mapping some popular festivals, analyzing the management model and scale of strategic policies associated with culture. Locals understand the relevance of the Fiesta de la Calle Angosta (selected by the group) and propose a series of axes to work around for its reactivation or improvement that includes the cultural, communicational dimension and citizen participation based on local development (Romero, 2021; Ciaglia, 2020; Monasterio Aztobiza, 2017; Quiroga, 2013; Flores and Gil, 2009, Pacheco, 2006; Cerdeira, s./f.; Quiroga, 2005; Tello, 2004; Arroyo, 2003). Finally, a proposal or series of steps is presented based on the achievement of these objectives, where certain axes are considered essential, such as returning to a co-management model of the festival with civil society's greater participation, improving communication with social actors and artists involved in the festival, sharing information and generating the necessary mechanisms to increase and ensure citizens' participation in the reactivation and growth of the festival as well as the associated industry.

KEYWORDS: tourism; popular festivals; cultural policies; Calle Angosta.

Fecha recepción: 3 de agosto de 2022

Fecha aprobación: 24 de noviembre de 2022

Introducción

Desde el 2002, Villa Mercedes como muchas ciudades argentinas comienzan a desplegar planes estratégicos de urbanización y desarrollo como a conformar equipos o institutos destinados al diseño e implementación del planeamiento estratégico participativo (Pacheco, 2004; Quiroga, 2005). Dentro de este planeamiento, la dimensión cultural tiene sus especificidades y según indican algunos estudios, no ha sido suficientemente contemplada presentándose poca atención a la comunicación y la participación ciudadana en la implementación de la planificación estratégica, aun cuando estos aspectos son enunciados en la creación de ciertos organismos como el

IDPEVM² (Pacheco, 2004; Quiroga, 2005). Lo mencionado es relevante porque esos aspectos son centrales en la planificación de políticas públicas y gestión de fenómenos culturales (festividades, turismo, industria o economía cultural) en los que se pretende incidir y suponen procesos ecosistémicos que involucran tanto a los posibles visitantes o turistas como a los habitantes de la ciudad (Monasterio Astobiza, 2017; Quiroga, 2005; Toselli, 2004). En esa línea algunos investigadores destacan la necesidad de tener en cuenta la dimensión cualitativa de los fenómenos e industrias culturales que escapan a los enfoques económicos tradicionales y requieren de metodologías y perspectivas críticas usadas en las ciencias humanas y sociales aplicadas a un planeamiento y gestión territorial centrado en un modelo de desarrollo local que redunde en beneficio de las demandas o necesidades de la comunidad (Céspedes, 2019; Monasterio Astobiza, 2017; Toselli, 2014); Quiroga, 2013; Flores y Gil, 2009; Perles Ribes, 2006; Quiroga, 2005; Arroyo, 2003).

El presente trabajo expone los resultados de un estudio de caso de esas características, centrado en la caracterización del modelo de gestión y perfil de desarrollo local de la ciudad de Villa Mercedes ubicada en San Luis (Argentina), con el objetivo de analizar el grado de ajuste o escala de ciertos planes estratégicos en relación con fenómenos culturales (festividades populares) e industrias relacionadas y particularmente, el de desarrollar una propuesta de reactivación o mejora de la gestión territorial de una fiesta popular de la zona. En función de esa delimitación, el trabajo de investigación y elaboración grupal construye una aproximación global –perfectible– a la cultura y fiestas populares de la localidad, centrándose concretamente en uno los fenómenos culturales más emblemáticos de la ciudad de Villa

² Instituto de Planeamiento estratégico Participativo de Villa Mercedes, constituida por diferentes comisiones, entre ellas una de economía y cultura. Ver Pacheco, 2004.

Mercedes como es la Fiesta de la Calle Angosta e industrias relacionadas³ (Quiroga, 2013).

Metodología

Se trata de un estudio exploratorio, de corte cualitativo, de tipo descriptivo, histórico cultural o etnometodológico y prospectivo basado en el modelo de estudio de casos (Stott y Ramil, 2014); Firth, 2010; Urbano Gil, 2007). Se desarrolla según las etapas de un estudio cualitativo del tipo mencionado y se centra concretamente en el análisis del modelo de gestión del municipio de Villa Mercedes (San Luis), las fiestas populares de la zona y el ajuste de políticas públicas realizadas en relación con el perfil de desarrollo de la ciudad y cultura de la zona (Céspedes, 2019; Stott y Ramil, 2014; Cerdeira, (s.f.); Urbano Gil, 2007; Ribes, 2006; Arroyo, 2003). Se utilizaron metodologías cualitativas afines al estudio de caso y la etnometodología, tales como la discusión grupal, la revisión documental y la recolección de material en internet y a través de informantes claves o entrevistas informales a personas e instituciones relevantes, incluyendo la perspectiva de los investigadores (Monasterio Atobiza, 2017; Urbano Gil, 2017; Stott y Ramil, 2014). Tras el procesamiento y análisis de la información se construyó una aproximación al caso elegido orientada a identificar, clarificar y analizar elementos relevantes relativos a la descripción de los fenómenos culturales estudiados -en función de criterios teóricos previos- con el objetivo de producir una propuesta de reactivación o mejora de esta fiesta popular.

La publicación de los resultados obtenidos pretende aportar un recurso documental que sirva de línea base a futuros estudios, dada las escasas investigaciones formales encontradas respecto del caso analizado. En el sentido indicado, se espera que los datos aportados por este estudio contribuyan a ofrecer información clave para los habitantes de Villa

³ Ley de promoción de la industria musical (2006) y declaración de Villa Mercedes como Capital provincial de la música.

Mercedes, los organismos gubernamentales, centros de gestión cultural o investigadores independientes y favorezca tanto la discusión académica como el debate ciudadano y la colaboración interinstitucional respecto del desarrollo de políticas públicas culturales relacionadas a la preservación o reactivación del patrimonio cultural y desarrollo local –en este caso de Villa Mercedes- en función de las demandas de los habitantes de la ciudad y comprensión de fenómenos en estudio (Monasterio Astobiza, 2017; Stott y Ramil, 2014; Manito Lorite, 2008; Perles Ribes, 2006; Toselli, 2004; Arroyo, 2003)

Como se expuso, el trabajo grupal inicia con un estudio preliminar de diversos textos teóricos relativos al desarrollo local -entendiendo que este comprende procesos económicos, urbanísticos, turísticos, sociales y culturales- y posibilita herramientas heurísticas para comprender el modelo de gestión territorial y el ajuste de una planificación estratégica en función del perfil de una ciudad (Arroyo, 2003; Cerdeira, s.f.). Dicho estudio y el intercambio de experiencias sobre la vida cultural local o conocimientos de los integrantes del grupo (perspectiva de los investigadores) respecto fiestas populares en San Luis (capital) y Villa Mercedes, constituyeron instancias preliminares de la investigación, momento en que se selecciona el caso a estudiar (Stott y Ramil, 2014; Urbano Gil, 2007). Luego de la selección del municipio, se pasó a la recolección de fuentes documentales diversas sobre Villa Mercedes y sus fiestas (imágenes, textos documentales, recuerdos o experiencias relativas a festividades realizadas en la ciudad, entrevistas informales, aportes de informantes claves de habitantes de la localidad y municipio, fuentes radiales) aportadas por los integrantes del grupo como por personas, organismos e instituciones consultadas. Finalmente, se procedió al procesamiento de la información, organización del material y confección del informe grupal en función de las categorías analizadas (perfil de la ciudad, historia, modelo de gestión, políticas públicas en escala o fuera de escala, fiestas populares, actores sociales, propuesta de reactivación). Realizándose, no obstante, una nueva búsqueda de información sobre la

suspensión, merma y dificultades en la continuidad de la Fiesta de la Calle Angosta e industrias asociadas, de modo de corroborar ciertos datos e incorporar variedad de fuentes que reflejen las perspectivas de diversos actores sociales hasta lograr cierta saturación de la información mediante la triangulación de fuentes periodísticas, académicas y radiales (Okuda Benavides y Gómez Restrepo, 2005).

En función del análisis del caso como del cotejo realizado y recomendaciones de estudios anteriores, se elabora la propuesta de reactivación y mejora de la Fiesta de Calle Angosta, mencionando ejes o puntos clave a trabajar en una planificación participativa cultural para el logro del objetivo planteado en función del estudio de caso (Monasterio Astobiza, 2017; Stott y Ramil, 2014)

Resultados

Municipio de Villa Mercedes: caracterización y modelo de gestión (perfil histórico)

Caracterización

Geografía: Villa Mercedes está ubicada en la llanura pampeana. Originalmente fundada a ambas orillas del Río Quinto, solo en el norte, hoy se extiende entre el acoplamiento de las rutas nacionales 7 y 8. Se ubica a 732 kilómetros de Buenos Aires en el límite oeste, a unos 30 km del límite con la provincia de Córdoba y a unos 90 kilómetros de la ciudad de San Luis, capital.

Historia: Villa Mercedes comenzó siendo una posta en el camino conocida como “las pulgas”. Luego se transformó en un Fuerte Constitucional a instancia de los habitantes del Morro. Este Fuerte había sido construido con el objetivo estratégico de fortalecer la frontera frente a los indios ranqueles, así como de ampliar, colonizar o poblar nuestro país hacia el sur. Algunos autores registran que, en 1864, los ranqueles dirigidos por uno de los gauchos entraron al Fuerte, siendo este gaucho asesinado de un disparo por

un oficial “gringo” del Fuerte; a pesar de dos pedidos de alto el fuego realizados por el gaucho. Tras la muerte de éste, quien los capitaneaba, el malón huye y se dispersa (Tello Cornejo, 2004)

Tello Cornejo (2004) señala que el poblado adopta el nombre Villa Mercedes en honor a la Virgen o señora de las Mercedes y a pedido de los pobladores que eran oficiales del ejército y sus familias, más algunos extranjeros que vivían en el Fuerte. El nombre de Villa Mercedes, es aceptado por ley en 1861.

Población: La población original se reducía a los habitantes del Fuerte: eran integrantes el ejército, sus familias y algunos extranjeros, una población que los historiadores describen como muy católica o tradicional (Quiroga, 2013).

Desde el punto de vista censal, en 1869 la ciudad contaba con 1.596 habitantes y, en 1878, según el censo del Dr. Benjamín Dupont, cuenta con 4.549 habitantes. El incremento de la población a fin de siglo tuvo que ver tanto con la Campaña al desierto como con la instalación de las vías del ferrocarril y el creciente proceso de industrialización en la zona -a inicios y mitad del siglo XX-, cambios que se ven reflejados en el censo nacional de 1947 que registra que 25.912 personas habitan dicha localidad.

Faz administrativa: Villa Mercedes es declarada sección electoral en 1868. Y recién en 1874 nace el Gobierno Municipal. Hasta entonces las funciones correspondientes las cumplía el Jefe de Acantonamiento o del Régimen Militar del Fuerte Constitucional, que tenía como tarea custodiar la frontera del Fuerte. La primera Comisión Municipal fue creada en 1874 y dado que sus integrantes se adhieren a la revolución mitrista, al ser ésta derrocada les revocan el mandato. En 1875, se crea la Corporación Municipal con jurisdicción en Mercedes y el Morro que abarcaban el Tercer Departamento, delimitado mediante las ordenanzas correspondientes. Actualmente se denomina Departamento General Pedernera. Recién en 1886, se crea en San Luis y Villa Mercedes el Concejo Deliberante.

FloreCIMIENTO del comercio y personalidad de la “nueva ciudad”: la llegada del tren a Villa Mercedes en 1875, transforma la ciudad en un puerto “seco” que genera a los costados de las vías una nueva población que comienza a denominarse Estación Villa Mercedes. Se constituye o rodea de fondas, comercios y posadas, así como se llena de transeúntes y viajeros extranjeros que llegan y parten en el tren.

Esta actividad cambia o da nueva personalidad a Villa Mercedes que hasta 1882, es el lugar al que asisten en carruaje pobladores desde Mendoza y San Juan (donde el tren llegaría recién en 1885) a tomarse el tren que los conecta con Rosario, Córdoba y Buenos Aires. Esto fomenta el intercambio de todo tipo de productos en la zona, que llegan desde Mendoza (como vinos), San Juan (uvas, etc.) o entran a Cuyo desde las principales ciudades del país.

La llegada del tren no solo hace masivo el comercio de todo tipo de mercaderías, sino que implica un aumento de la seguridad y vigilancia ejercida por el ejército sobre el comercio como frente a los aborígenes y la gauchada que se refuerza con la conocida Conquista del Desierto que pretende extender el comercio y la urbanización hacia el sur.

El tren también cambia el modo en que se producían las comunicaciones ya que el vagón postal reemplazó a las diligencias y el servicio telegráfico se estableció por los hilos del ferrocarril (Tello Cornejo, 2004). Ver Foto 1.

Foto 1: Gente en la estación del Tren de Villa Mercedes



Fuente: Archivo Histórico Provincial

En 1892, Nación aprueba la resolución para la construcción de un edificio destinado a ser “Hotel de inmigrantes”. Este edificio se levanta a mitad del trayecto entre el Centro y la Estación de Mercedes, aunque finalmente no cumplió su destino, ya que fue sede del Regimiento y luego del Hospital Militar. Y en la segunda mitad del siglo XX pasó a ser la Casa Municipal.

Con el proceso de industrialización que significó el ferrocarril, también llegó la empresa harinera Molino Fénix. Dicha empresa era un eslabón de una serie de cadenas fundadas por la sociedad anónima presidida por Werner, con centrales en Rosario (Santa Fe) y que llegó a extenderse a Venado Tuerto (Santa Fe), Villa María (Córdoba) y Realicó (La pampa). Según relatos sobre el origen de esta empresa, Félix Máximo María expone que el alemán Werner había escuchado que en tierras lejanas a donde vivía existía una promesa para sus negocios. En esta empresa, alrededor de 1922, trabajaban un centenar de familias de la Villa, hasta que cierra sus puertas. Actualmente dicha empresa continúa existiendo bajo la denominación Molinos Fénix en

los lugares mencionados, además de Salto (Buenos Aires), menos en San Luis donde cerró hace décadas.

Cultura: se va tejiendo en torno a la camaradería entre trabajadores de la estación, ligados primero al ferrocarril, luego a la empresa harinera, la Calle Angosta y a lugares tradicionales de Villa Mercedes; zona en la que los habitantes comparten actividades sociales o culturales donde el canto, la música, la poesía se expresan en el folclore e idiosincrasia cultural con relevancia local. Esto se enfatiza al tomar trascendencia nacional la canción conocida como Calle Angosta que se vuelve un emblema de la ciudad de Villa Mercedes (Quiroga, 2013). La canción hace referencia a una calle de la ciudad con una sola vereda, la cual termina en el Molino mencionado. Dicha calle ha tenido diferentes denominaciones a través del tiempo, siendo conocida finalmente como Calle Angosta.

La conocida canción con el nombre homónimo, se refiere a la Villa Mercedes de la década del 60 rememorada por su cantautor, Zabala. La primer Fiesta de la Calle Angosta, surge por iniciativa de los actores locales y la municipalidad que buscan homenajear a la cueca cuyana de Alfonso y Zabala, tras el fallecimiento de este último. Así comienza a gestionarse en la segunda mitad de la década del 80, la Fiesta Anual de la Calle Angosta que va tomando auge popular e intenta definirse como Fiesta Nacional con la declaración de Interés Nacional en 2011 a petición o instancia del entonces intendente Mario Raúl Merlo.

Calle Angosta

Se ubica frente a la ex- estación del ferrocarril, inicia en Av. Los Álamos y finaliza en calle Belgrano. La historia de la Calle Angosta se remonta a la llegada de la primera línea del ferrocarril en 1875 (el Central Oeste Argentino). Allí se construyó una estación de trenes a unos cuatro kilómetros hacia el norte de la ciudad. A la altura del edificio de la estación, por detrás de las vías del tren, se fue configurando un angosto pasaje por donde pasaban los carros y carretas que traían la producción del norte de la

provincia para ser embarcado en los trenes que la llevarían hacia Buenos Aires. A la vera de esta calle, se fueron construyendo casas modestas que en su mayoría pertenecían a empleados ferroviarios que buscaban la cercanía a su lugar de trabajo. La calle se hizo más angosta cuando se tendió un alambrado que le quitó varios metros de ancho y aunque la intendencia solicitó a las autoridades ferroviarias que cedieran seis metros para mejorar la circulación de las grandes carretas, sólo se logró el ensanchamiento en dos metros. Eso le prestó la identificación de ser la calle angosta, de una vereda sola (Tello Cornejo, 2004). Ver Foto 2.

Foto 2: Placa Calle Angosta



Fuente: Intercountries (2020)

Tello Cornejo (2004) menciona que existe una arquitectura muy particular desde Los Álamos hasta Av. Mitre (1876 – 1915) pues se empiezan a construir casas sobre un terreno sin patrón definido, pues no había mensura. Inicialmente, era un barrio antiguo de obreros ferroviarios donde vivían 8 familias fundadoras y tras la crisis de 1929 comienzan a aparecer los almacenes y boliches en la Calle Angosta. Se cuenta que el ex jefe de la Estación de trenes, -quien defendía a socialistas ferroviarios –luego de ser

apartado de su cargo, decidió iniciar con el boliche Don Miranda situado sobre el sendero que luego se convierte en la conocida Calle Angosta. Estos locales y boliches, no eran sólo lugares de encuentro, copas y guitarreadas sino comercios abastecedores de ramos generales. Eventualmente, la zona se convierte en un conglomerado donde se mezclaban bohemios, trovadores, trotamundos, changarines, arrieros y vendedores ambulantes que llegaron con el auge de la Villa (Quiroga, 2013, Quiroga, 2005; Tello Cornejo, 2004).

En 1963, José Adimanto Zabala escribió la cueca “Calle Angosta”, cuya música fue compuesta por José Alfonso. Sobre esta composición musical, Zabala escribió: “Por eso, por tantos recuerdos que tengo de esa Calle Angosta, siempre tenía en mi mente, como una deuda espiritual, dedicarle algo que pudiera dejar imperecedero todo lo que yo viví en ese pedazo de tierra mercedina, y así fue que con tanto cariño compuse esta canción”⁴. Es en honor a esos cantores y esa cultura folclórica representada en las figuras de Alfonso y Zabala que desde 1969 “Calle Angosta” comienza a tomar un auge, primero como canción, luego como fiesta y referencia a ese pasaje de una sola vereda (Ver Foto 3). La canción, reconocida nacionalmente, llega “a ser interpretada por músicos de la talla de Mercedes Sosa, Carlos Torres Rivas, Julia Elena Dávalos y Los Chalchaleros, entre otros”⁵.

⁴ Diario de La República, 2014.

⁵ Portal Fiestas Nacionales, Provinciales y Populares, 2020.

Foto 3: Boliche tradicional de ramos generales, parte del patrimonio cultural emblemático de Villa Mercedes



Fuente: Foursquare (2016)

En las cercanías a la Calle Angosta, se encuentra el Anfiteatro “Alfonso y Zavala”, que es donde todos los años en el mes de diciembre se realizaba la Fiesta Nacional de la Calle Angosta. También entre las calles Pedernera y Balcarce, está la Plazoleta de las Artes, donde se hallan las piezas de arte que se desarrollan durante el “Encuentro Nacional de Arte Monumental” todos los años. La ciudad de Villa Mercedes posee museos históricos, ferroviarios y uno aeronáutico además de un circuito religioso, que se puede recorrer para conocer el patrimonio arquitectónico que distingue a la ciudad.

Sin embargo, por lo ya expuesto, el Boliche Don Miranda es uno de los edificios más emblemáticos de Villa Mercedes. Es parte del patrimonio cultural histórico de la ciudad y, no obstante, su cuidado ha estado en manos individuales, según indican fuentes periodísticas, de la señora Cristina Grosso, quien ha finalizado su gestión recientemente. Han colaborado con ella en los últimos años en la mantención de ese histórico lugar para la cultura mercedina, los folcloristas Zandra Risatti y Jorge Magaldi. Las mismas

fuentes indican que en esa tarea no han recibido ningún tipo de apoyo o inversión gubernamental municipal ni provincial para la refacción y gestión del lugar⁶ (Romero, 2021).

Complejos derivados del planeamiento estratégico

Parque La pedrera

La Pedrera es un complejo ubicado en el barrio La Ribera que se inauguró en 2017, mediante una licitación que transforma un basural en un parque e implicó una inversión de € 88.518.397,93 (Tomasevich, 2017). Se trata de un espacio donde se encuentra el Estadio Único de Villa Mercedes, con capacidad para 28.000 espectadores sentados con tribunas techadas que aspira ser sede de eventos internacionales de fútbol (González Lague, 2017). También cuenta con un amplio estacionamiento, un autódromo semipermanente, un anfiteatro que puede albergar hasta 5.000 espectadores sentados y La Arena que tiene un equipamiento técnico para shows alternativos y espectáculos, donde pueden desarrollarse diferentes prácticas deportivas, como básquet, vóley y tenis, entre otros. Cuenta con una fuente de aguas danzantes que incluye un sistema de chorros de agua a gran escala, luces led y música controlada por un sistema computarizado para brindar espectáculos sensoriales. El parque incluye escuelas generativas, un espacio de equinoterapia, un hospital con equipamiento, una comisaría y un cuartel de bomberos.

Navarrete, Reinoso, Giménez Lanza y Rosales (2018) indica que esta construcción que pasa de basural a megacomplejo, se anuncia en un momento en que el Gobierno de San Luis comunica estar en quiebra económica y existen otras demandas prioritarias por parte de distintos sectores, por lo cual se observa “en el espacio de la prensa fuertes disputas simbólicas que ponen en jaque el valor de la obra, su legitimidad, el papel que cumple la ciudadanía, entre otros” (p.1), que ponen de relieve en fuertes

⁶ El Chorrillero, 21 de noviembre de 2021.

disparidades no sólo discursivas entre medios comunicación, el poder y la ciudadanía.

Complejo Molino Fénix

Este complejo (Ver Foto 4) es una obra diseñada y reciclada entre 2007-2009, sobre los silos de la antigua empresa harinera Molino Fénix (Furograma, 2013).

Foto 4: Complejo Cultural Molino Fénix



Fuente: Fairoki – Wikipedia (2010) Licencia: CC BB-SA 3.0

Constituye un vasto centro cultural que actualmente incluye salas de cine (convencionales y 3D), un restaurante, boliches y una exposición de pinturas, bares, centro de convenciones, salas multiuso y la Casa de la Música dentro de la cual se encuentran 2 salas de grabaciones, habitaciones para los músicos, sala de conferencia de prensa, sectores de estar para músicos, lobby, sala de exposiciones y sectores administrativos. Tras la promulgación de la ley de fomento de la industria musical, este complejo es ideado para impulsar, mediante la Casa de la Música, la posibilidad de acceso de los

músicos locales a préstamos, subsidios, capacitaciones y grabación de calidad en pos del desarrollo de la industria musical local y de la provincia⁷.

Perfil de desarrollo y planificación estratégica participativa. Suspensión y merma de la fiesta de la Calle Angosta

La ciudad de Mercedes cuenta con 11.391 habitantes en un espacio de 47,65 km según el último censo de 2010. Por lo tanto, podemos clasificarla como una ciudad intermedia. Es la segunda ciudad cabecera de San Luis, correspondiente al departamento Pedernera. Constituye un centro industrial de gran relevancia en Argentina.

Por los datos sobre la historia de Mercedes y la Fiesta de la Calle Angosta, pareciera que el municipio ha tenido tradicionalmente un modelo de gestión asociada, al menos en relación con la Fiesta. Eso pareciera indicar, la sostenibilidad ininterrumpida de la misma a través del tiempo desde 1985 hasta 2015. Por otra parte, aunque es indiscutible que Villa Mercedes continúa siendo una ciudad industrial, aquel perfil definido en el siglo XX ha ido cambiando según indica el cierre de la empresa harinera Molino Fénix, la necesidad de leyes de promoción de las industrias desde el año 82, los cambios en la cultural local reflejados en la canción de la Calle angosta que evocan épocas pasadas y contrastan con la época presente donde el Complejo Molino Fénix se erige como organismo de promoción de la industria musical. Los primeros indicadores nos hablan de una posible crisis abrupta del perfil industrial de Mercedes en aquella época, el cual posteriormente se intenta recuperar mediante unas políticas determinadas. Respecto de los cambios mencionados, algunos investigadores señalan que Zabala compuso esa canción en una época en la cual existía muy poco empleo en Mercedes y los músicos como él debían buscar suerte en Buenos Aires (Quiroga, 2013). En cuanto al origen de la Fiesta es necesario destacar que esta surge en el relato de quienes buscan rememorar a los cantautores

⁷ Ley N° VIII-0512-2006.

Mercedinos, como una festividad que enarbola la canción y la historia de los trabajadores y cultura tejida en torno del barrio de la estación y la calle Angosta. Por la difusión que alcanza la canción mencionada a nivel nacional, como del auge que fue tomando la fiesta en el sentir y la memoria popular, se sanciona durante en el 2006 una Ley de Fomento de la Industria Musical que declara a Villa Mercedes como capital provincial de la música.

No obstante, Mercedes ha sufrido modificaciones en el sentido cultural e identitario en relación no sólo a crisis nacionales sino a cambios socioculturales, tecnológicos y culturales de nivel global que atañen a las industrias culturales (música, turismo y otras) y medios digitales que transforman las expresiones culturales, moldeando o configurando también la identidad o cultura local actual⁸ de la ciudad, produciéndose tensiones entre lo tradicional y lo contemporáneo, lo rural y lo urbano, lo popular y lo hegemónico, el nivel local y el nacional; nociones relativas a la dimensión cultural que no suelen ser suficientemente contempladas o analizadas en las políticas estratégicas (Cerdeira, s.f; Quiroga,2013). A esto se agrega la insuficiente participación ciudadana en la planificación estratégica, cierta falta de escala entre las políticas gubernamentales (provinciales) y las demandas populares que evidencian cierta falta de adecuación o escala de las políticas desarrolladas en función de las necesidades o demandas de la población. En ese sentido, algunos estudios de 2008 y 2009 indican “obras hechas desde el Estado Provincial, sin participación del municipio y por consiguiente con errores estratégicos importantes en cuando al crecimiento de la ciudad” (Flores y Gil, 2009, p.3). Sobre este punto volveremos luego.

Economía: Villa Mercedes es la segunda ciudad en importancia económica en la provincia de San Luis, cuya actividad productiva principal era y aún es en su mayoría, agrícola y ganadera. Según datos aportados por la página

⁸ Por ejemplo, de los pueblos aborígenes o autóctonos del lugar, los criollistas, los feminismos ligados al folclore contemporáneo, las danzas contemporáneas, urbanas, freestyle o fusión, la música electrónica folclórica contemporánea, etc.

oficial del Gobierno Provincial, este perfil cambió hacia la industria fabril a partir de la política de promoción industrial promovida por el Gobierno desde 1982. Dicha industria fabril se asienta entre la ciudad de San Luis y Villa Mercedes y en esta última, se distribuye en dos sectores, el Parque Industrial de Villa Mercedes (sobre ruta 7) y el otro al margen del río Quinto, al sur de la ciudad. La producción está orientada a la fabricación de alimentos, bebidas, cuero, madera, químicos y derivados del petróleo y productos metálicos. Según Flores y Gil (2009), hubo hasta 177 establecimientos fabriles en Mercedes, “de las ramas alimentación, metalúrgicas, plástica, química y textiles, generando casi el 40% del producto industrial de la provincia” (p.3). La industria lechera es una actividad de relevancia a nivel departamental. Más de medio millón de litros diarios de leche y depósito de queso en maduración con capacidad de almacenar más de 300 kilos⁹.

Por otra parte, las políticas actuales del Gobierno apuntan a promover y desarrollar el deporte, el turismo y la industria musical asociada a los complejos mencionados. Al respecto, datos del relevamiento censal de 2010, arrojan como resultado que el turismo no es relevante en Villa Mercedes. Datos más actuales brindan resultados similares, indicando que el índice de mayor permanencia de las personas en hoteles en Villa Mercedes tiene un promedio de un día y medio (Censo, 2018). Según el último censo turístico provincial oficial publicado en 2018, esto muestra que Villa Mercedes constituye solo una ciudad de paso para los turistas. Por lo cual puede concluirse que, si bien el turismo es un fenómeno promovido por el programa provincial, realmente no está por ahora asociado a una actividad económica de relevancia en Mercedes como indica el bajo índice de permanencia hotelera. En el sentido mencionado, la política puede considerarse fuera de escala respecto del perfil histórico de la ciudad, aunque también es claro que el turismo así medido (en relación con la actividad hotelera en la ciudad de Villa Mercedes) no aporta conocimientos

⁹ Estructplan, 7 noviembre de 2014.

útiles sobre otras dimensiones que puedan ser relevantes para medir los fenómenos asociados a eventos como fiestas populares que suelen ser menospreciadas en su impacto económico según señalan algunos estudios (Perles Ribes y Díaz Sánchez, 2019; Perles Ribes, 2006). En el sentido indicado, si la Casa de la Música y la ley de fomento de la Música pretenden constituir una inversión que entre otros objetivos, apoye el crecimiento de la Fiesta de la Calle Angosta, el desarrollo de la industria musical local y el turismo cultural de Mercedes y la provincia, entonces la participación ciudadana, la formación y producción artística como la comunicación con los artistas locales y la ciudadanía son fundamentales en una planificación estratégica que tenga como objetivo promover el crecimiento y sostenibilidad de la Fiesta e industria asociada (Quiroga, 2005; Quiroga, 2013).

Industria cultural: en cuanto a las actividades realizadas desde el Complejo Molino Fénix, no existen o no se encontraron informes o documentos que muestren políticas impulsadas e implementadas y resultados alcanzados mediante índices objetivos. La actividad de ambos complejos se supone orientada a generar un impacto positivo en el desarrollo y calidad de vida de los habitantes, aunque no se cuenta con datos objetivos y estudios longitudinales al respecto. En ese sentido, y puesto que se trata de un organismo financiado con las rentas generales de la Provincia, sería importante construir índices objetivos que permitan medir el alcance de los objetivos alcanzados (empleos generados, producciones realizadas, distribución y exportación de las mismas, impacto regional, nacional e internacional, impacto de los talleres en la salud o vida de los habitantes, etc.). Dicha información tendría que ser de acceso público como sucede con otras industrias.

Interesa destacar en relación con el tema que nos ocupa, que existe una Ley de fomento de la industria musical cuyo objetivo específico es promover las inversiones en ese ámbito y generar una oferta de empleo a nivel local y

regional, así como de fortalecer el desarrollo de la industria musical local. Esta ley, declara a la Calle Angosta y la ciudad de Villa Mercedes, como capital Provincial de la Música en su artículo 21 y en el resto de su articulado establece que el Poder ejecutivo provincial, como autoridad de aplicación, dispondrá los mecanismos para que se otorguen créditos, subsidios y programas de capacitación con el fin de fomentar la producción de la industria musical local. Al respecto no se encontraron datos oficiales sobre los mecanismos de otorgamiento de subsidios, convocatorias públicas realizadas para esos fines u otros índices que permitan evaluar el impacto de esas leyes, políticas y programas como de las inversiones realizadas, por ejemplo, en relación con la Festividad de la Calle Angosta o industrias asociadas a esta festividad. Sin embargo, los datos relevados parecen indicar que estas políticas tendrían una planificación escasa o centralizada, lo cual sumado a los indicadores de ausencia de índices de medición como a estudios que indican la disminución o baja participación ciudadana, permitirían inferir una falta de ajuste entre las políticas asociadas a estos complejos, la demanda de los actores locales, el perfil industrial de la ciudad y la promoción de la identidad cultural de la localidad en torno a la música cuyana. Al respecto un dato objetivo en favor de esta hipótesis es que el Festival de la Calle Angosta no se ha realizado ni en 2016 ni en 2017. En 2018 se redujo solo a la Fiesta Angosta que duró dos días (en lugar de extenderse octubre, noviembre y diciembre) y en 2019 tampoco se realizó por falta de fondos municipales¹⁰.

En síntesis, a partir de los datos expuestos y recabados, podemos considerar que actualmente parte del perfil de desarrollo económico e industrial de Villa Mercedes (ciudad industrial de productos tangibles) parece correr por un lado, mientras el desarrollo social o cultural (entendido además de un modo un poco dissociado como tradición o patrimonio cultural intangible y como industria cultural comercial) discurre por otro. Esto puede expresar como se

¹⁰ Diario de la República, 4 de septiembre de 2019.

indica, cierta falta de adecuación o escala entre las políticas en deportes, turismo y cultura y el perfil de la ciudad, así como fallas de planificación asociadas a un modelo centralizado de gestión donde se descuida la participación ciudadana efectiva y donde la dimensión cultural no se tiene en cuenta en la misma medida que otros sectores productivos (Monasterio Astobiza, 2017; Quiroga, 2003). En el sentido indicado, en el organigrama de la Municipalidad encontramos una Secretaría de deportes, turismo y cultura por una parte y de desarrollo social por otra. Lo que interesa indicar son las tensiones relativas a “la cultura” local como a las nuevas políticas estratégicas asociada a los complejos que parecen expresarse particularmente en relación con la Fiesta de la calle Angosta cuya sostenibilidad comenzó a entrar en crisis luego del año 2015. Por ejemplo, tensiones entre los organizadores locales y un modo tradicional de co-gestión de la fiesta (municipio-ciudadanía) que entra en dificultades con la aparición de nuevos actores sociales (organismos de planificación estratégica, complejo la Pedrera y Molino Fénix, Gobierno provincial, nuevo anfiteatro, cantores nacionales) y un modo centralizado de gestión de políticas asociadas a los nuevos complejos. Estas políticas buscan impulsar el cambio de “identidad” de la ciudad hacia el deporte, el turismo y una noción poco definida de “cultura” a nivel de los programas y acciones estratégicos. Las tensiones derivadas entre organizadores que rememoran una cultural local y el modelo actual se evidencian también a nivel de la programación musical del festival que parece realizarse de forma centralizada y desplazar actores locales. Esto agudiza, el contraste o tensiones entre una fiesta destinada a rememorar identidades locales y la actuación de artistas nacionales “foráneos” a la Fiesta; tensión que parece deberse más al cambio en la forma de organización de la festividad o falta de participación ciudadana en una planificación que tenga en cuenta una grilla más popular o en balance con el nuevo escenario y la industria musical nacional, considerada por algunos más comercial o capitalista (Quiroga, 2013).

La suspensión de la Fiesta durante unos años luego de 2015 parece ser correlativa a las tensiones mencionadas y el cambio en el perfil de co-gestión de la Fiesta hacia un modelo centralizado de gestión gubernamental (municipio-provincia) asociado a los Complejos, Molino fénix y La Pedrera. Esto último se infiere, dado que el actual intendente de la ciudad, Maximiliano Frontera, ha sido anteriormente director del Parque la Pedrera y es lícito suponer que conoce, comparte y apoya el programa estratégico que implicó la construcción de ambos complejos, destinados a promover el turismo, el deporte y la cultura.

Por otra parte, en cuanto a las políticas culturales de esos complejos, no encontramos datos públicos oficiales sobre el diseño e implementación de políticas llevadas a cabo por los mismos, su impacto objetivo en el desarrollo local. En el sentido que venimos señalando, es claro que justamente lo que queda desdibujado en dichas políticas es la participación ciudadana y la definición de cultura como parece indicar la suspensión de la fiesta popular en los años indicados. Entre las causas primordiales de la suspensión y merma de la Fiesta se expone la falta de recursos financieros municipales, mientras otros estudios indican que el modelo de gestión municipal de Villa Mercedes es –años atrás– un modelo de gestión basado en la prestación de servicios (Flores y Gil, 2009; Quiroga, 2005); por ende podemos inferir que no existe una planificación estratégica cultural centrada en un modelo de desarrollo local que involucre la participación ciudadana en relación con fenómenos socioculturales relevantes como la Fiesta de la Calle Angosta e industrias asociadas.

Por otra parte, aún ante la falta de datos oficiales y en base a lo expuesto anteriormente, pueden hacerse algunas hipótesis o apreciaciones. Por ejemplo, que el Festival Nacional de la Calle Angosta aún no ha sido mapeado o medido como fenómeno en relación con los nuevos ejes estratégicos como el turismo y la industria musical o no ha sido formalmente estudiado como un evento con impacto a nivel de la economía local (informal o formal) o regional, como tampoco otras industrias culturales o creativas en relación

con el turismo regional (Perles Ribes, 2006). El desconocimiento de este dato es relevante y al igual que la ausencia de otros ya mencionados como, de observaciones de investigaciones anteriores respecto de la planificación estratégica y modelo de gestión del municipio de Mercedes, (Quiroga, 2013; Quiroga, 2005; Flores y Gil, 2009; Pacheco, 2006) permite suponer escasa o poca planificación en lo que respecta a políticas culturales, tanto en términos de promoción del desarrollo local como de una gestión cultural que considere el impacto de las festividades y la participación ciudadana en el planeamiento estratégico cultural de Villa Mercedes.

Si bien no existen datos objetivos sobre el impacto económico de la Fiesta de la Calle Angosta, en base a las diversas fuentes consultadas como a la historia y continuidad de la fiesta antes de 2015, puede inferirse que al ser un fenómeno establecido o esperado todos los años, tenía cierta trascendencia en cuanto a articular economía formal e informal, gastronomía, producción artística, números musicales, turismo interno o regional, en los días previos y posteriores a la Fiesta¹¹. En este sentido, investigaciones recientes sobre fiestas populares y su proyección turística, indican que es un error menospreciar el impacto económico de estas festividades -en comparación con los macro eventos- ocupan un lugar relevante en las economías de las comunidades (Perles Ribes, 2006).

Relevamiento de fiestas locales. Origen de la fiesta y festival de la Calle Angosta

Entre las fiestas populares o culturales de Villa Mercedes, algunos integrantes del grupo recuerdan que en esa localidad en algún momento se realiza la Fiesta del Río Quinto, una fiesta con gestión entre el municipio y otros actores sociales, con participación de músicos y artistas locales. Dicha fiesta implicaba gastronomía, danza, música y al parecer se dejó de hacer. Otra Fiesta que se realizaba a veces era la Fiesta de los inmigrantes, la cual

¹¹ Diario La República, 23 de enero de 2020.

en ocasiones conformó parte de la serie de eventos incluidos dentro del Festival de la Calle Angosta. Y por supuesto, la fiesta más importante realizada en la Villa, es la Fiesta de la Calle Angosta que enarbola la música local en torno a la famosa canción con ese nombre. Por la relevancia de esta fiesta, su relación con la industria musical y cultural, como por los datos sobre la suspensión o merma de la misma, elegimos esta festividad para desarrollar el presente trabajo en torno a propuestas de recuperación o reactivación de fiestas culturales locales.

Fiesta de Calle Angosta

La canción Calle Angosta es un emblema de la música cuyana, en tanto esa tonada ha tomado trascendencia nacional en voz de su autor Zabala, quien migró hacia Buenos Aires. Según Quiroga (2013), dicha canción es la más conocida por ser interpretada por músicos nacionales de la talla de Mercedes Sosa y Los Chalchalers, entre otros. Al respecto, se menciona que Zabala compuso la canción como forma poética de recordar su infancia en Mercedes y que, al igual que “Recuerdos Mercedinos” de Rubén Moreira y Alfredo Alfonso, retratan los tradicionales lugares sociales icónicos relacionados a la cultura e identidad mercedina de los años 50 y 60 como “el canal, la calle angosta, el Río quinto, los bretes, la calle 25 de mayo y el terraplén” (p.9). Por lo mismo, la fiesta de la Calle Angosta nace posteriormente con el propósito de homenajear a los autores de dicha canción popular Alfredo Alfonso y Adimato Zabala, dado que este último había fallecido y la Fiesta terminaba de cerrar el homenaje al mismo (Quiroga 2013).

En torno a esos recuerdos, lugares y cantautores, se va gestando la Fiesta Nacional de la Calle Angosta, la fiesta más importante de la ciudad de Villa Mercedes. Surge en 1984 o 1985, desde los vecinos de la zona de la estación, como de artistas folclóricos locales, y se gestiona de forma conjunta u orgánica con la intendencia municipal. Desde esos años, la Fiesta se produjo de forma ininterrumpida - a excepción del año 1986- y fue tomando auge como Festival. Su realización se fijó siempre el 2, 3 y 4 de diciembre porque esas fechas ponen en contexto la celebración del aniversario de la fundación

de Villa Mercedes. La Fiesta creció hasta convertirse en un Festival e incluir otras fiestas o encuentros previos implicando una serie de eventos en octubre, noviembre y diciembre como: Calle Angosta Adultos mayores, Canta Cuyo, Callecita Angosta, Fiesta de los Inmigrantes, Festival del Bailarín y obviamente, la Fiesta de la Calle Angosta (Quiroga, 2013). Luego se anexó también en el predio del Complejo Molino Félix, Calle Angosta Rock.

El Complejo Molino Fénix, en tanto creado para promover la cultura, especialmente la industria musical, aunque también el deporte y el turismo, fue construido en el lugar que antaño ocupaba la empresa harinera tradicional con ese nombre. El cantautor Feliz Máximo María fue invitado especialmente a la inauguración del Teatro del complejo para relatar a las nuevas generaciones sus recuerdos, como una forma de poner en valor los lazos entre dicho proyecto y la antigua empresa que antes funcionaba en ese lugar. Según medios periodísticos, el relato del folclorista comenta la relación de cercanía entre el gerente de esa empresa y su familia. Por ejemplo, que cuando era pequeño recordaba que el gerente lo invitaba a tomar el té, que la esposa del gerente era madrina de su hermana y que le había regalado una máquina de coser a su mamá. Hechos que recordaba con nostalgia como significativos para él y su familia. Respecto del funcionamiento del Molino en aquella época expresa:

El molino resplandecía, para los aniversarios y en fechas patrias colocaban la bandera patria en el silo más alto para que flameara en esta tierra de la tonada, donde cada familia palpita al son de una guitarra... por esta calle corría el agua caliente que enfriaban los motores del molino por la que día tras día pasaba Zabalita que trabajaba en los colectivos que pasaban por la Av. Mitre¹².

¹² Diario de la República, San Luis, 2013.

En la inauguración del Teatro de La Calle Angosta, dicho cantautor también contó anécdotas sobre la vida de José Adimanto Zavala, autor de la canción “Calle Angosta”, entre otras composiciones folclóricas.

No hay duda de que se ha intentado unir el pasado local con el planteo de un proyecto presente y de futuro, mediante el establecimiento de una relación entre el lugar simbólico asociado a aquella empresa importante para los habitantes de La Estación y el Complejo Molino Fénix como centro de la industria musical construido en ese sitio. Dicho simbolismo fue el andamiaje sobre el cual se proyecta la reconstrucción del Complejo Molino Fénix como símbolo industrial trasladando esa metáfora al campo de la música o industrias culturales.

El Complejo Molino Fénix y la Casa de la Música como las actividades artísticas y políticas desarrolladas en esos organismos, son financiados con fondos públicos provinciales conforme a leyes, reglamentaciones y políticas presupuestarias correspondientes. Tienen entre sus objetivos formales promover la cultura e industria musical local. Siendo la enseñanza y comunicación un eje importante al respecto, sería importante que pudieran exhibirse en la página de dicho organismo los mecanismos arbitrados en la reglamentación de la Ley de Fomento de la Industria Musical¹³ así como datos que compartan con los artistas y la ciudadanía las políticas e inversiones desarrolladas cada año y sus resultados (como por ejemplo, concursos realizados, subsidios otorgados, músicos/músicas o bandas ganadores de los mismos, convocatorias docentes, cantidad de intérpretes y compositores locales que accedieron a los beneficios contemplados en la ley o a realizar grabaciones en la Casa, índices sobre consumo musical local, regional y nacional, formatos y plataformas de distribución, derechos o propiedad intelectual generados o asociados a esa industria; capacitaciones

¹³ Desconocemos si fue promulgada la reglamentación donde se detalla el mecanismo relativo al acceso de préstamos, subsidios por parte de los músicos de la región. No fue encontrada en internet por el grupo.

llevadas a cabo, estudio de públicos, de recepción, etc.), a modo de medir y exponer objetivamente el impacto de las mismas a nivel local.

Actores sociales asociados a la fiesta de la Calle Angosta

A los actores intervinientes en la Fiesta los clasificamos en provinciales y locales:

Actores Provinciales:

- Complejo Molino Fénix (Casa de la Música): El objetivo de la Casa de la Música es promover la industria de la música, diversas actividades artísticas, la cultura, el deporte y la educación mediante la organización de eventos con relevancia local, provincial, regional, nacional e internacional.
- Gobierno de la Provincia de San Luis.

En la página del complejo Molino Fénix no encontramos referencias directas a la Fiesta de la Calle Angosta, no se muestra ningún organigrama que permita identificar a las autoridades, administradores y empleados del mismo. Los Talleres realizados en el Complejo en 2021, son en su mayoría de actividades físicas o danzas urbanas como hip hop, ritmos latinos, zumba, yoga y solo dos son de folclore y música, por lo cual se evidencian cursos sin mucha relación con una determinada política educativa o cultural centrada en el desarrollo local. En el sentido indicado, las propuestas no aparentan seguir ninguna programación, de promoción del deporte y la cultura ni programarse mediante convocatorias abiertas y públicas o licitaciones como corresponde a un organismo gubernamental. Los cursos que aparecen en la página web solo se nombran, sin mostrar descripciones de ningún tipo que acompañen el título. No se muestran los días y horarios en los casos en que esto sucede no se detalla el programa educativo implicado (por ejemplo, en el caso del Programa de formación docente para músicos). No se encontró en Internet ningún dato público (ej. Programa Cultura, área de turismo de Villa Mercedes o Censos) respecto de la implementación de programas

asociados al Complejo Molino fénix en general y Casa de la Música en particular como tampoco respecto de la Fiesta de Calle Angosta. A excepción del Concurso de Fotografía “Calle Angosta en Foco” organizado durante el Gobierno de Claudio Poggi que fue encontrado durante las búsquedas en una página del Programa San Luis cine y música. Asimismo, un post sobre el lanzamiento del sello “Calle Angosta Discos” donde se menciona la proyección de 18 lanzamientos entre los cuales se incluye a Julia Zenko (datos del 2009 y el 2010). Actualmente, en la página del Molino Fénix se enlaza un acceso al Sello San Luis Disco y otro a la Casa de la Música.

Actores locales:

- Comisión permanente (84- 85). Presidente Pedro Mesa Marcelino Vidal (jefe de la estación de villa mercedes). Luisa Montoya Miguel Ángel Núñez. Juan Alberto Herrera Manuel Puebla. Víctor Ramón Becerra. Revisores de cuenta: Ana María Polaco. Letrado Roberto Pereira (Representante de clubes, entidades y sector independiente).
- Instituciones del Barrio Estación Villa Mercedes que realizaban espectáculos en el escenario y fuera del escenario.
- Asociación de Comerciantes y Vecinos unidos de la Zona Estación que en 2004 apoyaron la iniciativa del entonces Gobernador Alberto Rodríguez Saá para la compra del Complejo Molino Fénix por parte del Gobierno de la Provincia de San Luis.
- Equipo de profesionales de la Municipalidad de Villa Mercedes (co-gestores con el equipo del gobierno de la provincia del proyecto Complejo Molino Fénix).
- Comisión “Calle Angosta” con apoyo del gobierno provincial y la municipalidad de Villa Mercedes (2015) – Mario Raúl Merlo (intendente Mercedes), Marcelo Ciaglia (municipalidad Villa Mercedes)

- Radio programa sobre Folclore de villa Mercedes. Marcelo Ciaglia. Conductor del Programa “Recuerdos y Herencias” de la radio 94.1 sobre el folclore cuyano.
- Gobierno municipal: Maximiliano Frontera (intendente actual), Mario Raúl Merlo (intendente anterior).
- Deporte, Cultura y Turismo de la intendencia de Villa Mercedes (actual).
- Músicos del Folclore local y nacional: El Grupo Puntano, El Trébol Mercedino, Los Guzmán, Los Trovadores Mercedinos, Walter Sapino, Jorge Viñas, Los Trovadores de Cuyo, Nacencia, Algarroba.com, La Cautana, Los Guzmán; “el Negro” Ferreyra, Alma de Guitarra, “Pocho” Sosa, Los Indios Tacunaú, Enrique Espinosa, Hugo Varela, Los Tekys, Las Cuerdas Mercedinas, Ecos del Ande, El Trébol Mercedino, Walter Sapino, Montuelle Dúo, Lissandro Bertín, Alma de Guitarra, Los Compadres, La Callejera, Soledad Pastorutti, Chaqueño Palavecino, Valeria Linch, Mariano Martínez (Ataque 77), Raúl Lavié, Jorge Rojas, entre otros que participaron en el escenario de Calle Angosta.

Entre los actores sociales locales mencionados podemos distinguir a la sociedad civil, especialmente aquellos relacionados a la organización tradicional de la fiesta (actores no gubernamentales), pertenecientes a la localidad villamercedina. También se relevan actores gubernamentales, municipales y actores del ámbito musical local y nacional que han participado en la Fiesta. Una de las tensiones originadas entre estos actores y los mencionados anteriormente, parece girar en torno al desplazamiento o cambio de los días festivos tradicionales hacia el período vacacional (verano). Esto pone en tensión dos referencias distintas de la Fiesta, que realizada en diciembre pone el foco en el aniversario de la fundación de la ciudad de Villa Mercedes. Y la que resalta la esencia de la fiesta en el sentir popular centrado

en el homenaje a Zavala y Alfonso y el bagaje cultural relacionado a la calle angosta. Otra de las tensiones identificadas está en relación con la producción musical del Festival donde disminuye la participación de los actores locales, se evidencia falta de apoyo al cuidado de ciertos lugares tradicionales como el Boliche Don Miranda y existe un cambio del modelo de co-gestión de la Fiesta que descuida la participación ciudadana. Se evidencia tras el 2015, un cambio hacia un modelo centralizado de gestión de la Fiesta con la aparición de nuevos actores provinciales y las políticas asociadas a los complejos y los nuevos escenarios con el desplazamiento de las figuras locales en favor de una mayor participación de figuras del folclore nacional, romántico o comercial ante lo cual se crean ciertos conflictos o asimetrías, puesto que personas y artistas dedicados a contribuir y cuidar el patrimonio folclórico local se ven desplazados del escenario de la Fiesta o no son claros los mecanismos de selección para la participación artística en la misma¹⁴. Por último, como ya se mencionó, la alta financiación relativa a complejo culturales (molino fénix y casa de la música) contrastan con la desfinanciación, suspensión, merma de la Fiesta de la Calle Angosta en los años mencionados (2015-2019). Esto se ha expresado en diversos grados de malestar social en las voces de distintos actores sociales que demandan horizontalidad y claridad en cuanto a la organización y posibilidades de participación o toma de decisiones en torno a la fiesta según indican diferentes medios de comunicación (Quiroga, 2013).

Consideraciones sobre las dificultades relevadas respecto del sostenimiento de la fiesta

El cese y merma del Festival de la Calle Angosta luego 2015, implica la disminución de la participación ciudadana en la construcción de la Fiesta y parece haber tenido una repercusión negativa a nivel sociocultural en cuanto constituía una festividad tradicional que es parte de las costumbres e

¹⁴ Radio la Red Villa Mercedes, 2020.

identidad de la Villa. En 2018, la fiesta se realizó en un nuevo anfiteatro pero se suspendió nuevamente en 2019 –según indican medios periodísticos locales- por dificultades financieras del Municipio debidas “a la crisis económica nacional”¹⁵. Según Flores y Gil (2009), estas dificultades en la gestión municipal parecen ser crónicas y caracterizan al modelo de gestión municipal como no centrado en el desarrollo local sino en un modelo de prestación de servicios básicos. Sin embargo, en esa época -a diferencia de 10 años después tras la construcción de los complejos- no se habían manifestado dificultades respecto de la sostenibilidad de la Fiesta, ni con anterioridad, según indica su desarrollo ininterrumpido de la misma desde 1985 hasta 2015. Luego de esta fecha como en los años subsiguientes, correlativos a la construcción del complejo de la Pedrera que supuso una elevada inversión, si se manifiestan dificultades que parecen expresarse en torno de la Fiesta o Festivales. En el caso de la suspensión de 2019, las comunicaciones periodísticas refieren que el municipio no dispone de fondos para realizar la fiesta popular. Ese mismo año, los organismos provinciales - que pueden considerarse actores sociales relevantes en relación con el desarrollo (o planificación conjunta) de dicha Fiesta- recibieron¹⁶ -según el presupuesto de Hacienda-, más de 16 millones de pesos para el Fomento de la industria musical y un poco más de 18 millones para el desarrollo de las distintas actividades impulsadas por el Complejo Molino Fénix. Esto contrasta con la imposibilidad de llevar adelante una Fiesta popular emblemática de Villa Mercedes como la Fiesta de la Calle Angosta y el objetivo de dicho complejo que fue creado para promover la cultura local. Como se mencionó, la suspensión de la Fiesta se atribuye a la falta de presupuesto municipal, situación que perduró en el 2020, año en el cual para promover la realización de la Fiesta hubo una donación o aporte directo

¹⁵ Diario de la República, 2019.

¹⁶ Según el presupuesto publicado por Hacienda, la Secretaría de la Gobernación transfirió más de 35 millones a la Casa de Música en 2019 para mantenimiento y talleres de canto, piano, guitarra y coro polifónico.

del Gobernador Alberto Rodríguez Saá al municipio, según indican diarios locales¹⁷. Puede concluirse que los conflictos subyacentes a la merma de la Fiesta exceden las dificultades de financiación (nivel municipal), contrastan con el desarrollo de las nuevas políticas culturales relativas a los complejos (nivel provincial), evidencian falta de co-gestión y planificación cultural sinérgica entre provincia –municipio- ciudadanía respecto del patrimonio cultural y la gestión de la Fiesta con miras al desarrollo local. Y finalmente, revela inconsistencias respecto de la planificación (o ausencia de la misma) e inversión en relación con las industrias culturales, deporte y turismo.

Por otra parte, el desplazamiento de ciertos actores sociales de la fiesta y la escasa consideración de la participación, demandas o necesidades de la comunidad si bien hablan de un modelo de gestión centralizado (provincial) unido al desarrollo de nuevas políticas asociadas a los complejos mencionados (Molino fénix y La Pedrera) no difiere del modelo de gestión anterior en donde también se destaca una insuficiente planificación estratégica participativa e incluso una escasa formación del personal gubernamental (Flores y Gil, 2009; Quiroga, 2013; Quiroga, 2005; Toselli, 2004). Como se mencionó, estos aspectos parecen ser crónicos según sugieren diversas investigaciones (Flores y Gil, 2009) que indican que el modelo de gestión municipal de Villa Mercedes no se centra en un modelo de desarrollo local y, el personal gubernamental cuenta con un bajo nivel educativo y de profesionalización. Otros estudios muestran el retraimiento de la participación ciudadana en la planificación estratégica incluso cuando se han creado organismos con ese fin, debido al avance de los organismos ejecutivos (Flores y Gil, 2009; Quiroga, 2005; Quiroga, 2013). Quiroga (2005) señala al respecto, que la participación de los vecinos frente al Estado fue considerada en la planificación estratégica al crearse el IDPEVM¹⁸ y, sin embargo, “desde el año 2002 al 2004 la participación ciudadana disminuyó

¹⁷ Diario Con vos San Luis, 2020.

¹⁸ Instituto de Planificación Estratégica de Villa Mercedes.

notablemente debido a la formulación del plan y al comienzo de ejecución del mismo por organismo ejecutivo: la Intendencia Municipal” (p.15). Navarrete et al. (2018) indica respecto de la consulta a la ciudadanía sobre la construcción de La Pedrera inadecuación de los medios empleados o fallas en la transparencia. Pacheco (2006) adjudica o interpreta dicho fenómeno (baja participación de la ciudadanía, fracaso de planificación estratégica participativa y centralidad de la gestión gubernamental) como un factor de hegemonía donde “participación ciudadana” es una enunciación que invisibiliza ese factor.

Por lo expuesto, el eje de intervención relativo a la comunicación y participación de la comunidad e instituciones u organizaciones culturales independientes de Villa Mercedes, se vuelve doblemente relevante para la planificación de la reactivación y democratización de “La fiesta de todos” como suele denominarse a la Fiesta de la Calle Angosta. La necesidad de la participación de los habitantes de la localidad en la implementación de la planificación estratégica cultural es importante no solo respecto del crecimiento auténtico de la fiesta sino de los cambios y mejoras que puedan introducirse en la misma. Igualmente, respecto de la integración o crecimiento de la industria asociada (ej. peñas, gastronomía, turismo, economía solidaria, etc.), que sería adecuado considerar en una planificación estratégica participativa centrada en las industrias culturales, si se pretende fomentar la industria cultural local y la Fiesta de la calle Angosta, entre otros programas. Diversos investigadores señalan al respecto, la importancia de tener en cuenta el eje comunicacional, socio-cultural y el modelo de desarrollo local o humano vinculado al desarrollo económico, lo que vuelve relevante asegurar la participación ciudadana en la planificación estratégica cultural de modo de generar confiabilidad y sinergia entre Estado y ciudadanía, en pos de un programa con impacto a nivel del desarrollo local (Arroyo, 2003; Cerdeira, s.f; Céspedes, 2019; Perles Ribes, 2006; Perles Ribes y Díaz Sánchez, 2019; Quiroga, 2013; Quiroga, 2005, Toselli, 2004).

Por lo mencionado, consideramos los puntos mencionados como importantes a tener en cuenta respecto de una propuesta de reactivación y crecimiento de la Fiesta de la Calle Angosta que involucre la participación ciudadana. Distintos estudios mencionan que abordar fenómenos culturales requiere eludir modelos reduccionistas limitados exclusivamente a la estadística, siendo necesario incluir instrumentos cualitativos que se centren en el desarrollo local y el análisis de la cultura como herramienta (Arroyo, 2003; Cerdeira, s.f.; Céspedes, 2019; Monasterio Astobiza, 2017; Toselli, 2004). Se señala la realización de trabajos de campo, el uso de nuevas tecnologías, como de metodologías cualitativas tradicionales pertenecientes a las ciencias sociales y humanas, como los grupos focales, el trabajo con la comunidad o ciudadanía como aspectos relevantes en el diseño e implementación de políticas relacionadas al área cultural, siendo igualmente importantes la perspectiva del investigador (formación) junto a la de los diversos actores involucrados en esos fenómenos sociales (Céspedes, 2019; ; García Merino, Peña Cerezos y Rodríguez Castellanos, 2015; Perles Ribes, 2006; Perles Ribes y Díaz Sánchez, 2019). Parafraseando a Pacheco (2006) señala al respecto “que una democracia participativa debe proveer instrumentos precisos para que el conjunto de los ciudadanos pueda hacer efectiva su influencia y ser traducible en prácticas, debe ofrecer a los actores sociales “oportunidades de participación” (p.6).

Propuesta de reactivación de la Fiesta Nacional de la Calle Angosta

Quiroga (2013) indica que “las fiestas urbanas y populares son lugares de identificación de una historia, de una cultura, de recreación de la misma y a la vez un lugar de confrontación desde donde reconocerse y establecer posiciones” (p.1). En función de ello y todo lo expuesto anteriormente, se propone una serie de pasos a seguir para elaborar una propuesta de reactivación y crecimiento de la Fiesta de la Calle Angosta con participación ciudadana que sea asegurada por una planificación estratégica participativa centrada en la economía cultural o el desarrollo local. Estos pasos no son rígidos y se describen de forma general:

- i. Aplicar metodologías mixtas (cualitativas y cuantitativas) y participativas (ej. grupos focales, encuestas, entrevistas a artistas, asambleas, comisiones, etc.) para indagar la visión de los artistas y pobladores de la Villa respecto del problema relativo a la interrupción de la fiesta, dificultades en su reanudación, sostén o crecimiento ampliando la línea del presente estudio. Sería importante investigar si sienten que la fiesta de la calle angosta les representa, desearían reactivarla o no y realizar un diagnóstico participativo de la situación que re-construya la perspectiva de los habitantes de la localidad teniendo en cuenta los diversos actores sociales ligados a la Fiesta, el cuidado o preservación del patrimonio cultural asociado y la consideración de su participación o no en el diseño e implementación de políticas culturales relacionadas. Uno de los objetivos de este tipo de acercamiento sería construir indicadores que permitan evaluar y medir el impacto de la fiesta como evento de forma longitudinal y por dimensiones (turismo interno/regional/nacional, economía social/informal/formal, industrias artísticas y culturales, estudio de públicos, participación ciudadana, etc.). Otro aspecto a tener en cuenta es la recepción u opinión de los habitantes, asistentes y turistas sobre la Fiesta para lo cual sería importante incluir metodologías diferentes a las tradicionales asociadas a las nuevas tecnologías (Perles Ribes y Díaz Sánchez, 2019). Quiroga (2013) menciona al respecto, la necesidad de realizar “estudios contextuales de recepción sobre este tipo de manifestaciones culturales, ya que además de reformular las relaciones entre cultura y poder, se hace necesario reconocer las estructuras específicas del consumo cultural” (p.11).
- ii. Planificar instancias como encuentros o convocatorias que sean productivas para las organizaciones y ciudadanía animándolos no solo a asistir y aportar información sino compartiendo la

información resultante y datos obtenidos con ellos de forma conjunta y objetiva (diagramas, visualización de los datos sistematizados, estadísticas, etc.). Esto es vital dentro del diseño de mecanismos que aseguren la participación en las diversas instancias de construcción (planificación estratégica participativa) relativa a la recepción, reactivación, sostén y crecimiento de la Fiesta en distintas áreas de la industria asociada (gastronomía, música, peñas, danza o espacios de turismo cultural, bares típicos, circuitos turísticos locales, etc.). De modo de abrir oportunidades tanto a la participación de la ciudadanía, mediante proyectos socios productivos que puedan integrarse dentro de la planificación relativa a la Fiesta, como a la industria asociada conectando estos procesos con otros vinculados a otros circuitos locales y regionales lindantes.

- iii. Indagar respecto la visión de los vecinos sobre las tensiones o conflictos, relativas a la suspensión, falta de continuidad, financiamiento, sostén, organización o programación artística de la fiesta, funcionamiento de áreas de gestión culturales provinciales o pertinentes del municipio. Proponer instancias destinadas a la operacionalización de problemas, objetivación de los mismos y elaboración de posibilidades de abordaje.
- iv. Convocar a artistas del campo independiente de la música, la danza, artes visuales y teatro de Villa Mercedes y el resto de San Luis que quieran participar de la reactivación y/o mejora de la fiesta asegurando la transparencia o independencia y variedad de las propuestas como la remuneración del trabajo de los artistas mediante mecanismos públicos. Extender la invitación a organizaciones de artistas feministas locales como mujeres músicas, feministas del folclore, artistas visuales y contemporáneos que deseen participar en la reactivación o renovación de la Fiesta. Realizar convocatorias abiertas y públicas

para que los grupos artísticos puedan participar en concursos relacionados con la dirección y construcción escénica de la Fiesta todos los años, asegurando el recambio como la participación de diferentes sectores en los fenómenos culturales.

- v. Extender invitaciones a diversas asociaciones de la sociedad civil (asociaciones de vecinos, organizaciones, cooperativas, vendedores ambulantes, representantes de la economía solidaria o social) que hayan participado o quieran participar de la fiesta, para abordar diversos aspectos relacionados con su participación en la Fiesta (venta ambulante, peñas y turismo cultural, elaboración de circuitos gastronómicos, hoteles, turismo interno, etc.) incluyendo mentorías o capacitaciones de apoyo a la autogestión de representantes de diversas industrias los meses anteriores y posteriores al desarrollo de la festividad. Incluir instancias evaluativas posteriores a la fiesta es relevante para medir el impacto económico de las fiestas populares y su proyección turística (Perles Ribes y Díaz Sánchez, 2019)
- vi. Trabajar con los diferentes actores que vayan apareciendo en la elaboración de distintas líneas o propuestas de reactivación y mejora de la Fiesta de la Calle Angosta en la cual participen todos los actores sociales interesados. Por ejemplo, puede trabajarse con un grupo o comisión sobre los espacios o boliches tradicionales para asegurar que estén en funcionamiento. Con otros grupos o comisiones, trabajar para mejorar la oferta turística al respecto o crear nuevos circuitos turísticos relevantes o atractivos, elaborando recorridos culturales que incluyan diversas ofertas (gastronómicas, musicales, literarias, etc.) o destaquen diversos aspectos de la identidad, industria y cultura local facilitando la difusión y comprensión del patrimonio cultural provincial (en sus aspectos intangibles y no sólo tangibles) a los

visitantes de modo de brindar una experiencia satisfactoria a los turistas que visita Mercedes y el Festival de la Calle Angosta.

- vii. Mejorar la comunicación entre actores participantes en torno al diseño (actoral, musical, coreográfico, etc.) de la Fiesta de la Calle Angosta y otras fiestas o eventos asociados que puedan ampliar la oferta cultural o conformar el espacio del Festival. Como fiestas con adultos mayores, niñeces, peñas y fogones tradicionales, eventos gastronómicos o musicales contemporáneos, teatrales y turísticos que se monten en días previos o subsiguientes a la Fiesta. En este punto es importante, como señalan Quiroga (2005) y Pacheco (2006), trabajar la comunicación de forma que todo lo planificado entre instancias gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil se traduzca en conocimientos o informaciones que estén al alcance de todos los actores involucrados o ciudadanía participante de modo que se promueva la co-gestión de la fiesta o la planificación sea realmente participativa, asegurando la colaboración ciudadana en la construcción de ese fenómeno social y cultural que se denomina “la fiesta de todos”.
- viii. Proponer como uno de los objetivos de la convocatoria la realización de un ciclo de “Teatro Histórico” en el cual se plantee la creación de una obra teatral en la que tengan amplia y libre participación los diversos actores sociales no gubernamentales u organizaciones independientes de artistas para contar historias sobre Villa Mercedes y la calle Angosta (o incluso otras historias asociadas al patrimonio cultural de Mercedes y otras localidades de San Luis). Proponer un proceso de investigación entre artistas, sobre aspectos relevantes a los orígenes, historia y evolución de la fiesta con miras a construir personajes a nivel actoral y escénico que sinteticen y expresen las transformaciones sociales evidenciadas por la ciudad a través del tiempo (como las mencionadas en este trabajo, por ejemplo). Promover otros

estudios de investigación, proyectos culturales o trabajos artísticos relativos a la Fiesta mediante convocatorias públicas locales que sean relevantes respecto de asegurar obras que plasmen diversas miradas y no refuercen visiones identitarias esencialistas y hegemónicas o dominantes (Quiroga,2013). El objetivo de la obra de “teatro histórico”, es que a través de ella puedan dialogar visiones o interpretaciones de la historia desde distintos sectores y generaciones, que puedan integrarse las miradas de los pueblos originarios y artistas contemporáneos junto a las más tradicionales (poetas, narradores, bailarines, artistas visuales, urbanos, folclóricos, etc.) de modo que enriquezcan la fiesta, incluya a las nuevas generaciones jóvenes artistas.

- ix. Un eje a trabajar podría ser la multiplicidad de “identidades” que constituyen la cultura o folclore local en relación con la renovación y continuidad de la Fiesta. Dando espacio a que los jóvenes puedan conocer y re-interpretar “la historia” mediante nuevas expresiones artísticas o mediante recursos escénicos contemporáneos que se vinculen con la fiesta, identidad o cultura local. El objetivo es promover un diálogo intergeneracional e intersectorial donde diversos actores puedan participar del espacio social y escénico constituido por el Festival. Es necesario que esto se produzca de forma orgánica (y no artificiosa), con la búsqueda de financiación de diversas fuentes que aseguren la libertad creativa y participación de asociaciones independientes de la ciudad como de la ciudadanía. Respecto de esto último, la elección de la fecha de realización del Festival también podría conformarse mediante un sistema de consultoría a la población, de igual manera que la conformación de la grilla de músicos locales, regionales y nacionales que desearían estuviera en la Calle Angosta cada año.

- x. Por último, los Talleres realizados en el Complejo pueden ser espacios que se relacionen con la planificación cultural y la proyección turística asociada a la Fiesta de la Calle Angosta, y otras festividades locales e industrias asociadas. En el sentido indicado, las personas –adultas, jóvenes, niños- que toman clases de danza, música o teatro en el Complejo pueden ser invitadas a participar en la planificación de la Fiesta mediante elaboración de proyectos artísticos o culturales determinados según el nivel alcanzado por los mismos y la planificación anual. Cada uno de los diferentes actores del campo artístico (asistente a talleres, artistas emergentes, artistas profesionales de la ciudad, invitados especiales a la Fiesta con proyección nacional, etc.) pueden participar en diferentes instancias o niveles de construcción de la Fiesta. Por ejemplo, el ciclo “Teatro histórico- contemporáneo” puede estar realizado por profesionales, articularse con otros eventos y participaciones de artistas emergentes que participen en los días previos y posteriores a la Fiesta (ej. peñas folclóricas, exposiciones teatrales, danzas urbanas, etc.). Mientras que los artistas de los Talleres pueden realizar con presentaciones en el interior de la provincia invitando a asistir al evento principal. Por ejemplo, se puede desarrollar un “tráiler” escénico, audiovisual o híbrido que gire por los diferentes departamentos o localidades de la provincia de San Luis, simultáneamente a la gira de los artistas profesionales por San Juan y Mendoza en las semanas anteriores a la fiesta con el objetivo de fomentar el turismo interno y regional e invitar a la población a la Festival de la Calle Angosta donde se exponga la obra completa como parte de un programa variado (peña, gastronomía, circuitos, etc.) que introduzca y refuerce el Fiesta como evento principal o central.

Conclusión

En el presente trabajo se realizó una descripción del perfil de la ciudad de Villa Mercedes a través del tiempo, indicando un periodo de posible crisis abrupta de su perfil industrial durante los 80 y 90. En esa línea se indaga la historia, origen y relevancia que ha adquirido en esa localidad la Fiesta de la Calle Angosta. Se describen los complejos Molino Fénix y La Pedrera como construcciones derivadas del planeamiento estratégico y asociados a políticas públicas que pretenden vincular simbólicamente las actividades actuales en la industria cultural al imaginario de una identidad local pasada que, no obstante, constituye aún parte del acervo simbólico o patrimonio cultural intangible de la localidad y sus habitantes. Entre los resultados arrojados por diversas fuentes documentales, surge como datos, cierta falta de adecuación en la escala de estas políticas en función de las demandas ciudadanas, como del cuidado del patrimonio cultural local. Asimismo, resaltan como indicadores importantes la baja participación ciudadana en la planificación estratégica cultural como en la co-gestión relativa a la Fiesta de la Calle Angosta. En esa línea, se contextualizan las tensiones o conflictos que surgen ante el cambio del modelo de co-gestión de la fiesta (Ciudadanía-municipalidad) y la aparición de nuevos actores (provinciales), contexto en el que se produce la suspensión, merma o dificultades de continuidad¹⁹ de la Fiesta de la Calle Angosta luego de 2015. Se evidencia que las dificultades que se expresan en torno de la fiesta exceden el tema financiero (municipal) y expresan conflictos subyacentes a la relación modelo de gestión gubernamental - ciudadanía. Los hechos mencionados, exponen cierto desajuste en la escala de las políticas implementadas, insuficiente consideración de la dimensión cultural en el diseño de las políticas estratégicas y de mecanismos que aseguren el ajuste de la planificación cultural a las demandas de la ciudadanía.

¹⁹ Al momento de la publicación de este artículo la Fiesta tuvo su edición 33 durante 2022.

En cuanto a consideraciones respecto de la Fiesta e industrias asociadas, se expuso la importancia de dar a conocer públicamente las políticas implementadas, de construir índices que permitan mejorar la comunicación con la ciudadanía, asegurar su participación, medir las fiestas populares, exponer el impacto de estas festividades en la economía local y de las políticas asociadas a los complejos e industrias culturales en el desarrollo local. Se expuso la relevancia de asegurar el acceso a los recursos financieros en relación con la reactivación de la fiesta e industrias asociadas como importantes a tener en cuenta dentro de la planificación estratégica cultural (Manito Lorite, 2008). En el mismo sentido se indicó la importancia de medir longitudinalmente los fenómenos culturales (fiesta) y las políticas e inversiones implementadas, como de producir datos objetivos de forma de no sobredimensionar los resultados (Perles Ribes y Díaz Sánchez, 2019).

Se propusieron ejes a trabajar para la reactivación y mejora de la Fiesta en función de los resultados del estudio del caso que incluyen la necesidad de abandonar un modelo centralizado de gestión y retornar a una modalidad de trabajo que asegure la participación ciudadana en planificación estratégica cultural de la Fiesta. Al respecto se considera importante comenzar por indagar en la visión popular (de artistas y ciudadanos) sobre los conflictos mencionados en torno a la Fiesta; generar mecanismos de gestión de objetivación y resolución de los problemas, favorecer la participación de los habitantes de la comunidad en la co-gestión de la Fiesta e industrias asociadas, asegurando la participación de diversos actores en distintos aspectos (actorales, organizacionales, escénicos, comunicacionales, etc.) relativos a la construcción de la Fiesta. El eje central implica asegurar la participación ciudadana en la planificación de la Festividad e industrias asociadas desde una perspectiva centrada en el desarrollo local de modo de aportar a la reactivación, sostenibilidad y crecimiento de la Fiesta de la Calle Angosta como de medidas que favorezcan su proyección turística con apoyo de la ciudadanía.

Bibliografía y referencias

Agencia de Noticias San Luis (11 de mayo 2013). Las máquinas de vapor que se deslizaban por los caminos de hierro. Disponible en: <https://agenciasanluis.com/notas/2013/05/11/las-maquinas-de-vapor-que-se-deslizaban-por-los-caminos-de-hierro/>

Arroyo, D. (2003). Los ejes centrales del Desarrollo Local en Argentina. Portal de Desarrollo Local Sostenible. Disponible en: <https://dhls.hegoa.ehu.eus/documents/4545>

Cerdeira, M. (s.f.) Cultura, hegemonía y políticas culturales. Hacia nuevos modos de pensar nuestras intervenciones en gestión cultural. Material de lectura para el Seminario Cultura, gestión cultural y política cultural para el Curso de Formación Superior Universitaria en Cultura, Turismo y Gestión Territorial (UNCUYO-Ministerio de Cultura de la Nación).

Céspedes, E. (2019) Contra el positivismo económico reduccionista. Filosofía de la Economía, 8 (2), p. 130-139. Disponible en: <https://ojs.econ.uba.ar/index.php/CIECE/article/view/1930>

Ciaglia, M. (2020) Programa Recuerdos y Tradiciones, Radio 94.1 de Villa Mercedes. Recuperado de: <https://es-la.facebook.com/RadioJuntosVD>

Canclini, N.; Bonfil, G.; Brunner, J.; Franco, J.; Landi, O. y Miceli, S. (1987) Políticas culturales en América Latina. Cultura y Sociedad. Colección Enlace. Grijalbo.

Diario de la República (04 de septiembre 2019). Villa Mercedes este año no harán la fiesta de la Calle Angosta. Disponible en: <https://www.eldiariodelarepublica.com/nota/2019-9-4-7-29-0-villa-mercedes-este-ano-no-haran-la-fiesta-de-la-calle-angosta>

Diario de la República (21 de abril 2014). Homenajean a trabajadores antiguos del Molino. Disponible en: <https://www.eldiariodelarepublica.com/nota/2014-4-21-8-13-0-homenajearan-a-antiguos-trabajadores-del-molino-fenix>

Estrucplan (2014). Información geográfica. Municipio Villa Mercedes. Recuperado de: <https://estrucplan.com.ar/datos-generales-50>

Faiowiki (2010). Complejo Molino Fénix (fotografía). Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Complejo_Cultural_Molino_Fenix.JPG

Fiestas Nacionales, provinciales y populares (2020). Fiesta Nacional de la Calle Angosta. Recuperado de: <https://fiestasnacionales.org/FiestasPopulares/FiestaDetalle/91>

Flores, H. y Gil, M. (2009). Estructura del presupuesto de la. Municipalidad de Villa Mercedes. Causas y efectos. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires. Disponible en: <https://cdsa.academica.org/000-062/966.pdf>

Furograma (12 de julio 2013). Centro de Convenciones Molino Fénix, en Villa Mercedes, San Luis. ARQA. Disponible en: <https://bit.ly/2TWekoJ>

García Merino, J. D.; Peña Cerezo, M. A. y Rodríguez Castellanos, A. (2015). Métodos cuantitativos versus métodos cualitativos en la Economía de los Negocios. ¿Es una metodología irreconciliable? *EconoQuantum*, 3(2), p. 117-150. <https://doi.org/10.18381/eq.v3i2.2594>

- González Lague, J. (9 de julio 2017). Se inauguró el Estadio de la Pedrera En San Luis. Marca de Gol. Disponible en: <https://marcadegol.com/2017/07/nuevo-estadio-la-pedrera-san-luis>
- Firth, A. (2010) Ethnomethodology (T. E. Cadavid G, Trad.) Revista Discurso y Sociedad, 4, (3), p. 597-614 (Trabajo original publicado en 1995) Disponible en: <http://www.dissoc.org/ediciones/v04n03/DS4%283%29Firth.pdf>
- Krotz, E. (1994) Cinco ideas falsas sobre “la Cultura”. Revista de la Universidad Autónoma de Yucatán, 9(191), p. 31-36. Disponible en: <https://red.pucp.edu.pe/ridei/wp-content/uploads/biblioteca/081202.pdf>
- Manito Lorite, F. (2008). Planificación Cultural Pública. En Manito Lorite, F. (Coord.). Planificación estratégica de la cultura en España. Fundación Autor. ISBN 978-84-8048-771-9. Recuperado de: <https://atalavagestioncultural.org/planificacion-cultural-publica/#B>
- Monasterio Astobiza, A. (2017). ¿Qué es cultura en la «economía de la cultura»? Definiendo la cultura para crear modelos mensurables en economía cultural. Arbor, 193 (783): a376., p. 1-10. Doi: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.783n1007>
- Navarrete, M.; Reinoso, J. M.; Giménez Lanza, A. y Rosales, J. (2018). Ciudadanía, política y construcción discursiva en San Luis: el caso La Pedrera. 20vo Congreso REDCOM. Primer Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y Tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María. Recuperado de: http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/visionneuse.php?vl=afficheur&explnum=2053#page/10/mode/2up
- Okuda Benavides, M. y Gómez-Restrepo, C. (2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. Revista Colombiana de Psiquiatría, XXXIV (1), p. 118-124. ISSN: 0034-7450. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80628403009>
- Pacheco, A. (2006). El planeamiento estratégico participativo de Villa Mercedes como factor de hegemonía. Departamento de Ciencias Económico-Sociales. Universidad Nacional de San Luis.
- Perles Ribes, J.F. (2006). Análisis del impacto económico de eventos: una aplicación a fiestas populares de proyección turística. Cuadernos de Turismo, 17, p. 147-166. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/18011>
- Perles Ribes, J. F. y Díaz Sánchez, E. (2019). Reestimación del impacto económico de las fiestas populares de proyección turística a través de metadatos provenientes de la telefonía móvil: Calp, un ejemplo de aplicación. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 17(5), p. 947-961. Disponible en: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.067>
- Quiroga, S. (2005). Ciencia, Redes y Sociedad. Razón y Palabra, 10 (43). Disponible en: <https://www.aacademica.org/sergio.ricardo.quiroga/131>
- Quiroga, S. (2013) Comunicación, identidades y culturas urbanas. La calle angosta. Revista Comunicare, 13 (1), p. 133-145. Recuperado de: <https://www.aacademica.org/sergio.ricardo.quiroga/120.pdf>
- Romero, N. (28 de noviembre 2021). Historias de San Luis: en el boliche Don Miranda. El Chorrillero. Disponible en: <https://elchorrillero.com/nota/2021/11/28/305024-historias-de-san-luis-en-el-boliche-don-miranda/amp/>

Stott, L. y Ramil, X. (2014). Metodología para el estudio de casos. Centro de innovación en tecnología para el desarrollo humano. Universidad Politécnica de Madrid. Disponible en: http://www.itd.upm.es/wp-content/uploads/2014/06/metodologia_estudios_de_caso.pdf

Tomasevich, F. (2017) El desarrollismo como política pública y articulador social inclusivo-productivo. Proyecto La Pedrera (San Luis, Argentina). Comunicación presentada al III Congreso Ciudades Inteligentes. 26 y 27 de abril. Recuperado de: <https://www.esmartcity.es/comunicaciones/comunicacion-desarrollismo-politica-publica-articulador-social-inclusivo-productivo-proyecto-la-pedrera-san-luis-argentina>

Toselli, C. (2004). Algunas tendencias del turismo cultural en la Argentina. El patrimonio “olvidado” como recurso turístico. TraveTurisme. Agencia Valenciana de Turismo, España. Recuperado de: <https://www.usal.edu.ar/archivos/imae/otros/aocio-08.pdf>

Tello Cornejo, E. (2004). Historia de la Villa Mercedes. Municipalidad de Villa Mercedes. Recuperado de: <http://bpd.sanluis.gov.ar:8383/greenstone3/sites/localsite/collect/literatu/index/assoc/HASH01a1/c07f7d8f.dir/doc.pdf>

Yúdice, G. (2002) El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global. Gedisa editorial.

Urbano Gil, H. (2007). El enfoque etnometodológico en la investigación científica. Liberabit. Revista de Psicología, 13, p. 89-91. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68601311>



Revista de Turismo e Identidad
V.3 n.2 – dic 2022 a may de 2023. Mendoza, Argentina
ISSN 2718 - 8205
<http://revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/turismoeidentidad>
pp. 163-207

Una aproximación a la identidad, el patrimonio y el turismo en la ciudad de Maipú, Mendoza

An approach to identity, heritage and tourism in the city of Maipú, Mendoza

 **Virginia Montiel**

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas
Instituto de Ambiente, Hábitat y Energía
Mendoza, Argentina
arq.virginiamontiel@gmail.com

 **Sonia Virginia Wilde**

Universidad Nacional de Cuyo
Facultad de Filosofía y Letras
Instituto de Investigaciones en Turismo e Identidad
Mendoza, Argentina
soniawilde2810@gmail.com

 **Gloria Leticia Zamorano**

Universidad Nacional de Cuyo
Facultad de Filosofía y Letras
Instituto de Geografía
Mendoza, Argentina
gzamorano0@gmail.com

RESUMEN

El presente trabajo se desarrolla en el marco del proyecto "Hacia un desarrollo sostenible: cultura, ambiente, entornos saludables y espacios vividos en el departamento de Maipú, Mendoza", correspondiente a la Universidad Nacional de Cuyo (código 06/G075-B). El área de estudio es la ciudad de Maipú, perteneciente al Gran Mendoza, al norte de la provincia homónima. Se analiza la identidad de los habitantes, según la cual la ciudad de Maipú es su espacio vivido, donde los individuos se vinculan con su entorno, su suelo, su tierra. El entorno está teñido de su historia y su cultura: aquí el patrimonio es esencial para desentrañar su identidad y para fomentar el turismo en el departamento. Los objetivos son: 1) Caracterizar la identidad de los habitantes de la ciudad de Maipú. 2) Identificar y valorar los sitios patrimoniales y turísticos de la ciudad de Maipú. En la metodología predominantemente cualitativa, se alternan los métodos inductivo e hipotético-deductivo, con manejo de datos cualitativos y cuantitativos. Se prioriza la información obtenida a través de 30 encuestas a los pobladores. Los primeros resultados indican que los habitantes reconocen al distrito como su lugar de pertenencia; advierten la riqueza de sus bienes patrimoniales y valoran la importancia del potencial turístico.

PALABRAS CLAVE: ciudad de Maipú; territorialidad; identidad; patrimonio; turismo.

ABSTRACT

This work is developed within the framework of the project "Towards Sustainable Development: Culture, Environment, Healthy Environments and Vivid Spaces Maipú, Mendoza", corresponding to the National University of Cuyo (code 06/G075-B). The area of study is the city of Maipú in the north of the homonymous province. Inhabitants' identity is analyzed, according to which the city of Maipú is the place where they are linked to the environment, their soil, their land. The environment is full of history and culture where heritage is essential to unravel its identity and to promote tourism in the place, our objectives are: 1) characterizing locals' identity in Maipú's city. 2) Identifying and valuing Maipú's City heritage and tourist sites. We adopted a qualitative methodology where inductive and hypothetical-deductive methods are alternated, with handling of qualitative and quantitative data. It is prioritized the information gotten by doing 30 surveys to locals. The first results indicate that the inhabitants recognize the district as their homeland; they could see the importance and diversity of its patrimonial assets and value the importance of the tourist potential.

KEYWORDS: Maipú's city; territoriality; identity; heritage; tourism.

Fecha recepción: 7 de julio de 2022

Fecha aprobación: 11 de noviembre de 2022

Introducción

El presente trabajo se desarrolla en el marco del proyecto “Hacia un desarrollo sostenible: cultura, ambiente, entornos saludables y espacios vividos en el departamento de Maipú, Mendoza”, avalado y subsidiado por la Secretaría de Investigación, Internacionales y Posgrado de la Universidad Nacional de Cuyo (código 06/G075-B), por el período 2019-2021. En dicho proyecto se estudia el departamento de Maipú, que forma parte del oasis norte de la provincia de Mendoza. Se localiza a 15 kilómetros al sureste de la ciudad homónima, y constituye uno de los seis departamentos que conforman el Gran Mendoza desde hace unas tres décadas.

El área de estudio: la ciudad de Maipú. Su presente y su evolución

En el caso de este trabajo, el área de estudio comprende, dentro del departamento, la ciudad de Maipú, distrito central del departamento homónimo. Se elige esta ciudad porque en sus orígenes constituyó un núcleo aparte de la ciudad de Mendoza, desde que fue una villa (en el siglo XIX), posteriormente ciudad satélite del Gran Mendoza –desde fines del siglo XIX hasta 1990-, hasta que finalmente es suburbio sureste de la metrópoli mendocina (Figura 1). Su evolución influye en las representaciones de sus habitantes, que tienen que ver con su identidad. Por este motivo se explica someramente la historia de la ciudad, que se desarrolla en cuatro etapas.

Figura 1 : Localización de la ciudad de Maipú

Fuente: Basemap de Google satellite, 2020. Elaborado por el Geógrafo Gustavo Méndez

La primera etapa abarca la segunda mitad del siglo XIX, desde la fundación de la “villa de las Mercedes” -posteriormente villa de Maipú- el 14 de mayo de 1858. “El núcleo histórico estaba diseñado sobre la base de un plano ortogonal de dieciséis manzanas, con una plaza central” (Prieto y Zamorano, 1999, p. 317). Dicha fundación se produjo aprovechando algunos asentamientos rurales aislados preexistentes desde 1578 -con el apoyo posterior de los Jesuitas- y sobre un sitio privilegiado: a orillas del curso medio del río Mendoza, en una llanura con suelos fértiles, clima templado semiárido con alto coeficiente de heliofanía y un sistema de riego en ciernes (heredado de los huarpes).

La segunda etapa comprende desde fines del siglo XIX hasta 1950 aproximadamente. La llegada del ferrocarril General San Martín -en 1885- propició la afluencia masiva de inmigrantes, mayormente de origen europeo, quienes contribuyeron al crecimiento de la vitivinicultura. De este modo, aumentaron notoriamente las tierras con viñedos y se crearon varias bodegas. A medida que avanzaba el espacio agroindustrial, se expandía

también la villa cabecera y crecía su área de influencia, de tal modo que la ciudad de Maipú se convirtió en una ciudad satélite de la aglomeración de Mendoza.

En la tercera etapa, desde 1950 hasta 1990, se produce un crecimiento netamente urbano, en desmedro de la disminución de parcelas de uso agrícola. Como consecuencia de la creación del área industrial del carril Rodríguez Peña -eje oeste-este al sur de la ciudad de Mendoza y al norte del departamento de Maipú-, se produjo progresivamente la pérdida de pasajeros del ferrocarril y el acrecentamiento del tránsito carretero, a medida que se ampliaba la red caminera, incluso con autopistas. Por consiguiente, la ciudad de Maipú y los distritos septentrionales del departamento homónimo pasaron a formar parte del Gran Mendoza, como un suburbio sureste de gran desarrollo.

La cuarta etapa comprende desde 1990 hasta nuestros días. En ella se manifiestan los efectos de la concentración económica: se construyen centros comerciales cerca del centro urbano; se edifican barrios por iniciativa del gobierno provincial; se construyen barrios cerrados bajo el impulso de empresas privadas. En suma, crece el espacio suburbano en perjuicio de la ocupación de tierras agrícolas. Sin embargo, desde la gestión municipal se valoran especialmente el patrimonio y el turismo.

En este contexto histórico, algunos habitantes de la ciudad de Maipú tienen presumiblemente conciencia de su identidad, que forjaron a lo largo de unos 100 años, durante las tres etapas en que la villa estuvo “separada” del Gran Mendoza, ya sea como un núcleo menor o como ciudad satélite de aquél. Por lo tanto, cabe preguntarse si ellos en la actualidad se identifican como habitantes de Maipú o de la aglomeración mendocina. En otras palabras, nos interrogamos si los encuestados aún tienen o no hacia ese espacio el sentimiento de pertenencia, “resultado de un proceso de integración y de asimilación de los valores sociales, porque todo ser humano vive en un medio social que lo impregna de su ambiente, de sus normas y sus modelos” (Mucchielli, 2003, p. 69).

El marco teórico de la identidad, el patrimonio y el turismo

El título de este trabajo comienza con “aproximación”, término derivado del verbo “aproximar”. Según la Real Academia Española (2022), aproximar es “obtener un resultado tan cercano al exacto como sea necesario para un propósito determinado”. Por lo tanto, la aproximación constituye un conjunto de resultados que se acercan al conocimiento del objeto de estudio, en una primera etapa de la investigación científica. Esta perspectiva se enmarca en el concepto de paradigma de Kuhn (1969), quien lo considera como “la interpretación de un fenómeno en un contexto social determinado desde un marco teórico-metodológico” (Cortés, Díaz y Melo, 2017, p. 99). En suma, el término aproximación implica entonces un acercamiento al objeto de estudio, orientado científicamente a la construcción de conocimientos desde el estructuralismo científico y el constructivismo.

Por un lado, el constructivismo, desde el punto de vista epistemológico, “plantea como principio que la cognición procede por elaboración de enunciados que construyen el objeto de conocimiento” (o constructo) (Lévy y Lussault, 2003, p. 200). Sostiene que las operaciones que el sujeto realiza como experiencia cognitiva permiten conocer y reconocer el Mundo. El individuo es a la vez un observador y un modelador que enuncia modelos de la “realidad cognoscible”, que son representaciones de dicha realidad. Dichas representaciones son los símbolos, que tienen determinado significado para cada sujeto (Lévy y Lussault, 2003).

Desde el punto de vista epistemológico, el método del constructivismo es el comprensivismo, que consiste en que el investigador realiza el esfuerzo intelectual de ponerse en el lugar del actor, para captar, desde el interior, la naturaleza de sus motivaciones y representaciones, el sentido de sus prácticas y su acción (Lévy y Lussault, 2003).

En este trabajo seguimos la perspectiva comprensiva de la vida cotidiana, teniendo en cuenta la visión constructivista, ya que concebimos al lugar

como una construcción social siempre en curso, o sea, inacabada (Lindón, 2007). Por lo tanto, desde el constructivismo exploramos la espacialidad de la vida social a través de la información del mundo del sujeto y nos desprendemos de las ilusiones de verdad absoluta que prometen los números y las estadísticas. Luego, desde el constructivismo, la interpretación nos posibilita una aprehensión más profunda de los lugares, tanto a través de sus rasgos materiales como de los símbolos que implican distintos significados de los elementos materiales e inmateriales (Lindón, 2007).

Por otro lado, el estructuralismo constituye “un movimiento de pensamiento y paradigma construido sobre el modelo de la lingüística estructural [...], que aprehende lo social como un conjunto formal de elementos relacionados – una estructura estable, subyacente a la realidad observable, donde predomina la forma relacional-” (Lévy y Lussault, 2003, p. 875). En este caso, la visión integral de los fenómenos que estudiamos proviene de la antropología social de Claude Lévi-Strauss que, al ubicarse en la intersección de las ciencias de la naturaleza y las ciencias humanas, pretende unificar las ciencias, ir en busca de la totalidad dentro de la diversidad de disciplinas. Por lo tanto, la antropología estructural apunta al desciframiento de los signos, y se interesa más por el código del mensaje que por el mensaje mismo. Según esta visión estructuralista, la geografía en particular se dedica a explicar y describir la articulación de los elementos que constituyen el espacio como estructura: los ejes y los polos, los límites y los ángulos muertos, las distintas interfaces. Intenta descubrir el orden en la disposición espacial de los hombres, de sus obras y sus lugares (Lévy y Lussault, 2003).

Según Alyn Sánchez Flores (2017), el estructuralismo es un método que surgió a mediados del siglo XX, cuya función es analizar las interrelaciones de las estructuras en el ámbito de sistemas de significación. Para Claude Lévi-Strauss, las estructuras culturales poseen dos partes fundamentales interrelacionadas: por un lado, la forma, es decir, lo concreto, el mundo externo-objeto de conocimiento; por el otro, el contenido, presente en la estructura mental que posibilita el conocimiento humano. El signo de la

realidad se hace inteligible debido a que es un reflejo de las formas mentales (Duche Pérez y Blaz Sialer, 2018).

Concebimos la ciudad de Maipú en sus dimensiones simbólica y vivida. Sus habitantes viven esta área urbana como forma de vida, con sus significados, sus códigos, sus imaginarios. Por lo tanto, los interrogantes acerca de su situación simbólico-comunicacional relativa a lo social nos permiten abordar la relación entre las representaciones y las prácticas colectivas (Gravano y Silva, 2017, p. 41-42).

De este modo, se impone el estudio de la territorialidad, que se define como “la relación evolutiva y cambiante y por ende temporal, a la vez existencial, afectiva, ciudadana, económica y cultural, que un individuo o un colectivo construye con el territorio del cual se apropia, concretamente y/o simbólicamente” (Di Méo, 2017, p. 1). En nuestro caso, la territorialidad remite a una experiencia personal del espacio, a partir de la cual el sujeto descubre sentimientos y argumentos que forjan su identidad: es “la relación existencial que se establece entre el hombre y su hábitat” (Robic, 2004, p. 2). Pero la definición que más se aplica a las ciencias humanas la da Alex Mucchielli (2003):

La identidad es un conjunto de significados (variables según los actores de una situación) asignados por los actores a una realidad física y subjetiva, más o menos difusa, de sus mundos vividos, un conjunto construido por otro actor. Se trata, por tanto, de un significado percibido por cada actor sobre sí mismo o sobre otros actores (p, 12).

Existe en este caso la noción de identidad espacial, que se entiende a la vez como identificación con un espacio e identidad de un espacio. Esta expresión toma vigor “cuando se extiende a las pertenencias múltiples y dinámicas, a las elecciones individuales (por ejemplo, de hábitat) o colectivas (por ejemplo, en la valoración de ciertos elementos de un patrimonio o de una

historia)” (Lévy y Lussault, 2003, p. 480). Agregar la dimensión espacial a la identidad permite explicar que ésta resulta de la tensión entre el pasado, el recuerdo y una proyección hacia el futuro (Lévy y Lussault, 2003).

La identidad es objeto de estudio de la geografía humanista: las acciones de los hombres, imbuidas de significados, valores, objetivos y propósitos que tienen en su psiquis, les permiten vincularse con su entorno. Aquí se advierte la influencia de la fenomenología, gracias a la cual la geografía se ocupa del mundo vivido, es decir, de un entorno o paisaje que posee no sólo características físicas, sino también humanas, y al que el sujeto está ligado por lazos materiales y espirituales.

Entre las representaciones que el individuo construye y reconstruye cotidianamente, está presente el patrimonio cultural, es decir, los bienes inmuebles de diverso tipo: arquitectónicos, urbanísticos, paisajísticos, con sus accesorios y entorno, que contribuyen en los procesos de desarrollo local (Raffa y Cirvini, 2010). El patrimonio cultural, además de ser un concepto subjetivo y dinámico, depende también de los valores que la sociedad en general les atribuye a los objetos y bienes en cada momento de la historia y que definen cuáles se deben proteger y conservar en el futuro (Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, s.f.).

Respecto de los valores que la sociedad imprime al patrimonio cultural, es necesario aclarar que consideramos en este caso la definición de “valorar” de la Real Academia Española (2022): “reconocer, estimar o apreciar el valor o mérito de alguien o algo”. Según Silvia Cirvini (2019), existen dos disciplinas que inciden considerablemente en la valoración de los bienes patrimoniales: la economía y la conservación, “la primera en cuanto se ocupa de la distribución, producción y consumo de los bienes en la sociedad, la segunda en cuanto estipula la importancia cultural y social de los bienes culturales” (p. 17).

En consecuencia, el valor patrimonial atribuido a los inmuebles históricos ayuda a fortalecer la historia del lugar, ya que funcionan como puentes que

conectan lugares tangibles y tradiciones culturales intangibles, por lo que deben ser conservados como patrimonio de la sociedad (Liudmila y Balkiz, 2019). El respeto por los sitios patrimoniales se puede obtener a través de la conservación que remite a "todas aquellas medidas o acciones que tengan como objetivo la salvaguarda del patrimonio cultural tangible, asegurando su accesibilidad a generaciones presentes y futuras" (ICOM, 2008, p. 1).

El departamento de Maipú se caracteriza por la presencia de una amplia variedad de bienes y sitios patrimoniales con declaratoria nacional, provincial y municipal, y muchos de ellos hoy se encuentran incorporados en la actual trama urbana. Sobre este aspecto, en el trabajo de Cirvini y Manzini (2016) se relevaron 1.030 bienes del Gran Mendoza, de los cuales aproximadamente 25% corresponde al departamento de Maipú. Estos bienes tangibles que lo representan están constituidos por iglesias, bodegas, viviendas, escuelas, teatros, plazas, parques, hitos. Cabe mencionar que muchos de los bienes están declarados como monumentos nacionales por la Comisión de Monumentos, Lugares y Bienes Históricos; otros son monumentos provinciales, declarados por la Dirección de Patrimonio cultural de Mendoza; por último, otros son monumentos municipales a través de una declaratoria realizada por la Municipalidad de Maipú (Tabla 1).

En el marco del proyecto 2013-2015 -avalado y subsidiado por la Secretaría de Ciencia, Técnica y Posgrado de la Universidad Nacional de Cuyo- denominado "Ambiente, salud y trabajo en el departamento de Maipú, Mendoza (código 06/G631), se relevaron bienes tales como bodegas, iglesias, casonas y centros culturales. La mayor parte de estas construcciones se encuentran en buen estado de conservación, ya sea gracias a sus actuales dueños o al organismo estatal que tiene la posesión. Hasta lo que logró relevarse, son pocos los inmuebles que están en grave estado de deterioro, provocados, por ejemplo, por alguna situación de sucesión familiar -en el caso de los privados- o por el tipo de declaratoria y el alcance de la intervención -en el caso los organismos públicos-.

Por otro lado, en la vivencia del patrimonio que tienen los habitantes, están presentes también los recursos de relevancia económica para el turismo (Prats y Santana, 2011, p. 2). Dichos recursos son los atractivos objeto de estudio del turismo cultural, cuya motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico. Los bienes y lugares patrimoniales se transforman en los atractivos culturales necesarios para potenciar turísticamente la ciudad de Maipú.

Tabla 1: Atractivos turísticos de la ciudad de Maipú y sus adyacencias

Tipo de atractivo cultural	Bien patrimonial	Tipo de declaración patrimonial	Descripción del atractivo turístico
Bodegas	Baudrón	---	Fundada en 1940 por una familia de inmigrantes franceses e italianos. Cuenta en 2021 con una capacidad de 4.000.000 de litros anuales.
	López	---	Fundada en 1886 por José Gregorio López Rivas, que posteriormente creó la sociedad José López & Hermanos junto a su familia.
	Giol (antigua bodega)		Fue construida entre 1887 y 1889 por la sociedad "La Colina de Oro", de Juan Giol y Bautista Gargantini. La bodega tenía ocho sótanos, 1.000 cubas y toneles de roble, dos piletas para corte de 4.000 cascos y 270 cubas de fermentación. En 1904 ya poseían 7.000 hectáreas y 400 operarios. Llegó a producir 300.000 hectolitros de vino por año. En 1964 la empresa pasó a ser propiedad de la provincia de Mendoza. En la actualidad tiene un uso turístico.

Tipo de atractivo cultural	Bien patrimonial	Tipo de declaración patrimonial	Descripción del atractivo turístico
Casas	Casas patronales de Giol y Gargantini	Monumento Histórico Nacional desde 1998	Construidas a principios del siglo XX, son una suerte de villas toscanas, rodeadas de un amplio parque, diseñadas por Emanuel Mignani con un estilo liberty o art nouveau.
	Chalets de Giol y Gargantini	Monumento histórico Nacional	Desde 1896, pertenecieron a los dueños de la sociedad “La Colina de Oro”. Desde 1964 los chalets son del Estado provincial. Allí funciona hoy el Museo del Vino y la Vendimia.
	Comisaría 10ª Maipú	---	En 1927 la Comisaría 10ª construye su nuevo local en el predio que ocupaba desde 1904 –perteneciente al antiguo solar de la Casa Departamental-. Allí funcionan, desde fines del siglo XX, dependencias de la Municipalidad de Maipú.
	Edificio Municipal	Monumento histórico provincial	Fue inaugurado en 1908. Su arquitectura es del neorrenacimiento italiano. Se integra como conjunto con la plaza Doce de Febrero por su atrio con tipología en U y un reloj en el frontispicio.
	Solar histórico Casa de Ozamis	Monumento histórico provincial	La casa fue antes de 1810 para José Alberto de Ozamis, uno de los fundadores de la villa de Maipú. Alberga material arqueológico del departamento y la provincia, y posee una biblioteca.
Iglesias	Nuestra Señora de la Merced	Monumento histórico provincial	El edificio data de 1934. La devoción por la Virgen de la Merced en Maipú se inicia en

Tipo de atractivo cultural	Bien patrimonial	Tipo de declaración patrimonial	Descripción del atractivo turístico
			<p>1817, cuando se levanta una capilla en su honor, en un terreno donado por el vecino Pedro Palma, en el distrito Cruz de Piedra. En 1861, con la fundación de Maipú, se pone la piedra del templo para resguardar la imagen de la Virgen que había sobrevivido al terremoto del 20 de marzo de 1861. En 1954 se reconoce a Nuestra Señora de la Merced como Patrona del departamento de Maipú, lo cual demuestra el arraigo de la advocación mariana mercedaria en la conciencia popular cristiana de los habitantes.</p>
Cines	Cine Teatro Imperial	---	<p>En 1932, un incendio destruyó el Cine Splendid en Maipú. Su predio pertenecía a Luis Schiavone, quien mandó construir allí un nuevo espacio en 1934 con el nombre de Cine Teatro Imperial. Su apertura contemporánea fue en 2013.</p>
Espacios verdes	Parque Metropolitano	---	<p>Este parque, que data de la década de 1990, de un área inicial de 26 hectáreas, posee algunos caminos de penetración, 2.800 metros de ciclovías, 5 kilómetros de recorrido pedestre, prados verdes, juegos infantiles, churrasqueras, sanitarios y un monumento en homenaje a los fundadores del Municipio de Maipú.</p>

Tipo de atractivo cultural	Bien patrimonial	Tipo de declaración patrimonial	Descripción del atractivo turístico
	Plaza Departamental 12 de febrero	---	Este parque, que data de la década de 1990, de un área inicial de 26 hectáreas, posee algunos caminos de penetración, 2.800 metros de ciclovías, 5 kilómetros de recorrido pedestre, prados verdes, juegos infantiles, churrasqueras, sanitarios y un monumento en homenaje a los fundadores del Municipio de Maipú.

Fuente: Elaborado por Sonia Virginia Wilde, 2021, en base a Landi y Méndez (2018) y Etchevers (s.f.)

Para comprender el concepto de patrimonio cultural, se analiza la cultura de la sociedad. Considerando que ésta constituye un proceso colectivo de creación, herencia acumulada de generaciones anteriores, hace de energía transformadora y necesaria que permite que cualquier individuo tenga su sentido de pertenencia a un grupo social, con el cual comparte cosmovisiones, costumbres, saberes, valores y creencias. Por lo tanto, la cultura es en este caso el objeto de consumo para el turismo: los denominados atractivos turísticos poseen ciertos niveles de calidad y singularidad como para despertar el interés de visitarlos, y pertenecen al patrimonio cultural o natural de cada lugar (Boullon, 2002, p. 9).

En suma, la identidad implica que el espacio de los pobladores de Maipú es un espacio vivido, donde los mismos individuos se vinculan con su entorno, su lugar de vida, su suelo, su tierra. Ese entorno está teñido de su cultura, en la cual el patrimonio es esencial para desentrañar su identidad y para fomentar el turismo en el departamento.

Por todo lo expuesto, los objetivos de este trabajo son:

- 1) Caracterizar la identidad de los habitantes de la ciudad de Maipú.
- 2) Identificar y valorar los sitios patrimoniales y turísticos de la ciudad de Maipú

Metodología de estudio

Encaramos este estudio según una metodología donde se alternan la marcha inductiva y la hipotético-deductiva, con manejo de datos cualitativos y cuantitativos. La colecta de información es la etapa exploratoria y de diagnóstico. Por eso, además de los documentos bibliográficos, estadísticos y cartográficos, se prioriza el trabajo de campo, a través del relevamiento de los bienes y sitios patrimoniales, combinando la observación directa del paisaje natural y cultural, las encuestas a los habitantes y las entrevistas a informantes calificados. En el tratamiento de datos se realiza el análisis de la información: se seleccionan, se clasifican y se relacionan los caracteres considerados y se confeccionan tablas de análisis. En la comunicación de los resultados se elabora la síntesis por medio de cartografía sintética para explicar los elementos antiguos y modernos de la identidad, el patrimonio y el turismo de la ciudad de Maipú.

Fundamentos de la metodología general

En el tratamiento de los datos predomina la investigación cualitativa, definida como un proceso interpretativo de indagación basado en distintas tradiciones metodológicas que examina un problema humano o social (Creswell, 1998). Supone entonces el conocimiento de diferentes contextos para aprehender las posibles perspectivas del fenómeno que se investiga: para ello no basta la utilización de un único método, sino la articulación de métodos distintos con sus correspondientes herramientas. Esto permite tener una visión más holística del objeto de estudio (Piza Burgos, Amaiquema Márquez y Beltrán Baquerizo, 2019, p. 456).

Se basa sobre todo en la observación próxima y detallada del sujeto en los distintos contextos, con el objeto de aproximarse lo más posible a la significación de los fenómenos (Díaz Herrera, 2018, p. 124). Además, “la investigación cualitativa se enfoca en la comprensión de los fenómenos y puede entrarse en significados, percepciones, conceptos, pensamientos, experiencias o sentimientos” (Loaysa Maturrano, 2020, p. 57). En nuestro caso, pretendemos integrar significados relativos a percepciones y representaciones, conceptos, opiniones, experiencias o sentimientos de los habitantes interrogados en la ciudad de Maipú.

Por ello, pretendemos construir una imagen compleja y holística mediante el análisis de las palabras de los discursos, es decir, del contenido de las encuestas –que comprende innumerables términos con sus significados-, además de considerar el tratamiento de toda la información complementaria de las diferentes fuentes utilizadas. Se trata de una investigación integradora de diversas disciplinas, como lo explica David Longtin (2022):

[...] en los últimos años, el análisis del discurso, bajo la influencia de la filosofía, la lingüística y las ciencias sociales, en particular la antropología estructural, la etnometodología y la etnografía de la comunicación, se ha diversificado en un campo disciplinar que comprende una variedad de corrientes y métodos, todos los cuales toman el discurso como el lugar de una práctica social en la diversidad de sus manifestaciones semánticas, sintácticas, enunciativas, pragmáticas, textuales e interdiscursivas (p. 4).

Por lo tanto, dentro del análisis del discurso tomamos en particular el análisis de contenido porque contribuye a una aproximación holística y global de los fenómenos estudiados, “abordados en su complejidad, y porque se enmarca en una epistemología sociocomprensiva del mundo social como mundo interpersonal y experimentado como conjunto de significados” (Dany, 2016, p. 90).

En suma, “el análisis cualitativo de contenido es un método para describir sistemáticamente el significado de datos cualitativos [...] Para este análisis se procede asignando las partes sucesivas del material a las categorías ordenadas en una trama de códigos” (Schreier, 2014, citado por Dany, 2016, p. 104). Dichos códigos son también denominados parámetros, y se definen a priori (Idrissi Abdelfettah, 2018).

Se trata de un análisis de contenido vertical porque, para el análisis, se consideran innumerables elementos complementarios de las fuentes primarias que permiten la comprensión de lo expresado en las encuestas. Se caracteriza la información en función de los parámetros definidos a priori (Idrissi Abdelfettah, 2018).

La principal fuente de datos para este trabajo fue la encuesta realizada a 30 personas que viven y/o trabajan en la ciudad de Maipú. Se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, “fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador” (Otzen y Manterola, 2017, p. 230). Con un criterio más reciente, se trata de un muestreo no probabilístico por cuotas, ya que se seleccionan distintos estratos como pautas para la caracterización del fenómeno en estudio (Editorial Grudemi, 2019, p. 1).

En el caso de la ciudad de Maipú, se eligió solamente a 30 individuos para la encuesta, debido a la disponibilidad de recursos económicos del proyecto, y por tratarse de una época de aislamiento por la pandemia de Covid19. Por lo tanto, los cuestionarios fueron realizados en forma presencial por una persona que desarrollaba tareas esenciales.

La característica general de los encuestados, primordial para realizar este estudio, es que todos tienen su hábitat en la ciudad de Maipú, es decir, que residen de modo permanente en este espacio urbano. Esto se vincula directamente con una vivencia más profunda del entorno o barrio que habitan, que en este caso particular corresponde al área de estudio.

Los parámetros considerados en este trabajo son de dos tipos: caracteres personales de la muestra elegida e información relativa a las representaciones de los habitantes.

Caracteres inherentes a la muestra de la población de la ciudad Maipú

A continuación, se detallan los caracteres de los 30 habitantes que respondieron a la encuesta.

- La proporción de los dos sexos debe ser equivalente, o sea que la muestra posee 50 % de mujeres y 50 % de varones.
- La proporción de los tres grupos etarios debe ser también la misma. Para cada modalidad de este atributo se tomaron en cuenta:
 - o diez individuos de 18 a 40 años, que conforman el grupo de jóvenes;
 - o diez personas de 41 a 60 años, que completan el estrato de adultos;
 - o diez sujetos de más de 60 años, que forman el grupo de ancianos.
- En el marco de las actividades económicas desarrolladas por la población, se registran dos grupos, que a su vez se subdividen según el carácter de la ocupación (Sacco y Riveiro, 2016, p. 7).
 - o La población económicamente activa constituye el 70 % del total. En ella se advierten los siguientes estratos: 40,0 % se ocupan en la comercialización de productos; 13,4 % son empleados de servicios sociales básicos (área educativa); 9,9 % se ocupan como auxiliares de la producción de bienes y de la prestación de servicios –son técnicos mecánico, metalúrgico y farmacéutico-; 6,7 % están empleados en la gestión administrativa.

- La población económicamente pasiva o pasiva definitiva suma 30 % del total: se trata de 9 personas jubiladas.
- Respecto de su formación, se advierten los tres niveles educativos, distribuidos del siguiente modo:
 - 30 % poseen nivel primario, entre los cuales 6,6 % es incompleto y 23,4 % completo;
 - 33,3 % tienen nivel secundario. Entre ellos, se trata de 13,3 % de secundario incompleto y 20,1 % de secundario completo-;
 - 36,7 % poseen nivel terciario, de los cuales 26,6 % es incompleto y 10,1 % completo.
- En cuanto a su lugar de trabajo, 18 personas (60 %) se desempeñan en la ciudad de Maipú, 3 (10 %) trabajan en Luján de Cuyo y 9 (30 %) se encuentran en el grupo de población pasiva definitiva, que no registra actividades económicas. (no puede considerarse en el lugar de trabajo).
- Con relación al tiempo de residencia, 10 % llevan entre 1 a 5 años; 20 %, de 6 a 15 años; 10 %, entre 16 y 30 años; 60 %, más de 30 años. Si se combina este parámetro con los grupos de edad, se advierte que sólo 10 % de los jóvenes llevan escaso tiempo de residencia en el área de estudio, mientras que los ancianos viven en la ciudad hace más de 15 años. En suma, más de la mitad de los interrogados (21), 70 %, habita en el lugar hace más de 15 años. Esto contribuye también a una vivencia del espacio más fuerte por parte de los encuestados (Tabla 2).

Tabla 2: Combinación de dos variables en las 30 encuestas, en 2020

Grupos de edad	Rangos de edad en año	Tiempo de residencia en Maipú			
		1 a 5 años	6 a 15 años	16 a 30 años	Más de 30 años
Jóvenes	18 a 40	3	2	2	3
Adultos	41 a 60		4		6
Ancianos	61 a más			1	9

Fuente: Elaboración propia en base a 30 encuestas a los habitantes de la ciudad de Maipú, 2020

Tabulación de la información relativa al contenido de las encuestas

Respecto de los parámetros propiamente dichos, es decir, los que corresponden propiamente al análisis del contenido de la información recabada en las encuestas, fueron ordenados y se consignan en la Tabla 3: en ésta se han abreviado algunos nombres de los subítems por falta de espacio, pero aparecen completos en los títulos.

Tabla 3: Tabulación de la información relativa al contenido de las encuestas, 2022

Ítem de análisis	Sub ítem de análisis	Parámetros
Identidad	Actividades de los habitantes	Hitos
		Nodos
	Dialéctica espacio-sociedad	Barrios
		Relación vecinal
		Gestión municipal
		Ventajas de vivir en Maipú
	Redes de comunicación	Sendas
		Cruces
		Tránsito vehicular
Patrimonio	Sitios patrimoniales	Conocimiento de los sitios
		Identificación con los sitios
	Preservación y conservación de sitios	Valor de la preservación
		Agentes encargados de la conservación
Turismo	Sitios turísticos	Valoración de los sitios
	Potencial turístico	Identificación de espacios verdes
	Crecimiento turístico	Motivos del crecimiento

Ítem de análisis	Sub ítem de análisis	Parámetros
		Origen de los capitales

Fuente: Elaboración propia en base a 30 encuestas a los habitantes de la ciudad de Maipú, 2020

Estos parámetros establecidos para la tabulación de las encuestas se consideran para la exposición de los resultados y la discusión del trabajo.

Resultados y discusión

Los resultados obtenidos en este trabajo son pura y exclusivamente privativos de la muestra a la que se han aplicado. Por lo tanto, los títulos que siguen en este apartado se refieren siempre a las reflexiones realizadas por las autoras sobre la información extraída de las encuestas y los datos complementarios relevados del trabajo de campo, de la observación directa del paisaje natural y cultural, de los documentos bibliográficos, estadísticos y cartográficos, y de las entrevistas a informantes calificados. Cabe destacar que, como resultado del análisis de los datos -expresado por otros autores como tratamiento o procesamiento- se ha ordenado la exposición según los parámetros considerados durante la investigación.

Los pobladores de la ciudad de Maipú, identificados con su lugar

La identidad, que implica la construcción del espacio por parte de los pobladores, engloba tres aspectos: las actividades cotidianas de los habitantes, la dialéctica espacio-sociedad y la red de comunicaciones (Lindón, 2007, p. 6).

Las actividades cotidianas de los habitantes: hitos y nodos muy frecuentados.

Entre las actividades cotidianas de los pobladores, se profundiza su vinculación con el espacio que habitan y donde trabajan, es decir, la ciudad de Maipú: se consideran, además de su ubicación, los hitos y los nodos/cruces.

Los hitos son los puntos de referencia que sirven para orientarse en la vida cotidiana. Kevin Lynch define un hito o “mojón” como un punto de referencia exterior al observador, un elemento físico simple que le permite orientarse (Lynch, 1976; Fontanillo Merino, 1986). Por ejemplo, puede tratarse de un edificio singular, una plaza, un negocio.

Entre éstos, la plaza Doce de Febrero, centro del área de estudio, es mencionada por 63,3% de los encuestados; le siguen el complejo Arena Maipú con 26,7% de las respuestas y el hospital regional Diego Paroissien con 10% de éstas (Tabla 4). Se advierte que los tres hitos más nombrados están en un radio de 400 metros de lado, con la plaza Doce de Febrero al centro, el complejo Arena Maipú al suroeste, y el hospital regional hacia el noreste (Fotos 1, 2 y 3).

Tabla 4: Hitos principales, en 2020

Hitos	N° de respuestas	% de respuestas
Plaza Doce de Febrero	19	63,3
Complejo Arena Maipú	8	26,7
Hospital Diego Paroissien	3	10
Total de respuestas	30	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a 30 encuestas a los habitantes de la ciudad de Maipú, 2020

Foto 1: Plaza Doce de Febrero



Fuente: www.skyscrapercity.com

Foto 2: Complejo Arena Maipú



Fuente: www.juegosynegocios.com

Foto 3: Hospital Diego Paroissien**Fuente: Lopatin Arquitectos, 2022**

Según Kevin Lynch (1976), los nodos son, en la ciudad, puntos de encuentro o lugares donde confluyen sendas o donde se concentran determinadas características, por ejemplo, “confluencias, sitios de una ruptura en el transporte, un cruce o una convergencia de sendas...” (p. 48). Para el diccionario ANAYA, los nodos son puntos estratégicos de una ciudad a los que puede ingresar un observador y constituyen los focos intensivos de los que él parte o a los que él se encamina (Fontanillo Merino, 1986). Brunet, Férras y Théry (1994) definen al nodo como “entrecruzamiento, interconexión de líneas de una red, de vías de circulación” (p. 350). Según Lévy y Lussault (2003), el vocablo nodo proviene de la teoría de grafos, que apunta a calcular índices de nodalidad que dan cuenta de la posición y la importancia de diversos puntos en una red, teniendo en cuenta el número de aristas relacionadas; constituye el lugar de concentración de las actividades económicas y sociales. En definitiva, se trata de un nodo ferroviario, un aeropuerto, un cruce de caminos; y en el sentido más amplio, que se aplica a este estudio, es una plaza, un parque, como punto de encuentro o de convergencia de personas.

La mayoría de los entrevistados (90 %) se reúne una vez por semana, sobre todo en tres nodos predominantes: las casas familiares (41,9 %, de los cuales 80 % son ancianos), las plazas y el parque Metropolitano (37,2 %) y los bares/restaurantes (20,9 %). (Tabla 5, Foto 4).

Tabla 5: Nodos principales, en 2020

Nodos principales	N° de respuestas¹	% de respuestas
Casas familiares	18	41,9
Plazas y parque Metropolitano	16	37,2
Bares y/o restaurantes	9	20,9
Total de respuestas	43	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a 30 encuestas a los habitantes de la ciudad de Maipú, 2020

La dialéctica espacio-sociedad: una valoración positiva de la ciudad de Maipú.

La dialéctica espacio-sociedad implica una relación mutua y constante entre la ciudad de Maipú y sus pobladores, y viceversa, justamente como ocurre con la identidad, en permanente movimiento. Esto significa que el lugar (espacio) actúa (por inercia) como movilizador de los habitantes -de sus representaciones y su posterior accionar- y, a su vez, los habitantes crean ese lugar, actuando constantemente en él. “Así, el lugar resulta de un movimiento constante entre fuerzas constituyentes y constituidas: los sujetos construyen el lugar y el lugar es construido socialmente, el lugar modela la vida social que allí se aloja” (Lindón, 2007, p. 11). Como producto de dicha dialéctica analizamos los barrios, la relación vecinal, la gestión municipal y las ventajas de vivir en la ciudad de Maipú. Los barrios corresponden al espacio; la relación vecinal, la gestión municipal y las ventajas de vivir en Maipú aluden a la vivencia de los habitantes.

¹ Cada persona podía elegir más de una opción

Foto 4: Parque Metropolitano de Maipú

Fuente: www.uber.com

Los encuestados mencionaron numerosos barrios, ya que cada uno podía aludir a tres. El barrio Canciller es citado por diez personas (33,3 %), el Brandi por seis y el Chacabuco por cinco, los barrios Viejo Tonel, La Colina de Oro y Villa Michelo fueron nombrados tres veces (Tabla 6, Fotos 5 y 6). En este caso es importante analizar los topónimos muy presentes en las representaciones de los habitantes, la mayoría de ellos relacionados con la vitivinicultura. Por ejemplo, Canciller y Colina de Oro constituyen dos marcas de vino producidas por la antigua bodega Colina de Oro -abierta en 1898-, que fue la más grande de América, ya que sus propietarios poseían unas 7.000 hectáreas de viñedos en el departamento de Maipú (Etchevers, s.f.). Por otro lado, Viejo Tonel alude al equipamiento de las bodegas; Brandi y Furlotti son apellidos de antiguas familias italianas que se instalaron entre fines del siglo XIX y principios del siglo XX en el oasis norte de Mendoza y tuvieron un crecimiento económico tal que incrementaron su patrimonio vitivinícola.

Tabla 6: Los barrios de la ciudad de Maipú, en 2020

Nombre del barrio	N° de respuestas	% de respuestas
Cancellor	10	33,4
Brandi	6	20,0
Chacabuco	5	16,6
Viejo Tonel	3	10,0
Colina de Oro	3	10,0
Villa Michelo	3	10,0
Total de encuestados	30	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a 30 encuestas a los habitantes de la ciudad de Maipú, 2020

Foto 5: Vista parcial del barrio Canciller



Fuente: www.zonaprop.com.ar

Foto 6: Vista del frente del barrio Villa Michelo

Fuente: www.zonaprop.com.ar

Respecto de la relación vecinal, veinte habitantes (66,6 %) manifiestan que la vinculación con sus vecinos es muy buena, ocho (26,6 %) expresan que es buena, uno (3,3 %) que es indiferente y otro (3,3 %) no sabe o no contesta. En resumen, más de 90 % de los vecinos se comunican entre sí, o bien se relacionan de uno u otro modo en el área de estudio. Ello contribuye a comprender la concepción de identidad de los habitantes de la ciudad de Maipú.

En tercer lugar, se analiza la opinión de los vecinos con relación a la eficacia de los servicios municipales, que comprenden la gestión de residuos, el drenaje de las acequias, el alumbrado público, la limpieza de espacios vecinales y el mantenimiento del arbolado en plazas y parques. Las respuestas demuestran en general que los habitantes están bastante satisfechos con la gestión municipal: según 56,6 % es muy buena; 30 % consideran que es buena; 6,6 % opinan que es regular; una persona (3,3 %) manifiesta que la gestión es insuficiente en las tareas de limpieza de acequias y mantenimiento del arbolado; un vecino (3,3 %) no contesta.

Finalmente, con respecto a las ventajas de vivir en la ciudad de Maipú, los vecinos podían dar tres respuestas, pero la mayoría expuso más opciones (Tabla 7). Según los resultados, la seguridad ciudadana es la principal preocupación de los habitantes, ya que 29,4 % consideran que la vida -o la

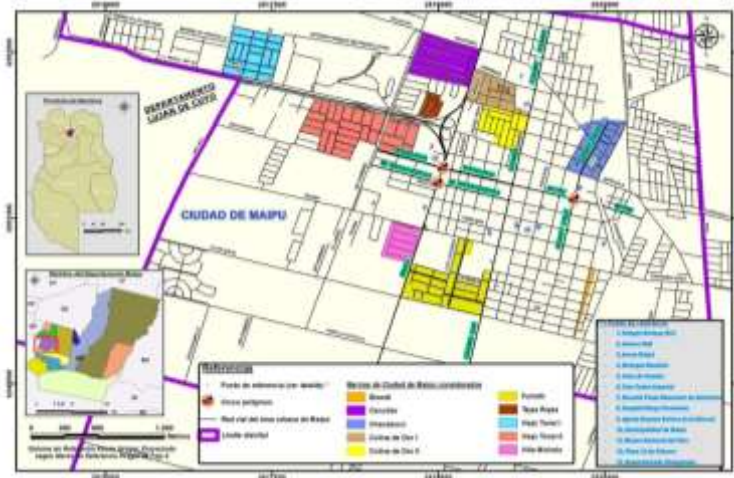
ciudad- es tranquila o segura. También destacan la higiene urbana, vinculada a la estética del lugar, pues 25,4 % responden que la ciudad es limpia y/o linda. En tercer término, el arraigo es otra razón para elegir la ciudad de Maipú: lo expresan 17,3 % de los habitantes, diciendo que nacieron allí o viven allí desde los ocho años. También resaltan la accesibilidad a los servicios: 16 % de los encuestados considera que poseen casi todos los servicios, o todo al alcance o accesible. En quinto lugar, 6,6 % valoran la buena convivencia entre vecinos: hablan de buena gente, amable, amigable, solidaria. Por último, 5,3 % de los interrogados destacan el progreso o el crecimiento comercial, o consideran que la ciudad de Maipú es próspera.

Tabla 7: Ventajas de vivir en la ciudad de Maipú, en 2020

Atributos	N° de respuestas²	% de respuestas
1. Seguridad ciudadana	22	29,4
2. Higiene/estética urbana	19	25,4
3. Arraigo	13	17,3
4. Accesibilidad a los servicios	12	16,0
5. Buena convivencia	5	6,6
6. Prosperidad, progreso urbano	4	5,3
Total de respuestas	75	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a 30 encuestas a los habitantes de la ciudad de Maipú, 2020

² Cada persona podía elegir más de una opción

Figura 2: Sitios representativos de la identidad, el patrimonio y el turismo

Fuente: basemap de Google satellite, 2020. Elaborado por el Geógrafo Gustavo Méndez

Las redes, articuladoras de lugares desde la plaza central hacia la periferia.

Con respecto a las redes de circulación, tomamos en cuenta tres aspectos vinculados a las redes de comunicación, consideradas a partir de la experiencia cotidiana de los habitantes en la ciudad de Maipú: las sendas o ejes, los cruces de caminos y los problemas del tránsito vehicular (Lindón, 2007).

En primer lugar, un eje (del latín axis, eje) “es una línea, un corredor, alrededor del cual y a través del cual se estructura y se transforma el espacio circundante” (Brunet, Ferras y Théry, 1994, p. 56). Según Kevin Lynch (1976), son componentes de la imagen mental: conforme a las sendas se organizan y conectan los demás elementos ambientales. Las sendas pueden ser calles, líneas de tránsito, canales o vías férreas (Fontanillo Merino, 1986).

Entre las sendas o caminos principales, los llamados carriles Maza, Sarmiento, Ozamis y Godoy Cruz se destacan por su orientación norte-sur, y el bulevar Rivadavia-Mitre por sus dos sentidos oeste-este y este-oeste. En este caso, los habitantes manifiestan poco conocimiento de los nombres de

las arterias, sin embargo, la mayor parte de ellos tienen en su representación mental los ejes principales de comunicación en ambas direcciones, norte-sur y este-oeste (Foto 7). Sin embargo, la imagen más clara de los “carriles” o avenidas en sentido norte-sur se explica porque dichas arterias permiten un ingreso o una salida más rápidos desde o hacia el resto del Gran Mendoza.

Con relación a los cruces de caminos peligrosos, los encuestados prácticamente no los registran, salvo nueve de ellos (30 %), que mencionan los cruces sobre el carril Maza, de orientación N-S, uno de los principales accesos a la ciudad de Maipú; sin embargo, doce habitantes (40 %) no contestan/no saben o consideran que no hay; algunos aluden a la escasez de semáforos.

Foto 7: Carril Ozamis, con orientación norte-sur



Fuente: www.icasas.com.ar

Finalmente, pocos interrogados advierten problemas del tránsito vehicular, ya que nueve de ellos (76,7 %) expresa que no les molesta; 10 % se queja de la alta velocidad y/o la circulación imprudente de muchos conductores; y a 6,7 % les molesta el ruido de las motocicletas con escape libre; finalmente, una persona (3,3 %) manifiesta que, como consecuencia, disminuye el estacionamiento; otra (3,3 %) no contesta (Tabla 8).

Tabla 8: Problemas del tránsito vehicular, en 2020

Problemas del tránsito vehicular	N° de respuestas	% de respuestas
No me molesta	23	76,7
Alta velocidad, circulación imprudente	3	10,0
Motocicletas con escape libre	2	6,7
Disminuye el estacionamiento	1	3,3
No contesta	1	3,3
Total de encuestados	30	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a 30 encuestas a los habitantes de la ciudad de Maipú, 2020

Los habitantes de Maipú, con una clara conciencia de su patrimonio

En la dialéctica espacio-sociedad también se destacan los símbolos materiales e inmateriales relativos al patrimonio. Dichos bienes patrimoniales, según la forma en que se desarrollaron como espacio arquitectónico, nos permiten comprender e interpretar los procesos y los cambios culturales y sociales. Entonces podemos entender los modos y formas de vida de la época. En la encuesta realizada a los pobladores de la ciudad de Maipú nos interesamos sobre todo por el conocimiento que ellos tienen del patrimonio y de su estado de conservación. Por lo tanto, se analizan los siguientes aspectos: los sitios y/o edificios patrimoniales que reconocen en la ciudad de Maipú, el tipo de sitios con los cuales identifican al distrito, el valor de su preservación y los agentes encargados de la conservación.

Se consultó sobre los sitios y/o edificios patrimoniales conocen en la ciudad de Maipú y la mayoría respondió que conocía dos o más sitios, mientras que solo tres (7,7 % de las respuestas) respondieron que no conocían ninguno (No sabe/no contesta). Entre los sitios y/o edificios mencionados se destacan: la bodega Giol, mencionada por 25,7 % de los interrogados; los chalets de Giol y Gargantini, nombrados por 23 % de ellos; la iglesia Nuestra Señora de La Merced, también recordada por 23 % de los encuestados. En menor medida se recuerda la casa de Ozamis y el edificio de la Municipalidad de Maipú (10,3 % de las respuestas cada sitio). Ver Tabla 9 y Fotos 8, 9 y 10.

Tabla 9: Identificación de sitios patrimoniales, en 2020

Identificación de sitios patrimoniales	N° de respuestas³	% de respuestas
Antigua bodega Giol	10	25,7
Chalets de Giol y Gargantini	9	23,0
Iglesia Ntra. Señora de la Merced	9	23,0
Casa de Ozamis	4	10,3
Municipalidad de Maipú	4	10,3
No sabe/no contesta	3	7,7
Cantidad de respuestas	39	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a 30 encuestas a los habitantes de la ciudad de Maipú, 2020

³ Cada persona podía elegir más de una opción

Foto 8: Antigua bodega Giol. Plano de las instalaciones



Fuente: www.noticiasd.com

Foto 9: Chalet de Gargantini



Fuente: <https://vinosybuenvivir.com/pondran-en-valor-dos-joyas-del-patrimonio-vitivinicola-mendocino/>

Foto 10: Edificio de la municipalidad de Maipú



Fuente: www.diariomendoza.ne

Con relación a los sitios y/o edificios que identifican más a la ciudad de Maipú, 27,8% de los habitantes menciona las bodegas, 25% los edificios religiosos, 25% los centros culturales, 11,1% las casonas y 11,1% no contesta (Tabla 10, Foto 11).

Tabla 10: Tipos de sitios patrimoniales, en 2020

Tipo de sitios patrimoniales	Nº de respuestas ⁴	% de respuestas
Bodegas	10	27,8
Edificios religiosos	9	25,0
Centros culturales	9	25,0
Casonas	4	11,1
No sabe/no contesta	4	11,1
Total de respuestas	36	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a 30 encuestas a los habitantes de la ciudad de Maipú, 2020

⁴ Cada persona podía elegir más de una opción

En relación con el valor de la preservación de los sitios y/o edificios, los encuestados reconocen que es importante la conservación de este aspecto, ya que el 90 % responde de manera afirmativa y el 10 % no sabe/no contesta.

Foto 11: Cine Imperial, en la ciudad de Maipú



Fuente: www.2834.com.ar

Por último, para 96,6 % de los encuestados es relevante la preservación de los edificios con características patrimoniales (Tabla 11). Sin embargo, para 30 % de ellos, la protección de los sitios en cuestión le corresponde exclusivamente al municipio y, según otro 30 %, tanto el municipio como la sociedad deberían hacerse cargo de esta tarea. Por otro lado, para 20 % de las personas la preservación es tarea de la sociedad, el municipio y los entes privados; para 10 % de ellos, la conservación del patrimonio compete sólo a la sociedad; 6,6 % de los habitantes considera que es tarea de un organismo privado; 3,4 % de los interrogados no sabe/no contesta.

Tabla 11: Responsables de la preservación de edificios patrimoniales

Responsables de preservar edificios patrimoniales	N° de respuestas	% de respuestas
Municipio de Maipú	9	30,0
Municipio y sociedad de Maipú	9	30,0
Municipio, sociedad y entes privados	6	20,0
Sociedad de Maipú	3	10,0
Entes privados	2	6,6
No sabe/no contesta	1	3,4
Total encuestados	30	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a 30 encuestas a los habitantes de la ciudad de Maipú, 2020

Es importante destacar que la preocupación por la preservación del patrimonio no corresponde puramente a la gestión municipal, sino que debería ser un trabajo en conjunto con la provincia y el país, ya que actualmente quedan muchos sitios abandonados, de los cuales el municipio solo no puede asumir el gasto. Si bien el departamento de Maipú fue creado el 14 de mayo de 1858, algunos sitios patrimoniales fueron construidos antes de esa fecha precisa: la capilla Nuestra Señora del Rosario, la Casa de las Bóvedas y la Casa de Ozamis son testimonio de ello.

Los bienes patrimoniales y las potencialidades turísticas

En la encuesta a los habitantes, analizamos los bienes turísticos desde distintos ángulos: sitios del patrimonio cultural aprovechados turísticamente, espacios verdes como potencial turístico, motivos del crecimiento de esta actividad y origen de los capitales asociados a ella en Maipú.

Con relación a los sitios turísticos mencionados por los encuestados, los más valorados son: las bodegas en general, con 22,8% de las respuestas; el Museo del Vino y la Vendimia, con 18,1%; la bodega Giol, con 13,6%. Los habitantes también aluden a las casas patronales de Giol y Gargantini (6.8% de los

interrogados) y la casa de Ozamis (4,5%). El porcentaje de personas que no saben o no contestan es alto: 11,4%. Además, 22,8% de los encuestados citaron la bodega López que, si bien se sitúa en el distrito Coquimbito -a tres kilómetros hacia el este de la plaza central Doce de Febrero-, está muy presente en su imaginario colectivo (Tabla 12, Foto 12).

Tabla 12: Reconocimiento de sitios turísticos, en 2020

Conocimiento de sitios turísticos	N° de respuestas ⁵	% de respuestas
Bodegas	10	22,8
Bodega López (fuera del distrito)	10	22,8
Museo del Vino y la Vendimia	8	18,1
Antigua bodega Giol	6	13,6
Chalets de Giol y Gargantini	3	6,8
Casa de Ozamis	2	4,5
No sabe/no contesta	5	11,4
Total de respuestas	44	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a 30 encuestas a los habitantes de la ciudad de Maipú, 2020

⁵ Cada persona podía elegir más de una opción

Foto 12: Chalet de Giol, en la ciudad de MaipúFuente: www.memo.com.ar

En segundo lugar, respecto de los espacios verdes, los pobladores poseen una clara representación mental de dos lugares muy concurridos durante sus momentos de ocio: 47,1% de ellos mencionaron el Parque Metropolitano y 43,1%, la plaza Doce de Febrero. Las preferencias están también en otros dos espacios que no se hallan dentro de la ciudad de Maipú, como el parque Canota -en el distrito Luzuriaga, al norte- y el parque Chachingo -del distrito Rodeo del Medio, al este- (9,8% de las respuestas). (Tabla 13).

Tabla 13: Reconocimiento de espacios verdes, en 2020

Espacios verdes citados	N° de respuestas⁶	% de respuestas
Parque Metropolitano	24	47,1
Plaza Doce de Febrero	22	43,1
Parques fuera del distrito	5	9,8
Total de respuestas	51	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a 30 encuestas a los habitantes de la ciudad de Maipú, 2020

⁶ Cada persona podía elegir más de una opción

Por otro lado, sobre los orígenes del crecimiento del turismo, en la encuesta se plantearon las siguientes opciones: el patrimonio de la ciudad, el impulso de la municipalidad, los emprendimientos radicados en la ciudad y el empuje de su gente. La mayor parte de los habitantes (27,8%) considera que sólo el municipio fomenta el crecimiento turístico; una proporción igual de encuestados (27,8%) alude al empuje tanto del sector público como del sector privado, es decir, a la municipalidad y a los emprendimientos urbanos ya instalados o al empuje de su gente; 16,7% de los interrogados opina que los capitales privados son solamente los responsables del crecimiento turístico; finalmente, sólo 2,7% piensa que sólo el patrimonio es la causa del auge del turismo, mientras que si abarcamos aquellos que incluyen el patrimonio y otra causa, el porcentaje asciende a 16,7%; la proporción de los que no contestan es 8,3 %. (Tabla 14).

Tabla 14: Orígenes del crecimiento turístico, en 2020

Orígenes del crecimiento turístico	N° de respuestas ⁷	% de respuestas
Municipio	10	27,8
Municipio, capitales privados, empuje de la gente	10	27,8
Capitales privados	6	16,7
Patrimonio	1	2,7
Patrimonio y otro origen	6	16,7
No sabe/no contesta	3	8,3
Total de respuestas	36	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a 30 encuestas a los habitantes de la ciudad de Maipú, 2020

Finalmente, los encuestados respondieron sobre el origen de los capitales turísticos. En este caso, 50 % de ellos opinan que dichos capitales son locales;

⁷ Cada persona podía elegir más de una opción

según 33,3%, se trata de capitales mixtos; la proporción de los que no saben/no contestan es de 16,6%.

Conclusiones

En conclusión, se advierte que los dos objetivos planteados en este trabajo están cumplidos.

En primer lugar, nos propusimos “caracterizar la identidad de los habitantes de Maipú”. Para responder acabadamente a este propósito, analizamos las respuestas a la pregunta sobre cómo se identifican los encuestados respecto del espacio que habitan: 83,3 % de ellos se sienten maipucinos; 3,3 % dicen pertenecer a la vez a Maipú y al Gran Mendoza; 10 % se consideran mendocinos y 3,3 % (una persona) no contesta. Por lo tanto, prevalece el sentimiento de pertenencia a ese departamento con 86,6 % de las respuestas. Esto puede deberse a varias razones, que intentamos dilucidar a continuación.

Por un lado, influye el fuerte legado de la ciudad, que tiene 163 años de historia propia y se anexa a la aglomeración mendocina recién hace 30 años: en su evolución, la mayor parte del tiempo fue ciudad satélite del Gran Mendoza a partir de su centro administrativo, la municipalidad de Maipú, y tuvo un crecimiento económico relevante, sobre todo en inversiones de capitales privados en el dominio agroindustrial. Por otro lado, cabe destacar el fuerte arraigo de 70% de los pobladores, quienes viven en la ciudad hace más de 15 años. También contribuyen sus vivencias relativas al bienestar cotidiano, que les permiten vivir cómodos en la ciudad de Maipú, en cuanto a seguridad, higiene, accesibilidad a los servicios, buena convivencia, prosperidad. Pocos advierten problemas de tránsito vehicular. Además, los pobladores poseen una clara representación mental de dos lugares muy concurridos durante sus momentos de ocio: 80% de ellos mencionaron el Parque Metropolitano y 73,3%, la plaza Doce de Febrero.

En segundo lugar, el objetivo “identificar y valorar los sitios patrimoniales y turísticos de la ciudad de Maipú”, también está cumplido. Se observa que, con respecto al patrimonio, los habitantes poseen una clara representación acerca del valor de los edificios patrimoniales, y de su uso para el turismo. En este caso, 90% de ellos considera que existen varios edificios patrimoniales en el departamento; 83,3% menciona las bodegas, 6,7% alude a los edificios religiosos. Además, para más del 96 % de los encuestados es relevante la preservación de los sitios patrimoniales, aunque sólo 20 % considera que dicha preservación les corresponde a todos los miembros de la sociedad. Con respecto al turismo, por otra parte, el valor de la actividad vitivinícola en las representaciones de los habitantes se traduce en varios topónimos locales relacionados con dicha actividad: marcas de vino, equipamiento de bodegas, apellidos de familias bodegueras -legado de inmigrantes, sobre todo italianos-.

Por último, este trabajo constituye una aproximación científica sobre la identidad, el patrimonio y el turismo aplicados a la ciudad de Maipú, por lo cual los resultados obtenidos son privativos de la muestra analizada. Por lo tanto, son susceptibles de ser ampliados y verificados en el distrito, en otros espacios del departamento homónimo o en la provincia de Mendoza. Las variables estudiadas pueden encararse desde otros ángulos para enriquecer la investigación, con el objeto de que contribuya al ordenamiento territorial del departamento de Maipú, provincia de Mendoza.

Bibliografía y referencias

- Boullon, R. (2002). *Proyectos turísticos. Metodologías para acertar sin errores*. Buenos Aires: Ediciones turísticas.
- Brunet, R., Ferras, R. y Théry, H. (1994). *Les mots de la géographie. Dictionnaire critique*. Montpellier-París: RECLUS-La Documentation Française.
- Cirvini, S. (2019). El valor del pasado. Aportes para la evaluación del patrimonio arquitectónico en Argentina. *Revista de Historia Americana y Argentina*, 54 (2), p. 13-38.

- Cirvini, S. y Manzini, L. (2016). Diagnóstico y evaluación de las viviendas en el patrimonio arquitectónico de Mendoza, Argentina. [Versión electrónica]. Apuntes, vol. 29 (1), p. 44-59.
- Cortés, S., Díaz, O. y Melo, P. (2017). Aproximación al objeto de estudio de la educación física militar desde las concepciones de educación física y cuerpo. *Lúdica Pedagógica*, 25, 95-104.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design. Choosing among Five Traditions*. Sage Publications, Inc.
- Dany, L. (2016). Analyse qualitative du contenu des représentations sociales. Les représentations sociales. En G. Lo Monaco, S. Delouvé y P. Rateau (Eds.). *Les représentations sociales* (p. 85-102). Bruselas: De Boeck.
- Díaz Herrera C. (2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista *Universum*. *Revista General de Información y Documentación*, 28(1), p. 119-142. <https://doi.org/10.5209/RGID.60813>
- Di Méo, G. (26 de julio 2017). Territorialité. HYPERGEO. Recuperado de: www.hypergeo.eu/spip.php?article699
- Duche Pérez, A. y Blaz Sialer, D. (2018). Método, historia y teoría en Lévi-Strauss. *Revista Uruguaya de Antropología y Etnografía*, 3 (2), p. 61-71. <https://doi.org/10.29112/ruae.v3.n2.4>
- Editorial Grudemi (2019). Muestreo por cuotas. Recuperado de *Enciclopedia Económica* (<https://enciclopediaeconomica.com/muestreo-por-cuotas/>)
- Etchevers, P. (s.f.). Bodega Giol o la ex bodega más grande del mundo. *Welcome Argentina*. Recuperado de: https://www.welcomeargentina.com/maipu/bodega_giol.html
- Fontanillo Merino, F. (Coord.) (1986). *Diccionario de Geografía*. Madrid: ANAYA S.A.
- González Herrera, M. R. (2014). Cultura turística de la población anfitriona residente en destinos urbanos. Análisis y reflexión teórica. En C. Marques Gomes, M. R. González Herrera & R. Miranda (coord.). *Temas Latinoamericanos en turismo: planificación, ciudades, economía y cultura*. San Pablo: INMOD.
- Gravano, A. y Silva, A. (2017). Ciudades (medias) y comunicación: cruces, nudos y aperturas. *Mediaciones de la Comunicación*, 12 (1), p. 39-65.
- Idrissi Abdelfettah, N. (2018). Analyse de discours: concepts, démarches et pratique. OER Commons. Institute for the Study of Knowledge Management in Education. Disponible en: <https://www.oercommons.org/authoring/26968-analyse-de-discours-concepts-d%C3%A9marches-et-pratique>
- International Council of Museums (ICOM) (2008). Terminología para definir la conservación del patrimonio cultural tangible. XV Conferencia Triannual. Nueva Delhi, del 22 al 26 de septiembre. <https://www.ge-iic.com/2008/11/17/2008-terminologia-del-icom-para-definir-la-conservacion-del-patrimonio-cultural-tangible>
- Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico -IAPH- (s.f.). Qué es patrimonio cultural. *Consejería de Cultura*. https://repositorio.iaph.es/bitstream/11532/324807/1/IAPH_Qu%C3%A9%20es%20patrimonio%20cultural.pdf
- Kuhn, T. (1969). *La estructura de las revoluciones científicas*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

- Landi, E. y Méndez, E. (2018). Elementos y conceptos básicos del turismo. Mendoza: Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo.
- Lévi-Strauss, C. (1958). *Anthropologie structurale*. París: Plon.
- Lévy, J. y Lussault, M. (Dir.) (2003). *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. París: Éditions Bélin.
- Liudmila, C. y Balkiz, Y. (2019). Bridging Sustainable Construction Technologies and Heritage: Novel Approach to the Conservation of the Built Environment. En V. Tam y K. Le (Eds.), *Sustainable Construction Technologies. Life-Cycle Assessment*. Australia: Butterworth-Heinemann, p. 395-442.
- Longtin, D. (2022). Analyse de discours. *Anthropen*. <https://doi.org/10.47854/anthropen.v1i1.51225>
- Lynch, K. (1976). *La imagen de la ciudad*. Buenos Aires: Infinito, Argentina.
- Lindón, A. (2007). El constructivismo geográfico y las aproximaciones cualitativas. *Revista de Geografía Norte Grande*, 37, p. 5-21.
- Loaysa Maturrano (2020). La investigación cualitativa en Ciencias Humanas y Educación. Criterios para elaborar artículos científicos. *Educare et Comunicare*, 8 (2), p. 56-66. <https://DOI10.35383/educare.v8i2.536>
- Mucchielli, A. (2003). *L'identité*. París: Presses Universitaires de France.
- Otzen, T. y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphologie*, 35 (1), p. 227-232.
- Pinassi, C. A. (2019). Espacio vivido patrimonial: una mirada alternativa del patrimonio cultural desde la ciencia geográfica. *Ería*, 39 (1), p. 99-107. <https://doi.org/10.17811/er.1.2019.99.107>
- Piza Burgos, N. D.; Amaiquema Márquez, F. A. y Beltrán Baquerizo, G. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Revista Conrado*, 15(70), p. 455-459. <http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>
- Prats, L. y Santana, A. (2011). Turismo, identidad y patrimonio, las reglas del juego. En Prats, L. y Santana Talavera, A. (Coord.), *Turismo y Patrimonio. Entramados narrativos*, (pp. 1-10). La Laguna (Tenerife): PASOS, RTPC. <http://www.pasoonline.org/es/colecciones/pasos-edita/39-numero-5-turismo-y-patrimonio-entramados-narrativos>
- Prieto, E. y Zamorano, G. (1999). El crecimiento suburbano y los problemas de comunicaciones en el departamento de Maipú, Gran Mendoza (Argentina). En *Anales de la Sociedad Chilena de Ciencias Geográficas*, (p. 316-325). Santiago de Chile: Sociedad Chilena de Ciencias Geográficas.
- Raffa, C. y Cirvini, S. (2010). El patrimonio cultural del área metropolitana de Mendoza (Argentina). Propuestas metodológicas para su evaluación como recurso en proyectos de desarrollo local. *Apuntes*, 23 (2), p. 222-235.
- Real Academia Española (2022). Aproximar. RAE. Recuperado de: <https://dle.rae.es/aproximar>
- Robic, M.C. (2004). Géographicité. HYPERGEO. Recuperado de: www.hypergeo.eu/spip.php?article19

Sacco, N. y Riveiro, M. (2016). La Clasificación de Ocupaciones en el Sistema Estadístico Nacional. Estudios del trabajo, 51, p. 1-21. http://www.scielo.org.ar/sciello.php?script=sci_arttext&pid=S2545-775620160003&ING=es&tIng=es

Sánchez Flores, A. (2017). Estructuralismo como método de estudio. <https://fdocumento.com/document/estructuralismo-como-metodo-de-estudio.html?page=1>

Toranzos, F. (1976). Introducción a la teoría de grafos. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.



Revista de Turismo e Identidad
V.3 n.2 – dic 2022 a may de 2023. Mendoza, Argentina
ISSN 2718 - 8205
<http://revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/turismoeidentidad>
pp. 208-234

En búsqueda de modelos organizacionales con perspectiva de género e innovación en el sector empresarial turístico de América Latina

In search of organizational models with a gender perspective and innovation in the tourism business sector in Latin America

 **Cristian Oscar Falquemberg**

Universidad Nacional de Comahue
Facultad de Turismo
San Martín de los Andes, Neuquén, Argentina
c.falquemberg@gmail.com

 **María Alejandra Gazzera**

Universidad Nacional de Comahue
Facultad de Turismo
Neuquén, Argentina
alegazzera@gmail.com

RESUMEN

Este artículo pretende indagar sobre la existencia de modelos organizacionales con perspectiva de género e innovación, en el sector empresarial turístico de América Latina, y cuáles son sus características. Para esto se realizó una revisión descriptiva orientada a obtener información sobre la existencia o no de modelos con perspectiva de género en el sector, a partir de la bibliografía hallada y seleccionada como de interés. Los artículos abordados en español surgen de la

consulta efectuada en bibliotecas electrónicas de alto rigor científico y académico. A partir del trabajo realizado, se obtuvo que no se describe en la bibliografía, modelos organizacionales con perspectiva de género en el ámbito de las empresas de turismo en América Latina, siendo que los estudios están basados en estudiar a las mujeres en su ámbito de empleo y no a las organizaciones con sus estructuras y procesos.

PALABRAS CLAVE: modelos organizacionales; turismo; género; innovación; empresas.

ABSTRACT

This article aims to investigate the existence of organizational models with a gender and an innovative perspective in the tourism business sector in Latin America, and what their characteristics are. Consequently, a descriptive review was carried out aiming at obtaining information on the existence of models with a gender perspective in the sector, based on the bibliography found and selected as being of interest. The articles addressed in Spanish arise from the consultation carried out in different electronic libraries of high scientific and academic rigor. From this studio, we learned that there are not any model of organizations with a gender perspective in the field of tourism companies in Latin presented in the bibliography in spite of basing our studies on studying women in their field of employment and not on the organizations' structures and processes.

KEYWORDS: organizational models; tourism; gender; innovation; business.

Fecha recepción: 3 de agosto de 2022

Fecha aprobación: 18 de noviembre de 2022

Introducción

Surge el presente artículo, a partir del proyecto de investigación llevado adelante por el grupo de investigación del Centro de Estudios del Conocimiento e Innovación Empresarial Turístico - CECIET-, de la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue, denominado "Responsabilidad Social de Género e Innovación: la pertinencia de un nuevo paradigma de gestión integrada a las empresas de servicios turísticos de América Latina y el Caribe.

Se ha comprobado que se bien el turismo es uno de los sectores económicos de mayor crecimiento a nivel mundial, aún se mantienen profundas desigualdades en relación a la cuestión de género, producto de modelos de gestión tradicionales de las empresas de servicios turísticos, en los que prevalecen una serie de barreras para el crecimiento y desarrollo de las mujeres que integran los planteles de trabajo.

La falta de paridad en las condiciones laborales en general, está relacionada con la presencia de barreras que enfrentan las mujeres en sus carreras profesionales como también en el contexto social y personal; este fenómeno mencionado se conoce como techo de cristal; La metáfora que alude al material transparente, connota que no se trata de barreras formales y explícitas, y tampoco leyes ni códigos civiles, sino factores de diversa índole, pero de carácter más escurridizo, los que inciden y dificultan el desarrollo profesional de las mujeres en los diversos sectores de actividad laboral (Burin, 2008; Wirth, 2002).

Los interrogantes aquí planteados, están referidos a si ¿existe un modelo organizacional con perspectiva de género e innovación en el sector empresarial turístico de América Latina? y que características presenta, teniendo en cuenta la cuestión de la innovación, producto de la participación de las mujeres en roles que tradicionalmente estuvieron reservados para los hombres.

La pregunta anteriormente formulada, está en relación a los objetivos que se plantearon en la investigación que da origen a este artículo, tanto al general como a algunos de los específicos; el objetivo general formulado hace referencia a diseñar un modelo teórico metodológico de responsabilidad social en innovación con perspectiva de género, que genere valor a través de una gestión con enfoque integrado para las empresas turísticas de América Latina y el Caribe; en cuanto a los específicos seguidos, uno de estos hacen alusión a analizar los modelos de gestión existentes en empresas turísticas con perspectiva de género e innovación en esta región del mundo, siendo

justamente el perseguido en este caso. Los restantes se orientan a describir el escenario actual y el impacto que ejercen y operan las empresas turísticas latinoamericanas, en el sector turístico en términos de género e innovación y a establecer relaciones significativas entre los factores clave de género, responsabilidad social e innovación.

A partir del planteo de la pregunta de investigación y de los objetivos, se presenta la hipótesis que hace referencia a la inexistencia de modelos organizacionales con perspectiva de género e innovación, en el sector empresarial turístico de América Latina, en función de publicaciones realizadas hasta el momento en idioma español.

En este sentido, con este artículo, se pretendió reunir bibliografía, para que sea analizada, interpretada y que de esta forma se puedan producir aproximaciones teóricas del tema en cuestión, que contribuyan a mejorar las estrategias en relación a las condiciones de las mujeres del sector de empresas de turismo de América Latina.

Para ello, se realizó una revisión descriptiva orientada a obtener información que permita conocer en base a la literatura analizada, la existencia o no de modelos de gestión organizacionales que incluya la perspectiva de género e innovación en el ámbito empresarial turístico de esta región.

En cuanto a la estructura del trabajo, se inicia la descripción de la metodología utilizada, seguida por el desarrollo de un marco teórico que incluye los temas de la situación de las mujeres en el empleo turístico, modelos organizacionales con perspectiva de género, innovación y género, para continuar con la revisión de determinadas publicaciones de revistas electrónicas que se consideraron de relevancia en relación al tema para América Latina, finalizando con la discusión de la bibliografía hallada.

Metodología

La obtención de la información para la realización del presente artículo, surge de una revisión que se inicia a partir de la búsqueda de bibliografía especialmente orientada a modelos organizacionales con perspectiva de género e innovación en América Latina en español. En base a ello, se realizó una caracterización y análisis, buscando dar cumplimiento a uno de los objetivos planteados en la investigación señalada ut supra y que dio origen a este artículo. En una segunda etapa de la investigación, se realizará una búsqueda de bibliografía en idioma inglés a través de algunos buscadores de acceso libre como “jstore”.

Para la búsqueda de antecedentes, se utilizaron artículos académicos de las bibliotecas electrónicas, Redalyc, Dialnet, Scielo, y CEPAL repositorio digital, dado que las mismas además de su rigor científico y académico, abarcan el área de estudio de referencia (Ver Tabla 1)

Tabla 1: Artículos académicos hallados en bibliotecas digitales¹ en función de las palabras claves utilizadas para la búsqueda

Denominación de la Biblioteca Virtual	Caracterización de la biblioteca virtual	Total de artículos hallados en relación a turismo y género
Redalyc	Red de revistas científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal; sistema de indización que integra revistas de alta calidad científica y editorial de la región. La misma fue creada en el año 2002.	14
Dialnet	Portal de difusión de la producción científica hispana creado en el año 2001 en España. Funciona como una base de datos bibliográfica, biblioteca digital y repositorio de acceso abierto.	10

¹ La tabla muestra el total de artículos hallados en español en cada biblioteca virtual consultada.

Denominación de la Biblioteca Virtual	Caracterización de la biblioteca virtual	Total de artículos hallados en relación a turismo y género
Scielo	Biblioteca electrónica que conforma una red iberoamericana de colecciones de revistas científicas en texto completo y con acceso abierto, libre y gratuito. Se crea en el año 1997.	10
Cepal	Biblioteca de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe creada en el año 1948, para brindar servicios de información especializados sobre desarrollo económico y social de América Latina y el Caribe. Tiene su sede en Chile.	34

Fuente: Elaboración propia

La búsqueda de las publicaciones se realizó durante los meses de octubre y noviembre del 2021. A partir de los medios digitales seleccionados, y en función del tema del presente artículo, se cargaron en los buscadores palabras claves en español, que fueron combinadas de diversas maneras posibles a fin de lograr artículos sobre la temática de interés. Las palabras utilizadas en repositorios digitales fueron: modelos organizacionales, turismo, género, mujeres, innovación, empresas, sector empresarial y América Latina.

En total se detectaron 64 artículos en relación al tema turismo y género, y si bien se considera un número importante en cuanto a cantidad, al revisar los mismos no se hallaron prácticamente estudios que estuvieran enfocados en tratar o describir las estructuras o procesos de las empresas u organizaciones del ámbito del turismo, en relación a tema género, sino que en algunos casos iban especialmente a describir la situación general de las mujeres y en otros a mencionar los obstáculos que las mismas deben sortear; es decir que el foco de los artículos publicados para América Latina según los hallazgos obtenidos en español, estuvo en las mujeres y el contexto general turístico,

pero no en analizar cómo son estas empresas en donde se desempeñan desde el punto de vista de la cuestión de género.

No se especificaron fechas de publicación para las búsquedas de los artículos, dado que se suponía que resultaba una temática bastante reciente y solo se consideraron aquellos que se encontraban en relación a América Latina y en español; vale mencionar que los primeros hallados surgen aproximadamente a partir del año 2003 para esta región.

En función de los títulos de los mismos, sus áreas geográficas y temas abordados, a modo de demostrar la situación en cuanto al conocimiento disponible, se seleccionaron 5 artículos del total; 4 de ellos de diferentes países como son Venezuela, México, Colombia y Brasil y 1 artículo más general que está referido a una investigación sobre teorías y métodos de investigación sobre turismo y género en América Latina.

El trabajo realizado en Colombia, es el único que hace referencia a un modelo con enfoque de género e incorpora a la innovación en su título, aunque luego en el trabajo esto no se ve desarrollado; en los artículos restantes, el foco está puesto en las mujeres y no en las empresas, sus procesos o estructuras en relación al género, aunque se consideró que resultan claros ejemplos de la orientación que tiene la investigación en esta temática para América Latina. Todos estos trabajos fueron seleccionados e incorporados como forma de demostrar la situación actual del tema en esta región del mundo, junto con la intención de exponer la metodología empleada en los mismos.

Como se mencionó, la bibliografía sobre empleo y género en el ámbito de empresas de turismo en América Latina, no está orientada a los modelos organizacionales de las empresas; por lo tanto, con los trabajos seleccionados y expuestos en este artículo, se pretende demostrar que los estudios son relevantes, pero que existe un vacío en cuanto a estudios y publicaciones referidas a modelos organizacionales con perspectiva de género en esta región, en idioma español.

Marco conceptual

Situación de la Mujer en el Empleo Turístico

La Organización Mundial del Turismo en su Informe sobre las Mujeres y el Turismo (OMT, 2019) señala que las mujeres representan la mayoría de los trabajadores en turismo y por lo general están relegadas a posiciones de menor nivel en el sector; aunque a menudo las mujeres son dueñas de sus propias empresas turísticas y suelen administrarlas como emprendedoras, estas están infra representadas en los puestos de dirección; existe además una brecha de género en el sector turístico, ya que las mujeres ganan menos que los hombres por un trabajo equivalente.

A pesar de que existen abundantes investigaciones sobre impacto ambiental y económico del turismo, son escasos los estudios dedicados al tema género en las empresas vinculadas con el turismo. Generalmente, los aspectos de género son abordados desde el turismo sexual, omitiéndose otras dimensiones y matices sobre sus dinámicas en los ámbitos de la producción y el consumo.

El enfoque de género ha ganado importancia debido a que los derechos sociales, económicos y políticos no se reflejan de igual manera entre hombres y mujeres (Malhotra, Schulte, Patel y Petesch, 2009). La perspectiva de género permite analizar y comprender las desigualdades entre mujeres y hombres, y en particular, la discriminación que sufren las mujeres.

Las empresas turísticas debido a la naturaleza de sus actividades basadas en servicios y atención personal requieren un mayor volumen de empleados que otros sectores donde sus procesos se han tecnificado. Sin embargo, el trabajo turístico para el caso de las mujeres presenta la realidad de ser de baja cualificación, mantienen estereotipos de género, con un predominio del empleo informal y la explotación (Martínez Quintana y Martínez Gayo, 2019).

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes y de mayor crecimiento del mundo. Tal y como se expuso en el Informe mundial sobre

las mujeres en el turismo, las investigaciones muestran que el turismo dispone de un potencial capaz de contribuir al empoderamiento de las mujeres y a una mayor igualdad de género, es decir, que ofrece más oportunidades de empoderamiento en comparación con otras industrias, lo que le confiere una mayor responsabilidad en los avances de las mujeres (Martínez Quintana y Martínez Gayo, 2019).

La Organización Mundial del Turismo, en su agenda de turismo 2030, ha fijado el objetivo n° 5, denominado igualdad de género, entendiendo que el turismo puede empoderar a las mujeres de múltiples formas y en particular mediante la posición de puestos de trabajo y oportunidades de generación de ingresos en empresas de turismo; se afirma que con mayor número de mujeres empleadas y emprendedoras, el turismo puede servir para liberar el potencial de las mujeres, ayudarlas a participar plenamente y emanciparse en todos los ámbitos de la sociedad.

En función de lo descripto en referencia a la situación de la mujer y el empleo en turismo, parecería que los modelos organizacionales tradicionales de las empresas de servicios turísticos, caracterizados por la burocracia, la dificultad de acceso a la capacitación, el escaso uso de las tecnologías de la información y comunicación, insuficiente innovación, entre otros aspectos, se constituyen en barreras para el crecimiento y la competitividad de estas organizaciones.

Revisando algunas metáforas, como la denominada techo de cristal que hace referencia a las barreras invisibles con las que se encuentran las mujeres en los ámbitos laborales, en los últimos años, desde las ciencias sociales, han surgido otras que ayudan a entender las limitaciones con las que se encuentran las mujeres en sus trayectorias profesionales; entre estas, se destacan las que hacen mención a laberinto de cristal (Eagly y Carli, 2007; Mitra, 2003; Smith, 2002; García Cuesta, 2008) y techo de cemento (Chinchilla, Poelmans y León, 2005).

En cuanto a la situación laboral de las mujeres específicamente para América latina y el Caribe, la precariedad del empleo turístico se atribuye a los bajos salarios que ofrece esta actividad, y a la falta de distinción entre los dos tipos de trabajos existentes; el primero que se genera para las áreas operativas principalmente de hoteles y restaurantes que demandan un bajo nivel de calificación en puestos que son ocupados por los grupos de jóvenes, mujeres e inmigrantes principalmente; y en segundo término está el empleo en las áreas administrativas, comerciales y de servicio al cliente que requieren un mayor nivel de calificación (Huízar Sánchez, Villanueva Sánchez y Cervantes, 2016).

Según Ferguson (2010), la inmensa mayoría de empleo disponible para las mujeres en Centro América es un reflejo de pautas globales, siendo de baja calificación como camareras, limpiadoras y cocineras, en turnos de trabajo que dificultan su situación social; la industria de esta manera presenta niveles muy altos de informalidad debido a la naturaleza del sector y rasgos estructurales asentados en el mercado laboral centroamericano como la informalidad y la desigualdad.

Dado el panorama descrito, es posible presuponer que existe una ausencia de modelos organizacionales, que promuevan las cuestiones de género en América Latina, donde se observan la presencia de disparidad de condiciones entre varones y mujeres que trabajan en el sector turístico.

Modelos organizacionales con perspectiva de género

En necesario comenzar definiendo al género, entendiendo al mismo como un conjunto de características sociales, culturales, políticas, jurídicas y económicas, asignadas socialmente en función del sexo de nacimiento y aprendidas durante el proceso de socialización (Organización de las Naciones Unidas (ONU), 2007); según Swain (2005), desde la perspectiva del turismo, el género se utiliza para referirnos a un sistema de identidades culturalmente construidas, expresadas en ideologías de masculinidad y feminidad, que interactúan con relaciones socialmente estructuradas mediante las

divisiones del trabajo y el placer, la sexualidad y el poder entre los hombres y las mujeres.

El género asigna a las personas, según su sexo, un rol o papel social, que permite generar expectativas respecto a la conducta y valores de dicha persona, además de asignarle un estatus o lugar dentro de la sociedad, sea éste positivo o negativo (Hernández, 2007).

Los modelos organizacionales, cuando son los adecuados, facilitan alcanzar los objetivos fijados por la organización; al hacer referencia a los mismos, aparecen los conceptos de planificación, personas, tecnologías, y procesos, que se interrelacionan en la empresa, para alcanzar los objetivos fijados; según Montaña Hirose (2010), un modelo organizacional es una representación general de las estructuras y procesos formales básicos asumidos para lograr objetivos planteados por la organización; para López, García, Cruz, Rodríguez y Valero (2020), un modelo es un diseño teórico simplificado de un sistema o de una realidad o fenómeno complejo elaborado para posibilitar su comprensión y estudiar su comportamiento.

De acuerdo a la bibliografía, el modelo para ser exitoso debe inspirar el cambio, legitimar las acciones de la organización, intentando asegurar un mejor desarrollo organizacional, contribuyendo de esta forma a alcanzar el éxito.

Algunos autores que abordan el tema modelos organizacionales o de gestión, realizan clasificaciones de los mismos, tal es el caso de lo planteado por Tejada Zabaleta (2003) quien define al modelo organizacional con la denominación gestión del talento humano, el cual está basado en el manejo efectivo de las potencialidades de las personas; estas clasificaciones, son las más cercanas a lo buscado en cuanto a modelos de género, dado que están basados en el aspecto humano, aunque el autor en ninguno de los casos hacen referencia al tema género, quizás por no ser un tema vigente en el momento del desarrollo de los mismos.

Si bien es dificultoso hallar una definición para un modelo organizacional con perspectiva de género, se puede decir que esta estaría relacionada con lo mencionado por De la Torre y Maruri Palacin (2009), quienes afirman que la responsabilidad social de género para las empresas, implica conocer las demandas y expectativas, que permitan el desarrollo e implementación de políticas de género que sean compatibles con las estrategias empresariales, de búsqueda de productividad, eficiencia y rendimiento económico; un nuevo tipo de management empresarial que incluya a la cuestión de género en la gestión.

Según Romero Suarez, Tejeida Padilla y Badillo Piña (2017), resultan escasas las investigaciones realizadas en materia de responsabilidad social de género en el ámbito de turismo; cuando que observa que se mantiene un esquema de segregación de las mujeres en las áreas ocupacionales consideradas femeninas (Sparrer, 2003; Brunet y Alarcón, 2008). Ferguson (2010) también resalta que resultan mínimos los abordajes referidos a la cuestión social y de género en el turismo, con importantes desigualdades en la causa género, etnia, clase y nacionalidad.

Es importante destacar que, si bien se encuentran trabajos referidos a modelos de gestión de destinos turísticos de diversos autores, (Pearce, 2016; Naranjo Llupart et al., 2019; García Reynoso, 2017); es de destacar que no se detectan publicaciones en idioma español, en relación a modelos de gestión de empresas, con perspectiva de género en turismo.

Interpretado la importancia de un modelo organizacional, podemos tener que el solo hecho de plantear y comunicar una política en relación a cuestiones de género por parte de una empresa, no necesariamente esta siempre se cumpliría y ello dependería del modelo organizacional que pueda facilitar alcanzar los objetivos propuestos por la organización, en el marco de los enunciados de la misma.

Género e innovación

El estudio de la innovación en sectores de servicios como el sector turístico es complejo, debido a que la teoría y metodologías de innovación han sido principalmente desarrolladas para el análisis de la innovación tecnológica en el sector manufacturero, sin tener en cuenta las peculiaridades del sector servicios.

En los últimos años, el turismo a nivel mundial ha ido progresando, producto de la innovación y creatividad desarrollada en todas partes, con un fuerte impacto en el crecimiento económico, el desarrollo cultural de la población y en la generación de empleo, permitiendo que la población tenga una mejor calidad de vida; el turismo incluye a diferentes actividades que conllevan a la creación de nuevas empresas turísticas e innovadoras de alojamientos, transportes y operación turística, en las que turista goza de los servicios que brinda la actividad (García Arango, 2014).

La relación entre la innovación y género es mencionada por algunos autores, (Robayo Acuña, 2016; Sirec y Močnik, 2015), quienes consideran que la diversidad de género es especialmente importante y beneficiosa para las tareas de resolución de problemas. Los equipos con la participación equilibrada de mujeres y hombres, duplican las posibilidades de superar las expectativas de rendimiento, en comparación con todos los grupos de sólo hombres. Además, señalan que hay una correlación entre la presencia de mujeres en la alta dirección y el desempeño financiero de la organización. Danilda y Thorslund (2011), indica que la innovación en relación a la creación de cosas nuevas se ve reforzada por la diversidad de género, experiencias, perspectivas, conocimiento y redes.

Existe una relación positiva entre la diversidad de género y la generación de conocimientos y capacidades innovadoras en las empresas. La diversidad de los empleados a menudo se considera positiva, ya que podría crear una base de búsqueda más amplia y hacer a la empresa más creativa y más abiertas a nuevas ideas. Lo ideal es que la diversidad de género aumente el conocimiento de la empresa (Khonje, 2017). Los emprendimientos con una

plantilla equilibrada en cuanto a género, tienen casi el doble de posibilidades de innovar en comparación con aquellas que poseen la fuerza de trabajo más segregada (Sirec y Močnik, 2015). Por lo tanto, una distribución equilibrada de género tiene un fuerte efecto sobre la probabilidad de innovar y el rendimiento innovador de las empresas.

Por otra parte, respecto a la diversidad de género e innovación concluyen que se produce una relación fuerte, positiva y significativa entre la diversidad de género y la innovación (Ostergaard, Timmermans y Kristinsson, 2011). Esto indica que la composición del género está positivamente relacionada con la probabilidad de introducir innovación. Se encuentra que la diversidad de género es la variable más influyente en la probabilidad de innovar, en relación a los restantes componentes de la diversidad (etnia, edad y educación).

En esta línea, García Cuesta, Galante Lorenzo y Poveda Verdejo (2018), entienden que los procesos innovadores ejercen efecto en la reducción de desventajas en las nuevas generaciones de mujeres profesionales, y contra las auto atribuciones negativas de las mujeres en relación a las posibilidades de éxito profesional que estas pudieran presentar.

Si bien se detectan algunos trabajos en referencia a innovación y género en el ámbito empresarial, estos estudios no están enfocados en el turismo salvo algunas excepciones, sino que son en general para empresas de servicios de distintos rubros y actividades; en el sector de turismo es bajo lo investigado y producido hasta el momento, y más aún para América Latina.

Resultados

Al analizar los trabajos seleccionados de las bibliotecas electrónicas, surge que los mismos presentan relevancia en relación al tema turismo y género, aunque no para describir modelos de turismo y género en empresas, sino para comprender la ausencia de los mismos en la actualidad en América Latina, según la bibliografía publicada al respecto.

Solo uno de los trabajos citados, hace mención al diseño de un modelo con enfoque de género e innovación, aunque como se puede comprobar, esto solo figura plasmado en el título y los enunciados, dado que, si bien la investigación realizada presenta un amplio desarrollo, esta se aparta y no se ajusta a los mencionados en su título y en sus enunciados iniciales.

Los trabajos que se exponen más abajo, fueron incluidos en este artículo, como forma de mostrar la situación en América Latina sobre las publicaciones que se han venido realizando y de demostrar que el foco de los estudios realizados en esta región del mundo en idioma español, no se han orientado a definir modelos organizacionales con perspectiva de género y si se han inclinado a identificar y exponer los obstáculos que enfrentan las mujeres en las organizaciones del ámbito del turismo, las representaciones de las mismas en el sector, los logros alcanzados por estas, el impacto de las mujeres en la economía de la región, junto innovación de las mujeres en las empresas de turismo entre otros (Ver Tabla 2).

Tabla 2: Artículos seleccionados de diferentes países de América Latina que abordan el tema²

N°	Biblioteca	Autores y años	Título	Tipo de estudio y metodología	Resultados principales
1	CEPAL	(Moreno León y Lunar Leandro, 2006)	Turismo y género. Empleo de la mujer en la actividad turística en la Isla Margarita, Estado de Nueva Esparta. Venezuela	Estudio exploratorio con aplicación de encuestas y entrevistas	Según la opinión de gerentes de agencias de viajes y representantes de organismos públicos, las mujeres tienen un importante rol y ocupan más de la mitad del total de empleados y puestos, principalmente en niveles de cargos medios y altos. Además surgió que tienen la preparación necesaria para ejercerlos.
2	Dialnet	(Fernández Aldecua y Martínez Barón, 2010)	Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de Bahía de Huatulco, México. ¿Hacia un cambio en el rol de género?	Aplicación de métodos mixtos. Cuantitativos. Cualitativos. Encuestas, entrevistas y observación	Las mujeres que pertenecen a empresas turísticas con una estructura organizativa comunitaria han logrado un mayor nivel de empoderamiento que las que participan en las empresas con un esquema organizativo privado. Se conoció que las empresarias privadas les faltan las condiciones de reconocimiento social, autonomía, autoconocimiento, además enfrentan individualidad social, carecen de auto percepción individual y colectiva y el ser empresarias no las integra en redes empresariales, obstaculizando su empoderamiento. El turismo en esta región posibilitó que las mujeres se desarrollen en el rol de empresarias y el género no

² Nota. Se muestran de manera cronológica los artículos que fueron analizados e incluidos en este trabajo, indicando la metodología aplicada en cada caso, como también los principales resultados obtenidos.

N°	Biblioteca	Autores y años	Título	Tipo de estudio y metodología	Resultados principales
					<p>ha sido un impedimento para la tarea directiva de las mujeres; las mujeres saben ser empresarias eficientes.</p> <p>Se acepta el rol empresarial de la mujer dado que presenta un beneficio económico para la familia, pero no significa valoración social de la tarea empresarial femenina, dado que las mujeres tienen el rol de madres, esposas y trabajadoras; los varones no comparten tareas familiares por considerarlas femeninas.</p>
3.	Scielo	(Dreher y Ullrich, 2011)	Gestión de empresas turísticas. La representación de las Mujeres en Blumenau - S.C. Brasil	<p>Aplicación de los métodos cualitativo y cuantitativo.</p> <p>Entrevistas semi estructuradas de preguntas abiertas y cerradas a 12 mujeres gestoras de empresas turísticas del sector de agencias de viajes.</p> <p>Análisis de datos cualitativos, con Excel, mediante análisis de discurso subjetivo.</p>	<p>Para estas mujeres las características, cualidades y dificultades de género al contrario de la prerrogativa de la desigualdad o discriminación marcan un camino de poco conflicto.</p> <p>Las mujeres gestoras tienen poder de decisión y centran sus esfuerzos en conciliar el trabajo y la familia, siendo este esfuerzo de doble jornada el principal reclamo que realizan.</p> <p>La mayoría afirma que tiene poder de decisión en diversos asuntos de la gestión y además aseguran que existe autonomía durante el proceso.</p>
4	Dialnet	(Becerra Gualdrón y Palacios Preciado 2013)	Diseño de un modelo con enfoque de género para la medición de	Se planteó un modelo de medición considerando 4 tipos de variables: 1. resultados	En cuanto a las empresas, se

N°	Biblioteca	Autores y años	Título	Tipo de estudio y metodología	Resultados principales
			capacidades de innovación empresariales: aplicación a Boyacá. Colombia	<p>obtenidos por la empresa, 2. capacidades e insumos, 3. esfuerzos en actividades y procesos, 4. contexto en que se desenvuelve la empresa.</p> <p>Aplicación de encuestas a gerentes y propietarios de empresas turísticas.</p> <p>Se buscaron porcentajes y aproximaciones de mujeres en procesos de innovación de las empresas, nivel de formación de las mismas, participación de las mujeres en la gestión del conocimiento, participación en desarrollo tecnológico y adaptabilidad a los cambios.</p>	<p>intentó saber si las normas, valores y expectativas de estas favorecen el cambio de las mujeres, y si promueven un liderazgo innovador; además se buscó conocer el nivel de ideas innovadoras que provienen por parte de las mujeres y la participación de estas en actividades de planificación y vinculación de la empresa.</p> <p>Los autores expresaron el hallazgo de cierta relación entre el nivel de innovación y la participación femenina en la empresa, en especial para el componente vinculación con distintas entidades, variables estas del grupo factores contextuales; para el caso de desarrollo tecnológico y planificación, surgió una relación inversa, conociéndose que a mayor innovación, menor participación femenina.</p>
5	Redalyc	(Vizcaíno, Serrano, Cruz y Pastor, 2016)	Teorías y métodos en la investigación sobre turismo, género, mujeres en Iberoamérica; un análisis bibliográfico.	<p>Artículo de revisión.</p> <p>Análisis de publicaciones en Iberoamérica sobre turismo, género y mujeres entre los años 1998 y 2014.</p> <p>Se buscó ampliar el conocimiento</p>	<p>Se obtuvo un primer diagnóstico del estado actual de la investigación sobre turismo, género y mujeres en la región iberoamericana.</p> <p>Surge que en Iberoamérica todavía quedan muchos temas por explicar en relación a las dinámicas de género y las cuestiones de poder entre mujeres y</p>

N°	Biblioteca	Autores y años	Título	Tipo de estudio y metodología	Resultados principales
				<p>sobre relaciones de género y experiencias de las mujeres en el turismo.</p> <p>Se examinó el contenido de artículos a través de palabras clave: mujer, niñas, género, empoderamiento femenino entre otras.</p> <p>Se buscó examinar las formas en que las mujeres experimentan su participación en el turismo, sea en rol de turistas, empleadas o gestoras, en empresas privadas o comunitarias.</p>	<p>varones tanto en las prácticas turísticas como en las iniciativas de desarrollo turístico.</p> <p>La mayoría de los estudios detectados fueron empíricos y no se encontró ninguno de revisión de la literatura.</p> <p>En América Latina se observó el interés de examinar las estrategias que desarrollan las mujeres para compatibilizar su trabajo en el turismo, con sus responsabilidades familiares.</p> <p>Los estudios buscan visibilizar las experiencias cotidianas de las mujeres en relación a representaciones, vida cotidiana, conciliación laboral, gestión de espacios y tiempos.</p> <p>Surge el interés de analizar si el turismo contribuye o no con mejorar las condiciones de vida de las mujeres que participan en su producción y consumo.</p>

Fuente: Elaboración propia

Discusión

La revisión de los artículos anteriores, parte del interrogante formulado en la introducción, la cual hace referencia a determinar y analizar la existencia o no en América Latina, de modelos organizacionales con perspectiva de género e innovación en el sector de las empresas de turismo.

Según la bibliografía consultada y seleccionada para su análisis, se pudo conocer sobre la inexistencia de trabajos que estén directamente referidos

al tema modelos organizacionales con perspectiva de género en el ámbito del turismo y también en relación a innovación y género en las empresas de turismo. Esto queda demostrado en los trabajos hallados, dado que en los mismos se hace mención principalmente del rol de las mujeres en las empresas, sus formas de participación y vinculación, junto con el rol que tienen como madres, esposas y trabajadoras, y por el contrario no se hace mención a los modelos de las empresas en que trabajan las mujeres, y tampoco con sus estructuras, procesos, forma de funcionamiento, entre otros.

Si bien en algunos de los estudios abordados se hace referencia a modelos de medición de capacidades de innovación dadas por el género, o al tipo de empresa como el caso de privadas o comunitarias, en ninguna de las publicaciones se profundiza la cuestión de analizar a estas empresas en cuanto a sus formas de gestión, siendo estos aspectos tratados muy superficialmente, con un foco que estuvo siempre puesto en el rol de las mujeres y su forma de desempeño en estas organizaciones.

En la investigación que da origen a este artículo, se plantea la elaboración de un corpus teórico conceptual sobre los modelos organizacionales que incluyan la perspectiva de género en América Latina, además de la comparación de los mismos, aunque esto no se ha podido lograr, dado que no se ha hallado bibliografía en español que trate claramente a los modelos organizacionales de empresas turísticas que incluyan a las cuestiones género, y más aún que esta información permita realizar una comparación entre los mismos; ante esta situación, se citaron los estudios que se consideraron más cercanos al tema o relevantes en cuanto a la cuestión género e innovación en el sector empresarial turístico de América Latina.

Moreno y Lunar (2006), abordan el empleo de la mujer en la Isla Margarita, entrevistando a referentes de empresas de turismo y de organismos públicos, pero claramente este estudio no se orientó a conocer la estructura de las empresas en que trabajaban estas mujeres y tampoco a saber sobre los procesos que las mismas implementan en cuestiones de género; el

trabajo se basó en conocer sobre la participación de las mujeres en estas empresas, los cargos ocupados y su preparación para ejercerlos; además se enfocaron en obtener conocimientos sobre la estructura legal del país necesaria para incorporar a la mujer a la fuerza laboral, descubriendo que la misma es la adecuada; queda demostrado que en este caso la orientación estuvo basada en conocer sobre las mujeres y no sobre los modelos implementados por las empresas en que se desempeñan.

Sucede lo mismo en el caso de Fernández Aldecua y Martínez Barón (2010), quienes en Huatulco, México, logran determinar que las mujeres que participan en empresas turísticas de base comunitaria logran mayor empoderamiento, que las que participan en empresas privadas, y también que las mujeres demostraron capacidad empresarial y eficiencia en la gestión empresarial, donde se destacan ciertas cualidades de las mismas que vienen dadas por su formación, valores, capacidades, comportamientos, a la hora de dirigir organizaciones además de una serie de cualidades personales que benefician su empoderamiento. Nuevamente el enfoque de este caso, estuvo puesto en las capacidades y cualidades de las mujeres que se desempeñan en empresas turísticas, pero no se hace mención a la estructura de las empresas, aspecto que si mencionan en la hipótesis, es decir que luego se apartan en la búsqueda de lo enunciado inicialmente; se puede decir entonces que no se orientan a descubrir la estructura de la organización tal como lo habían planteado. En relación a lo último solo hacen mención a que las empresas de base comunitaria representan un clima más preciso para el empoderamiento de las mujeres que las empresas privadas, sin exponer las causas de esta situación.

En cuanto a lo trabajado por Dreher y Ullrich (2011), en Blumenau, Brasil, nuevamente el estudio estuvo basado en las gestoras de empresas turísticas; el mismo se orientó a las características, cualidades y dificultades de las gestoras mujeres, sin hacer referencia al interior de las empresas donde se desempeñan en cuanto a sus estructuras, procesos, entre otros aspectos,

aunque en su título hablan de gestión de empresas turísticas y la representación de las mujeres en este destino; si bien se propusieron averiguar las causas de las conquistas de estas mujeres, en este caso tampoco se focalizaron en las estructuras de las empresas, ni en sus procesos.

En el trabajo de Becerra Gualdrón y Palacios Preciado (2013), que realizan el estudio para el destino Boyaca en Colombia, intentan diseñar un modelo con enfoque de género para la medición de las capacidades de innovación empresariales. En este trabajo se midió el porcentaje de mujeres que participan en los procesos de innovación, la formación de las mismas, su participación en la gestión del conocimiento de las empresas, desarrollo tecnológico y adaptabilidad a los cambios; aquí también, aunque si bien se descubren ciertas cuestiones importantes que se relacionan a las mujeres y a la innovación, especialmente en cuestiones relacionales, no se midieron aspectos referidos a las estructuras y procesos de las organizaciones que favorecen la igualdad de género y la innovación.

De similar forma a los estudios anteriores, surge en lo aportado por Vizcaíno et al. (2016), en su trabajo para América Latina, analizan diversos estudios publicados en relación a turismo y género, surgiendo nuevamente que las investigaciones revisadas, estuvieron basadas en las formas en que las mujeres experimentan su participación en el turismo en sus diversos roles, no abordándose el tipo de organización de estas empresas, ni de los modelos que las rigen y estructuran.

Estos investigadores anteriormente mencionados, lograron realizar un amplio análisis caracterizado por el aporte de diversos autores, que abordan sobre la participación de las mujeres en el sector del empleo turístico. Ellos manifiestan que el interés de los estudios estuvo en examinar las estrategias que desarrollan las mujeres en el mercado laboral del turismo, demostrándose una vez más que el foco de las publicaciones no ha sido hasta el momento el analizar a las empresas y sus estructuras; en cambio, los

mismos estuvieron basados en visibilizar las experiencias cotidianas de las mujeres.

Se deja en evidencia a partir de los trabajos analizados, que en América Latina los estudios referidos a la cuestión de género en el ámbito del empleo turístico, muestran un panorama de la situación de las mujeres que se desempeñan en el sector, y no así del interior de las empresas turísticas y las acciones que estas podrían realizar en cuestiones de género.

Surge entonces, la necesidad de que se desarrollen en el futuro, estudios referidos a las empresas turísticas y sus modelos de gestión en cuanto a género e innovación, entendiendo que resulta fundamental que los cambios sean impulsados también por las empresas, a través de sus estilos de gestión, sus políticas, estructuras y estrategias.

Conclusión

Los estudios revisados permiten tener un panorama parcial sobre la situación de las mujeres que se desempeñan en empresas turísticas de América Latina, y contribuyen en cierta medida a los objetivos de búsqueda de igualdad de condiciones en el empleo turístico para varones y mujeres, para esta región del mundo, caracterizada por significativas desigualdades.

Se obtuvo que las investigaciones detectadas en idioma español, se enfocaron en estudiar a las mujeres en el ámbito del empleo del sector, aunque no en abordar a las empresas turísticas, con sus políticas y estrategias en cuestión de género.

En función de los objetivos de la investigación que dan origen a este artículo, para el caso del objetivo general, queda reafirmada la necesidad de generar un modelo organizacional teórico metodológico de responsabilidad social e innovación con perspectiva de género, para empresas turísticas de América Latina y el Caribe; en relación a los objetivos específicos, no se pudo dar respuesta al referido a analizar los modelos de gestión existentes en las

empresas de turismo desde la perspectiva de género a causa de no hallar trabajos realizados al respecto en idioma español; en cambio, sí se obtuvieron aportes para describir el escenario actual en que operan las empresas, y principalmente para el objetivo referido a establecer relaciones significativas entre factores de género, responsabilidad social e innovación.

En los estudios abordados, se afirman las capacidades y valores de las mujeres para liderar empresas de turismo, además de la destacada relación que se obtuvo entre género e innovación en las empresas, junto con las capacidades relacionales de las mujeres y todo lo que esto contribuye para el ámbito empresarial.

Entendiendo que las raíces de los cambios deben venir desde las organizaciones, con sus políticas, modelos organizacionales y las personas que las lideran, es fundamental el compromiso de las empresas de turismo, para lograr efectos positivos en cuanto a igualdad de género e innovación. Para obtener resultados es importante que las empresas tengan el conocimiento y las herramientas para su aplicación.

La posibilidad de generar un modelo organizacional con enfoque de género e innovación, para el sector de las empresas de turismo, tal como se propone llevar adelante en la investigación que originó a este artículo, se presenta como una oportunidad y un desafío en el ámbito académico y empresarial turístico de América Latina.

Bibliografía y referencias

Becerra Gualdrón, C. J. y Palacios Preciado, M. (2013). Diseño de un modelo con enfoque de género para la medición de capacidades de innovación empresariales: aplicación a Boyacá. *Criterio Libre*, 11(19), p. 281-308.

Brunet, I. y Alarcón, A. (2008). El turismo rural en Cataluña. Estrategias empresariales. *Revista Internacional de Sociología*, 66 (4), p. 141-165.

Burin, M. (2008). Las "fronteras de cristal" en la carrera laboral de las mujeres. Género, subjetividad y globalización. *Anuario de Psicología [en línea]*. 39(1), p. 75-86.

- Chinchilla, N.; Poelmans, S. y León, C. (2005). Mujeres directivas bajo el techo de cristal. Editor: International Center of Work and Family. Documento original: Directivas en la empresa: criterios de decisión y valores femeninos en la empresa.
- Danilda, I., y Thorslund, J. G. (2011). Innovation and Gender. Vinnova, Tillväxtverket & Innovation Norway.
- De la Torre, C. y Maruri Palacin, I. (2009). La Responsabilidad Social de Género en la Empresa. Ediciones Cinca.
- Dreher, M. T. y Ullrich, D. R. (2011). Gestión de las empresas turísticas: La representación de las mujeres en Blumenau - SC, Brasil. Estudios y perspectivas en turismo, 20(2), p. 425-440.
- Eagly, A. H. y Carli, L. (2007). Troughthe labyrinth. The truthabouthowwomenbecomeleaders. Harvard Business School Press.
- Ferguson, L. (2010). Turismo, igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en Centroamérica. PAPELES de relaciones ecosociales y cambio global, 111, p. 123-133.
- Fernández Aldecoa, M. J. y Martínez Barón, L. A. (2010). Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de Bahías de Huatulco, México. ¿Hacia un cambio en el rol de género? Cuadernos de Turismo, 26, p. 129-151.
- García Arango, G. A. (2014). Bioética, emprendimiento e innovación en el contexto latinoamericano. Redalyc, 11 (1), p. 110-118. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/695/69531554014.pdf>
- García Cuesta, S. (2008). Mujeres en trayectorias periféricas de carrera: las abogadas en doble presencia. Clepsydra, 7, p. 43-70.
- García Cuesta, S; Galante Lorenzo, F. y Poveda Verdejo, V. (2018). El techo de cristal en la industria hotelera de Tenerife (Islas Canarias): el acceso de las mujeres al liderazgo en el sector. Revista Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 16 (4), p. 1105-1117.
- García Reinoso, N. (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador. CULTUR - Revista de Cultura e Turismo, 11(2), p. 81-108.
- Hernández, A. (2007): Postura teóricas sobre los estudios de género. Revista Especial Caminos hacia la Equidad, 4.
- Huízar Sánchez, M.A.; Villanueva Sánchez, R. y Cervantes, G. R. (2016). Turismo y empleo de calidad ¿Una relación posible? En S.M Arnaiz Burne y C. G. Ruiz de Leon (Coord.). Los retos del turismo, (pp. 167-183). Universidad de Guadalajara. <http://www.cuc.udg.mx/sites/default/files/publicaciones/2016>
- Khonje, E. (2017). Tener en cuenta los aspectos de género mejora los resultados de innovación. OMPI Revista, 4, p. 2-7.
- López, T. E. H.; García, E. S.; Cruz, M. S.; Rodríguez, L. R. J. y Valero, B. J. (2020). Diseño de un modelo de gestión. Base científica y práctica para su elaboración. Orphanet Journal of Rare Diseases, 2 (1), p. 1-9.
- Malhotra, A; Schulte, J; Patel, P; y Petesch P. (2009). Innovation for Women's Empowerment and Gender Equality. International Center for Research on Women (ICRW).
- Martínez Quintana, V. y Martínez Gayo, G. (2019). Empoderamiento y desigualdad en el trabajo turístico femenino. Una perspectiva comparada. Papers de turisme, 62, p. 46-66.

- Mitra, A. (2003). Access to supervisory jobs and the gender wage gap among professionals. *Journal of Economic Issues*, 37 (4), p. 1023-1044.
- Montaño Hirose, L. (2010). Cambio y transferencia de modelos organizacionales. Ponencia presentada en las VI Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata. La Plata, 9 y 10 de diciembre.
- Moreno León, F. F. y Lunar Leandro, R. A. (2006). Turismo y Género: Empleo de la Mujer en la Actividad Turística en la Isla de Margarita, la Nueva Esparta, *Revista Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 4 (3), p. 373-389. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2006.04.025>
- Naranjo Llupart, M. R.; Pelegrin Naranjo, A.; Marín Llaver, R. L.; Pelegrin, N.; Pelegrin Entenza, L.; Pellegrin Narango L. y López González, Y. (2019). Modelos de gestión turística: mirada crítica desde diferentes perspectivas. *Revista Electrónica Cooperación -Universidad Sociedad*, 4(1), p. 16-25.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2019). Informe sobre las mujeres y el turismo - Segunda Edición. OMT, Madrid. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422753>
- Organización Mundial del Turismo (s.f). El Turismo en la Agenda 2030. <https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030>
- Ostergaard, C. R.; Timmermans, B. y Kristinsson, K. (2011). Does a different view create something New? The Effect of employee diversity on innovation. *Research Policy*, 40 (3), p. 500-509.
- Pearce, D. (2016). Modelos de gestión de destinos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25(1), p. 1-16.
- Robayo Acuña, P. V. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios*, 7(16), p. 125-140. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.007>
- Romero Suárez, S.; Tejeida Padilla, R. y Badillo Piña, S. (2017). El Sistema de responsabilidad social corporativa como fundamento de la innovación en PYMES Turísticas. *Revista del colegio de San Luis. Nueva Época*, VIII (17). <http://dx.doi.org/10.21696/rcsl8172018867>
- Sirec, K. y Močnik, D. (2015). Gender-Based Determinants of Innovative Activity in Southeast European Established Entrepreneurs. En V. Ramadani; S. Gërguri-Rashiti y A. Fayolle (Eds.). *Female Entrepreneurship in Transition Economies*. Palgrave Macmillan. DOI: 10.1057/9781137444516_5
- Smith, R. A. (2002). Race, gender and authority in the workplace: Theory and research. *Annual Review of Sociology*, 28, p. 509-542.
- Sparrer, M. (2003). Género y turismo rural. El ejemplo de la Costa Coruñesa. *Cuadernos de Turismo*, 11, p. 181-197.
- Swain, M. B. (2005). Las dimensiones de género en la investigación sobre turismo: Temas globales, perspectivas locales. *Política y sociedad*, 42 (1), p. 25-37.
- Tamayo Salamanca, Y. D.; Del Río Cortina, A. y García Ríos, A. (2014). Modelo de gestión organizacional basado en el logro de objetivos. *Suma de Negocios*, 5(11), p. 70-77. [https://doi.org/10.1016/s2215-910x\(14\)70021-7](https://doi.org/10.1016/s2215-910x(14)70021-7)
- Tejada Zabaleta, A. (2003). Los modelos actuales de la gestión en las organizaciones. *Gestión del talento, gestión del conocimiento y gestión por competencias*. Psicología desde el Caribe. Universidad del Norte, 12.

Vizcaíno, L. P.; Serrano, R.; Cruz, G. y Pastor, M. J. (2016). Teorías y métodos en la investigación sobre turismo, género y mujeres en Iberoamérica: un análisis bibliográfico. Cuadernos de Turismo, 38, p. 485-501. <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.38.271531>

Wirth, L. (2002). Romper el Techo de Cristal: las mujeres en puestos de dirección. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Informes OIT; 58.

NOTA DE INTERÉS



Vivencias, comidas y otros relatos de una familia de puesteros en una localidad Malargüina (Mendoza, Argentina)

Pensando las prácticas culinarias como parte del patrimonio inmaterial

Experiences, meals and other stories of a family of farmers in a town of Malargüe (Mendoza, Argentina)

Thinking culinary practices as part of the intangible heritage

 **María Inés Zonana**

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas
Instituto Interdisciplinario de Ciencias Básicas
Mendoza, Argentina
inezonana@gmail.com

 **Alejandra Gasco**

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas
Instituto Interdisciplinario de Ciencias Básicas
Mendoza, Argentina
sojandra@gmail.com

 **Víctor Alberto Durán**

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas
Instituto Interdisciplinario de Ciencias Básicas
Mendoza, Argentina
sojandra@gmail.com

 **Laura Piazzè**

Universidad Nacional de Cuyo
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Centro de Estudios de Sociedad y Cultura
Mendoza, Argentina
lpiazzè@fcp.uncu.edu.ar

 **Jimena Paiva**

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas
Instituto Interdisciplinario de Ciencias Básicas
Mendoza, Argentina
jimapaiva@gmail.com

RESUMEN

El presente trabajo aborda el saber culinario y la alimentación de los pobladores de la localidad de Las Loicas, ubicada en el departamento de Malargüe (Mendoza, Argentina). Esto se logró a partir de experiencias compartidas en el marco de la observación participante y el empleo de la técnica de informantes clave de la localidad.

Se parte de entender a la cocina y la comida como identificadores culturales de las comunidades o los grupos humanos, como lenguajes que nos permiten visualizar cómo se perciben a sí mismas estas comunidades y cómo perciben a otros/otras (Borrega, 2004). Se pretende visibilizar y revalorizar los saberes culinarios de dicha localidad, para potenciar el proceso de patrimonialización de bienes inmateriales frente a una posible transformación del escenario ambiental.

PALABRAS CLAVE: antropología de la alimentación; preparaciones culinarias locales; patrimonio inmaterial; crianza de ganado caprino; puestos ganaderos.

ABSTRACT

This paper deals with the culinary knowledge and diet of the inhabitants of the town of Las Loicas, located in Malargüe (Mendoza, Argentina). This was achieved by collecting shared experiences in the framework of participant's observation and by using the technique of key local informants.

The starting point is understanding cooking and food as cultural identifiers of communities or human groups, as languages that let us see how these communities perceive themselves and how they perceive others (Borrega 2004). Our aim is to make the culinary knowledge of this town visible and revalued, to

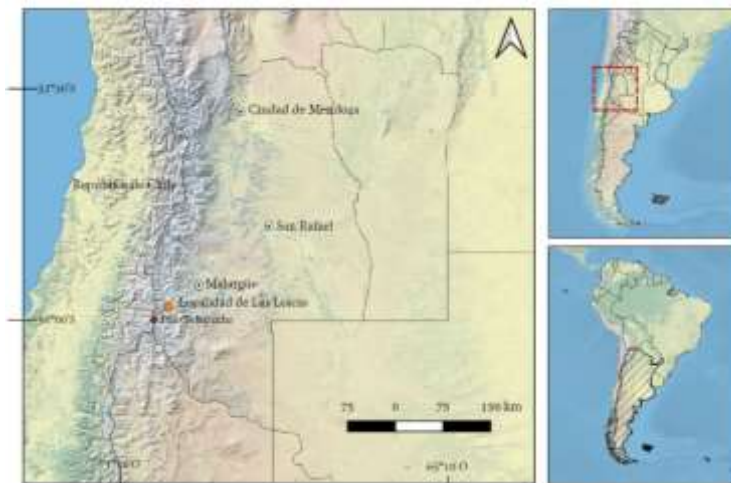
enhance the process of patrimonialization of intangible assets against a possible transformation of the environmental scenario.

KEYWORDS: anthropology of food; local culinary preparations; Intangible heritage; goat breeding; agricultural and livestock posts.

Sintético panorama histórico-ambiental de Las Loicas

Las Loicas es una localidad que se emplaza en el departamento de Malargüe, provincia de Mendoza, Argentina. Se encuentra cercana a uno de los cruces internacionales con Chile, el paso Pehuenche, siendo así un punto de parada casi obligatorio para el tránsito desde y hacia el vecino país. La circundan dos ríos: el río Chico y el río Grande (Figura 1).

Figura 1: Ubicación geográfica de la localidad Las Loicas. Puntos marcados: Paso Internacional Pehuenche y ciudades de relevancia.



Fuente: Elaboración propia de María Inés Zonana con programa Qgis versión 3.18

A nivel morfoclimático, siguiendo el esquema planteado por Ringuelet (1961), la localidad forma parte de la subregión Andino-Patagónica. Hacia el

oeste, está delimitada por la Cordillera de los Andes, siendo a esta latitud un poco más baja que en el norte de la provincia de Mendoza, con alturas que oscilan entre los 1300 y 1900 msnm. Esto permite el ingreso de masas de aire húmedo desde el Pacífico, que descargan precipitaciones de tipo nivales en invierno (Capitanelli, 1972), lo que genera disponibilidad de pasturas para la época estival.

Respecto a las temperaturas, tomando aquellas correspondientes al departamento de Malargüe al cual pertenece la localidad, la temperatura media anual oscila en los 12,1°C, en tanto que la temperatura media más alta se registra en los 21,5°C y la media más baja en los 3,6°C (Capitanelli, 1972).

La fauna autóctona corresponde a la de montaña, según el esquema de Roig (1972a). Encontramos en ella: guanaco (*Lama guanicoe*), puma (*Felis concolor*), zorro gris (*Dusicyon griseus*), zorro colorado (*Dusicyon culpaeus*) y piche (*Zaedyus pichiy*), entre otros. La vegetación corresponde también a la de montaña, a las comunidades arbustivas de los altos Andes (Roig 1972b, p. 71), en donde encontramos: *Adesmia pinifolia* (conocida comúnmente como "Colimamil"), *Adesmia subterranea*, *Mulinum crassifolium*, *Oxalis bryoides*, *Verbena minutiflora* y pastizales representados por *Poa holciformis*.

Es importante remarcar un hecho histórico que condicionó la formación de los suelos de la localidad: en el año 1932, un 10 de abril, hizo erupción el Volcán Quizapú, que forma parte del Complejo Volcánico Cerro Azul-Descabezado Grande, ubicado en la Provincia de Talca, Chile. La erupción arrojó un volumen de piroclasto de entre 5 y 30 km³, que, a raíz de las masas de aire, se esparcieron hacia el este (Rovere, Violante, Rodríguez, Osella y De La Vega, 2012), llegando así a gran parte de la Argentina y afectando de esta manera a la localidad de Las Loicas. Hasta el día de hoy, se puede apreciar en las montañas de la localidad, restos de ceniza volcánica en la superficie.

Es destacable el valor patrimonial histórico y arqueológico de la localidad. A nivel histórico, se puede subrayar la intensa actividad minera que se

desarrolló a partir de la década de 1930 en las cercanías a la localidad. Allí se instaló la compañía Minerales Argentinos, Petróleo y Combustible Sociedad Anónima -MAPYCSA- de capitales argentinos y chilenos. La empresa comenzó la construcción de los caminos que comunicaban a la localidad con las perforaciones de los yacimientos. Los caminos circundaban los ríos Chico y Grande. Años después, MAPYCSA vendió su actividad de exploración de yacimientos a otra empresa, Mina Car SRL (Paiva y Gasco, 2017). Esta actividad definió históricamente parte de la identidad de la comunidad y permanece muy presente en la memoria colectiva de sus pobladores.

Respecto a la relevancia arqueológica, el valle del río Grande, cercano a la localidad, cuenta con grabados de arte rupestre estudiados desde la década de 1970. Asimismo, se han registrado en el mismo valle, sitios arqueológicos a cielo abierto con un riquísimo registro, que incluyen materiales líticos, manos de moler, restos óseos de fauna y fragmentos de cerámica en su superficie, así como también cuevas y reparos rocosos, algunos con arte rupestre, y diverso registro arqueológico estratificado que incluye además cestería y restos botánicos (Durán 2000; Durán, Gasco, Llano y Zárate, 2017; entre otros).

Finalmente, el área cuenta con un repertorio de estudios etnográficos y tafonómicos que destacan la fuerte relación existente entre la población local con el medioambiente que los rodea (Llano, Gasco y Durán, 2017; Llano, Durán, Gasco, Reynals y Zárate, 2021; Otaola, Giardina, Fry, Neme y Wolverton, 2016; entre otros). En relación a estos estudios, resultan importante las descripciones pioneras realizadas por Agüero Blanch, representante del registro civil móvil de Bardas Blancas -localidad cercana a Las Loicas- en la década de 1940 (Agüero Blanch, 1966; Bárcena, 2014). Estas últimas han permitido analizar los cambios y continuidades en las prácticas trashumantes de la población local (Llano et al., 2021).

La localidad de Las Loicas y sus habitantes

En Las Loicas habitan alrededor de 50 familias, cuya actividad primaria es la ganadería caprina. Cabe destacar aquí que esa actividad productiva presenta ciertas características que se incluyen en el repertorio patrimonial de la comunidad. Dadas las características biogeográficas de la región, ha sido posible, tradicionalmente, el desarrollo de una forma de pastoreo basada en el traslado estacional del ganado y sus cuidadores. Este modo de manejar el ganado es denominado trashumancia, y constituye un sistema anual de aprovechamiento de la productividad estacional de los ambientes, diferenciados por la altitud. El pastoreo trashumante constituye un elemento esencial en la configuración del sistema total, dado su extensa tradición en la región y su repercusión en una multiplicidad de esferas tanto medioambientales como socioculturales.

La trashumancia es entendida entonces como una forma de vida sostenible, en donde la población posee un conocimiento acabado sobre los recursos bióticos y abióticos (Llano et al., 2021). Dentro de este modo de vida trashumántico, es común que algunas de estas familias posean dos viviendas, una en las inmediaciones de la localidad de Las Loicas, el puesto de invernada a menor altura, y otro el de veranada, emplazado a mayor altura.

Por otra parte, la localidad posee un establecimiento educativo de nivel primario, denominado Bernardo Houssay (N° 8-497), cuya matrícula la conforman las hijas e hijos de las y los habitantes del lugar. El establecimiento posee un régimen de internado en el cual, los primeros 15 días del mes asisten y se hospedan allí cama adentro y los últimos 15 días del mes el estudiantado permanece en sus hogares.

En Las Loicas también hay dos proveedurías y dos hospedajes. Suelen alojarse allí el personal de la aduana del paso Pehuenche, investigadoras e investigadores que trabajan en la zona, turistas, y pescadores que suelen ir a pasar la temporada de verano en la confluencia de los ríos Chico y Grande.

Planteo del problema

Puntapié inicial: una excavación arqueológica

Con ese escenario socioambiental de fondo, en el mes de abril de 2018, integrantes del Laboratorio de Paleoecología Humana (Instituto Interdisciplinario de Ciencias Básicas-CONICET-UNCuyo), al cual pertenecen la mayoría de las autoras y el autor del presente trabajo, y estudiantes de la carrera de Arqueología de la Facultad de Filosofía y Letras (UNCuyo), desarrollaron tareas de prospección y excavación arqueológica, así como también dieron continuidad a estudios etnobotánicos (Llano et al., 2017; Lano et al., 2021) y etnoarqueológicos iniciados previamente. De este modo, una de las actividades fue montar una excavación en una cueva emplazada cerca de la localidad -sitio arqueológico que recibe la nomenclatura de Las Loicas-Cueva 3. Los materiales arqueológicos hallados en el sitio poseen un alto grado de conservación y entre ellos se pueden destacar restos de cestería, botones y agujas confeccionadas sobre óseo animal y puntas de proyectil de material lítico (Figura 2 y 3).

Figura 2: Sitios arqueológicos trabajados durante el 2018 en Las Loicas, el lado izquierdo Las Loicas-Cueva 3 y del lado derecho el sitio Las Loicas-Cueva 2



Fuente: Fotografía del equipo de investigación tomada por Jimena Paiva

Figura 3: Materiales hallados en el sitio Las Loicas-Cueva 3. De izquierda a derecha y de arriba hacia abajo: a) botón de un orificio, b) aguja tallada en material óseo, c) punzón tallado en material óseo, d) botón doble orificio



Fuente: Fotografía del equipo de investigación tomada por Alejandra Gasco

El conjunto de restos materiales hallados impacta a la comunidad por su excelente estado de conservación. Ello motivó a que el grupo realizara diariamente, luego de finalizar las tareas de excavación, distintos encuentros con lugareñas y lugareños para mostrar y charlar sobre lo hallado, y recoger su visión acerca del trabajo arqueológico.

Nuevos interrogantes: un proyecto de construcción de una central hidroeléctrica

En las charlas con la población de la localidad acerca de la excavación arqueológica, empiezan a surgir interrogantes vinculados a la activación, por parte de las autoridades nacionales y provinciales, de un viejo proyecto relacionado con la construcción de un gran embalse que dejará bajo el agua una buena parte de la localidad, y a la transformación que dicho proyecto generará tanto en la comunidad como en el trabajo científico. El proyecto de construir una central hidroeléctrica nutrida del río Grande se denomina Portezuelo del Viento y tiene un largo devenir en la historia hidroeléctrica provincial (ver enlace de interés) que se encuentra muy presente en la memoria colectiva de la comunidad. La central se emplazaría sobre una gran

parte de la localidad, por lo cual, serán muy importantes las transformaciones generadas tanto en el paisaje como en las tradiciones culturales (Llano et al., 2021).

Del compartir tardes entre “mates y tortitas”, haciendo público -y propio a la vez- los hallazgos del día, surgieron inquietudes, tanto entre algunos miembros de la comunidad como entre nosotras y nosotros, sobre el cumplimiento o no de dicho megaproyecto y de cómo de igual modo, ya se advertía afectada la apreciación del paisaje, la forma de vida, las tradiciones, las emociones de las lugareñas y lugareños sobre su propia vida. Entonces, surgió la propuesta de poner en valor lo más próximo que teníamos y compartíamos a diario, lo que nos unía cada tarde y cada noche: los saberes culinarios. Estos saberes son uno de los múltiples aspectos de esta tradicional forma de vida trashumante de la población que podemos, por el momento, reivindicar como valor patrimonial frente a las potenciales transformaciones del escenario socioambiental.

Síntesis metodológica y teórica de referencia

Dado que las prácticas culinarias y alimentarias son “socialmente aprendidas” (Díaz, 2011, p.14) y que pueden transmitirse a través de la oralidad; la vivencia personal y cotidiana con quien cocina es la mejor manera de aprehenderlas. Por esta razón, se escogió como metodología de trabajo la observación participante y el uso de la técnica de informantes clave (Guber, 2005).

La observación participante se desarrolló en la vivienda de una de las pobladoras de la localidad. Consistió en una serie de encuentros en los que se prepararon dos tipos de panificados siguiendo las recetas de la pobladora, y se dialogó sobre los platos que allí se preparan. Por su parte, los informantes clave fueron tres: la pobladora con la que se prepararon las

comidas, su marido, que es uno de los puesteros de la localidad, y un tercer puestero con el que se dialogó en otra ocasión.

Los encuentros y diálogos con la y los informantes claves que sustentan el presente trabajo, se desarrollaron en el marco de las investigaciones arqueológicas llevadas a cabo en el área en el mes de abril de 2018, y sólo éstos fueron sistematizados, aunque cada tarde y cada noche se compartían e intercambiaban ideas, perspectivas, percepciones y sentimientos, muchas veces encontrados, frente al nuevo y activado proyecto y sobre cómo fue, es y cómo sospechaban que sería su manera de vivir la vida.

En general se suele remarcar algunas diferencias entre la Antropología de la alimentación y la Antropología nutricional, considerando que la primera de ellas estudia los procesos alimentarios y culinarios como parte de la cultura y la sociedad, como “hechos sociales” (Díaz, 2011; Saucedo Arteaga, 2011). Por su parte, la Antropología nutricional, aborda la ingesta de alimentos como procesos biológicos, colocando énfasis en los efectos que pueden generar una buena o una mala alimentación en las personas.

El presente trabajo se inscribe en la primera de estas corrientes, dado que aborda la dimensión cultural y patrimonial de la cocina de los pobladores de Las Loicas. Se considera que la cocina es parte del proceso de alimentación puesto que implica la selección de ciertos ingredientes y de determinados modos de procesamiento de los mismos, para su posterior consumo. Estas tres etapas -selección de ingredientes, procesamiento y consumo- están afectadas por la biogeografía, la historia, las tradiciones y el marco cultural que suscribe a los individuos.

La UNESCO (2003, p.2) define al Patrimonio cultural inmaterial como:

Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural.

Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad.

En esta Convención del año 2003, se incluyó como parte del patrimonio cultural inmaterial a los espectáculos de artes, tradiciones orales, rituales, festividades y técnicas de artesanías. Con el correr de los años, y en distintas convenciones que realiza la UNESCO de manera anual desde el año 2008, se fueron incluyendo también las prácticas culinarias de distintos países.

A los fines del presente trabajo, es importante destacar también la definición de salvaguarda que otorga la UNESCO en su Convención del 2003 (p.3):

Son aquellas medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial, comprendidas la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión -básicamente a través de la enseñanza formal y no formal- y revitalización de este patrimonio en sus distintos aspectos.

La Convención recomienda a los Estados parte fomentar la valorización del patrimonio cultural inmaterial mediante políticas de estudios científicos, programas educativos y medidas de orden jurídico. Sin embargo, cabe recordar que estas definiciones, propuestas en dichas convenciones, a veces no llegan a reflejar o enunciar las tensiones existentes en los procesos de patrimonialización.

Así es como, entendemos que el patrimonio es una construcción social, representativa de ciertos sectores, que requiere activación y que constituye un recurso con múltiples dimensiones e intereses -sociales, científicos y económicos- (Prats, 2005, p. 20). Al entender al patrimonio como un campo

de disputa, debemos reconocer que somos parte de esos agentes que “tironean” en su apropiación y en el modo de concebirlo, revalorizarlo y comunicarlo.

En las Primeras Jornadas de Patrimonio Gastronómico: "La cocina como patrimonio (in) tangible", realizadas en Buenos Aires, Argentina, en el año 2002, se destacó que, en los últimos años, la concepción del patrimonio ha sufrido diversas transformaciones. La noción de “Patrimonio nacional” ha mutado hacia uno de carácter identitario y simbólico; de “heredado” pasó a ser reivindicado; y de ser exclusivamente material, surgió también el patrimonio inmaterial (Álvarez, 2005). En la misma reunión, se apreció que, reconocer las transformaciones en la noción de patrimonio, permite también dar voz y espacio a otros grupos sociales y a bienes intangibles del pasado y del presente que no han sido incluidos con anterioridad en dicha categoría, como es el caso de la comida (Álvarez, 2005).

Se considera que la cocina forma parte del patrimonio inmaterial de una comunidad porque, el acto de cocinar implica la elección de determinados ingredientes y condimentos por sobre otros y de determinadas técnicas de elaboración y cocción que identifica a un sujeto con su cultura y su tradición familiar (Borrega, 2004). La comida no es solamente un objeto de nutrición, sino que también está revestido de simbolismo. Ese valor simbólico que una comunidad o persona le asigna a los alimentos o preparaciones, está determinado, en parte, por la cultura que los enmarca (Borrega, 2004). Tal como explica Espeitx y García (1999), la alimentación y la cocina son reflejo de las relaciones humanas y de las relaciones entre individuos y el entorno ambiental que los rodea. En ese sentido, se entiende que la alimentación y la cocina de los pobladores de Las Loicas está condicionada por la actividad primaria que los distingue: la crianza del ganado caprino.

Desarrollo

Entre historias cotidianas y el calor del sabor

La información que aquí se desarrolla, se recolectó a partir de una experiencia de observación participante con María¹, una de las mujeres que vive en la localidad. María es cocinera de la escuela primaria de Las Loicas. Vive junto a su esposo Rubén en las cercanías de la escuela. Asimismo, poseen un puesto denominado “Casa de Tristán”, en el que “pasan la veranada” y se dedican ambos a las labores de la crianza del ganado caprino. Del matrimonio de María y Rubén nació Juan, quien luego de finalizar sus estudios de la escuela secundaria, decidió trabajar en el manejo de máquinas viales para una empresa constructora en el departamento de Malargüe.

Tuvimos la oportunidad de conocer a María en el marco de los trabajos de campo que realizamos con las y los miembros del Laboratorio de Paleoecología Humana en la localidad. Durante las distintas etapas del trabajo arqueológico y etnobotánico que desarrollamos en la localidad, habíamos estado en contacto con su hermana y otros familiares. Pero en esta ocasión, durante los últimos días del mes de abril de 2018 nos alojamos en el hospedaje que construyó Juan, el hijo de María, y que administra junto a su esposa. Así, fue como María se ofreció a prepararnos la cena todos los días que estuvimos allí y nos abrió las puertas de su casa, escenario en donde compartimos excelentes comidas, charlas, risas y tristezas.

Entre comidas y vasos de vino, María y su esposo Rubén nos contaron parte de su día a día, algunas anécdotas graciosas y otras tantas un poco más dolorosas. En el relato de María, y entre los platos que degustamos aquellos días, observamos que la cocina es una de sus labores principales y favoritas y que de hecho caracteriza su persona.

Quehaceres en el devenir diario

La cocina en la escuela Bernardo Houssay

¹ Todos los nombres que se mencionan en este texto, que correspondan a la y los informantes claves son ficticios, han sido modificados a fin de preservar su privacidad.

La información aquí desarrollada corresponde a la registrada en el cuaderno de campo n°1. Arribamos a las Loicas el día sábado 21 de abril. En esos días María no asistía a desempeñar sus tareas de cocinera en la escuela porque, debido a la época del mes -segunda quincena- las y los estudiantes se encontraban en sus hogares.

Los primeros 15 días de todos los meses son los días más agitados para María. En esta primera quincena, asiste a la escuela en el turno tarde y prepara a las y los estudiantes la merienda y la cena. Según contó María, las niñas y los niños del establecimiento educativo esperan con ansias el “pancito casero con dulce” que les prepara la “tía Mari”, tal como le dicen allí.

María cocina para alrededor de 30 estudiantes, que constituye la matrícula total de la escuela. La merienda que prepara se compone de té o mate cocido, con o sin leche, acompañado de pan casero al natural o tostado, con mermelada de alguna fruta de estación que ella misma prepara. Por otro lado, los platos de la cena constan principalmente de aquellos que suele cocinar María en su casa: guisos con diversas legumbres, arroz acompañado con algún corte de chivo, carne caprina, vacuna o de pollo con alguna ensalada o con puré de papas y tartas de verduras. La escuela tiene un pequeño invernadero donde, junto a las y los estudiantes, se cultivan algunas de las verduras que se consumen, incluso en el pasado, llegó a tener también una pequeña granja. Según contó María, en los últimos años el invernadero cayó en desuso, y solo estaban cultivando papas y lechugas cuando arribamos en abril de 2018.

Crianza de ganado caprino

La información aquí desarrollada corresponde a los cuadernos de campo n°1 y n°2. La comunidad de Las Loicas desarrolla como actividad tradicional de subsistencia, el pastoreo trashumante de ganado caprino. Esta actividad le da una impronta identitaria particular a la comunidad, si la entendemos como una construcción social-relacional permanente y multidimensional (Cucho, 1999). En aquellos días de abril, los puesteros de las Loicas, entre

ellos Rubén, se encontraban “juntando” a las chivas, ya que estaban terminando la “veranada”. Durante esta época del año -desde diciembre hasta marzo e incluso abril- las puesteras y los puesteros realizan la veranada junto a su ganado, es decir, realizan el traslado de los animales e incluso parte de las familias, hacia los puestos de altura, lo que se conoce como “trashumancia vertical”, para el aprovechamiento de las pasturas silvestres frescas luego de los deshielos. Con esta actividad, según su propia apreciación, los animales se alimentan mejor, engordan y llegan listas para hacer el cruce reproductivo y pasar el invierno. Asimismo, es ampliamente conocido el aporte de este movimiento sostenible estacional en otras esferas de la cultura y la biodiversidad. Según contó María, los meses de abril y mayo son los mejores para carnear a las chivas, porque “vuelven de la veranada más gordas”, dato que comprobamos en una de las cenas en la que degustamos un chivo asado a la parrilla preparado por Rubén.

Las labores que realiza María en la segunda quincena del mes, dependen en parte de la época del año: desde enero hasta abril, se traslada algunos días al puesto junto a su marido, a quien ayuda con las tareas de la veranada. Entre abril y mayo, Rubén y el resto de los puesteros de la comunidad, juntan a las chivas que están terminando la veranada para luego poder realizar la cruce del ganado. A partir de mayo y hasta el mes de septiembre aproximadamente, las y los pobladores permanecen en la localidad de Las Loicas, dado que por disposición municipal se les prohíbe quedarse en sus puestos de veranada por el peligro que generan las nevadas.

Los días que transcurren entre los meses de octubre y noviembre son los más complicados y laboriosos. En esas fechas, los puesteros y las puesteras deben cuidar a las chivas que están preñadas y que comienzan a dar a luz en el mes de octubre. Generalmente, y dependiendo del tamaño del rebaño, paren entre 20 y 30 chivas por día y una chiva puede dar a luz una o dos crías, incluso tres. Entre las tareas que normalmente deben realizar en el puesto en esta época se puede mencionar: mantener separada a cada hembra con

sus crías, cuidar que cada chiva amamante a sus crías y alejar a los chivos machos del rebaño.

Otro asunto importante es la selección de los “machos reproductores”. Aquellos chivos que seleccionan los puesteros para que posteriormente sean cruzados con las chivas reciben el nombre de “castroneros” o “machos reproductores”. Éstos, son separados del conjunto de chivas entre los meses de septiembre hasta mayo, y son entregados a un puestero específico, al que se lo denomina también “castronero”. Este puestero es quién los cuida hasta la fecha en la que se realiza la reproducción, es decir, en el mes de mayo. Al puestero que se le encarga el cuidado de los reproductores, se le paga un monto específico por cada uno de ellos. Observamos de primera mano, en la visita realizada el 12 de mayo de 2018, que en la actualidad esta es una actividad principalmente masculina: se reúnen todos los crianceros en un puesto seleccionado previamente, el castronero lleva allí los machos que cuidó durante el año y cada uno retira sus animales. Se ponen de acuerdo sobre quién será el año próximo el castronero (en general se mantiene el mismo caballero), charlan sobre las pasturas durante la veranada, sobre las amenazas de predadores y de otros temas relacionados con la comercialización del chivo y las festividades. También intercambian algunos chivos entre ellos, lo que permite mejorar la cruce y la calidad de los mismos (grabaciones audiovisuales, mayo 2018) (Figura 4).

Respecto al uso de carne caprina, según nos explicó María, la carne que suelen dejar para consumo personal es la de las chivas adultas (mayores de dos o tres años), mientras que la carne de los machos castrados (los chivos que no se seleccionan como reproductores son castrados a los dos o tres meses de nacimiento para amansarlos), y los más jóvenes son vendidos a redistribuidores para insertarla en los mercados internos del departamento y la provincia.

Figura 4: Entrega de los machos reproductores. En la imagen se registra a dos puesteros de la zona dialogando con el castrero



Fuente: Fotografía del equipo de investigación tomada por Jimena Paiva.

Los platos de María

La información aquí desarrollada corresponde al cuaderno de campo n°1. María nos contó que aprendió a cocinar junto a su suegra, dado que en su casa solo cocinaba su mamá. Nos relató que su mamá era “un poco territorial” en la cocina y que no le gustaba que ella o sus hermanas realizaran esa labor. Junto a su suegra, aprendió a cocinar pan, “tortafritas” y guisos, entre otras cosas.

Los días que estuvimos excavando en Las Loicas degustamos diversas comidas elaboradas por las manos de María: guiso con carne de chivo, hamburguesas de chivo, tortilla de papas, pizzas, tarta de verduras, entre otras cosas, además del chivo a la parrilla preparado por Rubén. Todo ello acompañado de pan casero y vino mendocino.

Entre charla y charla, [habla en primera persona María Inés Zonana] en una de las cenas le comenté a María que la cocina es uno de mis pasatiempos, y no tan pasatiempos, preferidos. Le comenté acerca de mi familia compuesta por varias hermanas y hermanos y que yo cocinaba en casa con regularidad,

platos dulces y salados. Fue ese momento en que se tendió un puente de confianza a partir del cual María me preguntó si quería aprender a cocinar pan casero con ella.

La cita fue al día siguiente, a las 07.30 horas de la mañana. La puntualidad no es mi fuerte, por lo que llegué a su casa a las 08:00 horas, trasladándome a pie desde el hospedaje de Juan y su mujer. María me esperaba con todo preparado: sobre la mesa los ingredientes listos y mates dulces calentitos para desayunar.

Con las manos limpias, comenzamos a amasar. Entre mezcla y mezcla, María me contaba parte de su día a día, de las actividades de los puesteros, de la relación que ha tenido la localidad con los diversos gobiernos de turno: los “gansos” (término que se utilizaba y aún se utiliza en Mendoza para hacer referencia a los miembros del Partido Demócrata, un partido liberal de centro-derecha, es un apodo peyorativo para hacer alusión al cuello largo de los miembros de aquel partido, en el sentido de mostrar su actitud de indiferencia y soberbia con el resto de la sociedad), los “peronistas” y los “radicales”. También dialogamos sobre el futuro proyecto hidroeléctrico de “Portezuelo del viento” y de cómo afectaría la vida de los puesteros.

Las siguientes son algunas recetas que María me enseñó, y a las que me invitó a elaborar con ella:

Pan casero

Ingredientes: 5 kilos de harina 000, 250 gramos de levadura fresca mezclada con agua tibia y una cuchara sopera de sal, 250 gramos de grasa de chiva (se puede reemplazar por 100 centilitros de aceite), agua (cantidad necesaria, 300 centilitros como mínimo).

Se coloca la harina en forma de montaña con un hueco en el medio y se integra allí la levadura mezclada con el agua tibia, la sal y la grasa de chivo derretida pero a temperatura ambiente (si se quiere evitar quemarse los dedos). Se integran los ingredientes (con fuerza y empuño) y se va colocando

agua de a poco hasta que quede una masa homogénea, luego se cubre la masa con una tela humedecida y se deja reposar aproximadamente 40 minutos, en un ambiente con calor (nosotras la dejamos reposar cerca de la estufa a leña que se encuentra en el comedor de la casa).

En el momento en que dejamos reposar la masa, nos dirigimos con María a “caldear” el horno de barro, que se encontraba en el patio trasero de la casa, a unos tres metros de distancia de la cocina. María me contó que utilizan leña de una planta llamada “Colimamil” (*Adesmia pinifolia*), de tronco relativamente fino pero que prende fuego rápidamente. Con María y Rubén colocamos la leña en el horno y encendimos el fuego, lo dejamos que ardiera un buen rato, con la puerta cerrada. A la media hora abrimos la puerta del horno de barro y corrimos las brasas para los costados del horno. Cerramos nuevamente la puerta del horno y nos dirigimos a revisar la masa que había quedado al calorcito del fuego de la estufa.

La masa ya había leudado y levantó el doble de su volumen original, así es que procedimos a cortarla en 10 bollos grandes y a darles forma. Los amasamos nuevamente y los dispusimos en una tabla de madera para luego trasladarlos hasta el horno de barro. Como paso final, realizamos un “corte” al medio de los panes, los colocamos en el interior del horno y cerramos la puerta. Dejamos que el horno hiciera su magia, entre media hora y cuarenta minutos. El resultado fueron 10 piezas de un pan crocante por fuera y muy esponjoso y aireado por dentro.

Cuando yo preguntaba cómo sabían que el horno había alcanzado la temperatura óptima para hornear o cuándo había que retirar los panes, María y Rubén simplemente me contestaban, “te vas a dar cuenta solita, ya verás”; y así fue, el perfume a pan recién horneado era notable: ¡el pan estaba listo!

Tortafrita

Al día siguiente preparamos con María unas “tortafritas” (o sopaipilla, como se la conoce en otras partes de Argentina y de Latinoamérica), que llevamos al sitio arqueológico donde se encontraba trabajando el resto del equipo y así compartir la culminación de la jornada.

Ingredientes: 2,5 kilos de harina 000, 150 gramos de levadura mezclada con un poco de agua tibia y una cuchara sopera de sal, 100 gramos de grasa de chivo más 300 gramos de grasa de chivo para freír, agua (cantidad necesario, un vaso como mínimo). También se pueden agregar dos huevos y colocar menos agua.

Se coloca la harina en forma de montaña con un hueco en el medio y se integra allí la levadura mezclada con el agua tibia y la sal, también se agrega la grasa de chivo derretida, pero a temperatura ambiente. Se integran los ingredientes y se va colocando agua de a poco (en este momento se colocan los huevos previamente batidos, en caso de que se desee) hasta que quede una masa homogénea, luego se cubre la masa con una tela humedecida y se deja reposar aproximadamente 30 minutos, en un ambiente con calor. Volvimos a utilizar el calor de la estufa a leña para que la masa leude (Figura 5).

Figura 5: Detalle de las tortafritas, previo a freírlas



Fuente: Fotografía del equipo de investigación tomada por María Inés Zonana

Luego de que la masa haya reposado, se procede a amasar nuevamente y formar bolitas para luego estirarlas en forma de circunferencias de aproximadamente un centímetro de espesor (“menos de un dedo de espesor”). Se realizan dos pequeños agujeros en el medio con los dedos y se fríen en aceite (de girasol o mezcla comercial) o grasa de chivo. Nosotras utilizamos grasa de chivo derretida y bien caliente para que salgan doradas. Se las retira del aceite cuando lograron esa coloración deseada y se les puede espolvorear con azúcar común o impalpable por encima.

Me llamó la atención que, con María, las “tortafritas” no las cocinamos en la hornalla de la cocina convencional, que aquí funcionan con gas envasado en garrafa, sino en un pequeño caldero que tiene en su hogar, colocado al lado de las llamas del fuego que habíamos encendido anteriormente en la estufa a leña con colimamil (Figura 6).

Figura 6: Detalle de las tortafritas luego de freírlas. En los alrededores del caldero puede apreciarse la leña de “colimamil” utilizada para prender el fuego



Fuente: Fotografía del equipo de investigación tomada por María Inés Zonana

Guisos, estofados y más

María me comentó que la dieta en el puesto de veranada suele ser similar a la dieta que llevan en Las Loicas, durante la invernada. Consumen mayormente guisos, estofados y cazuelas, preparadas casi siempre con carne de chiva. Ella prepara sus estofados salteando la carne de chiva con cebolla, luego les coloca un poco de agua y lo condimenta. Además, le agrega verduras como papa, zanahoria y zapallo. Por otro lado, los guisos los prepara de la misma manera que los estofados, pero luego le agrega lentejas, porotos, arroz, o fideos, dependiendo de lo que se desee comer ese día.

En el puesto de veranada consumen verduras que, al principio llevan ellos mismos, y luego a medida que pasan los días, meses, le compran a un verdulero que se va trasladando por los distintos puestos de Las Loicas. Asimismo, cuando se encuentran en la localidad, suelen consumir las verduras que plantan en el invernadero de la escuela, pero también le compran a un verdulero que trae una vez por semana verdura fresca de la ciudad.

Las semanas en las que no hay verduras, María y Rubén suelen aumentar un poco el consumo de carne de chivo. Algo que llama la atención de María es que ha comenzado a aparecer un carnicero ambulante que comercia carne vacuna, extraña en la zona, porque “si algo tenemos, es carne” -dijo-. Aparentemente, este acontecimiento reciente se vincularía más con el desarrollo de emprendimientos turísticos (restaurantes, posadas) alrededor del futuro embalse. Esto invita a pensar y reflexionar en la transformación o pérdida de ciertas prácticas vinculadas directamente con lo culinario y la alimentación, y cómo las nuevas exigencias, “los nuevos paladares”, logran cambiar las recetas, los modos de preparación, y toda la lógica de la cocina, con lo que ello implica.

Respecto al uso de la carne caprina, del chivo también se extrae la grasa para utilizarla en las preparaciones o a modo de reemplazo del aceite. Para ello, luego de carnear al animal, se le retira la grasa adherida al cuerpo, se la derrite en una sartén sobre el fuego y se la guarda en forma de cubo. La grasa la conservan en la heladera o a temperatura ambiente en un frasco o envase

cerrado (sobre todo en el puesto de veranada). Las vísceras también se las utilizan y se las cocina al horno o se las saltea con verduras.

Detalle importante por destacar son los horarios en los que cocina habitualmente María y la conformación del espacio que emplea para ello. Normalmente, cuando realiza algún panificado, María se levanta temprano, alrededor de las siete de la mañana, para desayunar y comenzar la preparación, dado que la misma requiere tiempo de descanso para que leude. Asimismo, a la hora de cocinar para el almuerzo o para la cena en su ámbito familiar, lo hace con dos o tres horas de anticipación. Por ejemplo, los días que nos encontramos allí realizando las tareas de excavación con nuestro equipo, María comenzaba alrededor de las siete de la tarde a prepararnos la cena, que luego degustábamos cerca de las nueve y media de la noche.

En relación con el espacio en donde se mueve María dentro de su casa para cocinar, hay tres instancias a detallar: amasa los panificados y realiza los primeros pasos de sus recetas (cortar carne, picar vegetales, entre otros) en la mesa de la cocina - comedor; de allí se traslada al horno de barro ubicado en el patio trasero de su casa -en caso de estar realizando pan, empanadas o grandes cantidades de carne- o a la cocina a gas envasado -en caso de estar preparando otros platos-. Una tercera instancia es la estufa a leña, ubicada a unos tres metros de la cocina, en donde suele dejar leudar los panificados que precisan calor para ello, o freír.

Las festividades de los puesteros

La información aquí desarrollada corresponde a los cuadernos de campo n°1 y n°2. En Mendoza, las fiestas más conocidas son la Fiesta Nacional de la Vendimia, el Festival del Camote, la Fiesta del Chivo, y la Fiesta de la Tonada, entre otras.

A la hora de hablar de festivales típicos de la zona, María nos comentó que originalmente aquel que realizaban en la localidad de las Loicas, se

denominaba Fiesta de los Pescadores, dado que la zona del río Grande y el río Chico es muy concurrida por pescadores que vienen tanto de Mendoza como de otras provincias y de Chile. Pero ese festival no representaba a la población local, por lo cual, con el correr de los años, se le cambió el nombre por Fiesta de los puesteros cordilleranos. Según nos contó María, desde el año 2016 no se realiza por falta de fondos del departamento de Malargüe.

Otros festivales que nos nombró María son los siguientes: la Fiesta del Chivo que se realiza en el departamento de Malargüe entre los meses de enero y febrero, la Vuelta del veraneador que se realiza en abril y a la que asisten también las puesteras y puesteros de Chile, además de la Fiesta del puestero sureño, que se realiza en el Sosneado, una localidad cercana a Las Loicas, en el mes de abril o de mayo. Las últimas dos fiestas son importantes para las puesteras y puesteros de Las Loicas porque les permite reencontrarse con los familiares que tienen del otro lado de la cordillera, para el caso de la segunda festividad nombrada, y conocer pobladores de otras localidades cercanas y concretar lazos de amistad y noviazgo, para el caso de la tercera festividad.

Retomando lo explicitado en párrafos anteriores en relación a la entrega de los machos reproductores, nos comentó otro puestero de la zona, don Pedro, que anteriormente en esta reunión asistían las mujeres y vendían empanadas, tortafrita y pastelitos. Era una actividad de carácter más bien festivo, en dónde además de vender comidas típicas, se bailaba música folclórica y se compartía casi todo el día. Pero, con el tiempo se perdió esa costumbre y ésta pasó a ser, como se dijo, una actividad masculina y una transacción más que una festividad. Don Pedro y María coinciden en que parte de esa pérdida se relaciona con que las y los jóvenes migran hacia la ciudad a estudiar o trabajar, entonces cada vez son “menos manos las que deben hacer la misma cantidad de tareas” y eso hace que el tiempo no rinda como antes “y somos cada vez menos”.

Reflexiones

A raíz de lo relatado, puede apreciarse que uno de los rasgos identitarios de la comunidad de Las Loicas es la crianza del ganado caprino. Como tal, la alimentación, historias familiares y costumbres giran en torno a esta actividad, la carne caprina se convirtió en el eje central de su alimentación, al punto tal que, por ejemplo, se preparan los panificados y se fríe con grasa caprina y no con aceite. El desarrollo de esta actividad se encuentra directamente ligado a las posibilidades que les brinda y transmite el ambiente en el que se emplazan. Los puesteros aprovechan, tras el invierno, las pasturas frescas que crecen en los cordones montañosos para alimentar a sus animales y del cauce de sus ríos para nutrirlos, también colaboran con esa riqueza natural, al irrigar los pastizales.

Los saberes culinarios también nos permiten apreciar la relación entre la población local y el medio que los rodea. En la medida de lo posible, se aprovecha al máximo los recursos que ofrece el ambiente: se cocina, cuando la preparación así lo permite, al horno de barro o en un caldero colocado al calor de la estufa a leña. Asimismo, se caldea el horno de barro y se enciende el fuego de la estufa a leña con colimamil, que es la madera que está disponible en la zona.

En este sentido, se entiende que, para las pobladoras y los pobladores de la localidad, la modificación del ambiente a través del proyecto hidroeléctrico Portezuelo del viento, es un factor de riesgo para la continuidad de sus actividades y, por ende, de sus vidas. En primer lugar, el proyecto impactaría sobre los circuitos de movilidad que emplean los puesteros para realizar la trashumancia. Además, muchos de sus hogares o puestos de internada también se verían afectados, teniendo que trasladarse a otro espacio, con lo que ello implica: chequear límite de nevadas, construir viviendas acordes a sus necesidades y a las condiciones del paisaje circundante que incluye arboledas y circuitos de arroyos nuevos. Éstos se constituyen como impactos de largo plazo, pero ya están advirtiendo modificaciones de corto plazo en sus modos de vida con el solo hecho de plantearse la activación del proyecto:

aparición de vendedores ambulantes -verdulero, carnicero de carne vacuna y porcina- jóvenes que dejan la crianza de ganado para entrar a trabajar en las empresas tercerizadas de evaluaciones de impacto, construcción de accesos, o que inician una reconversión económica hacia emprendimientos turísticos. Temas sumamente interesantes para retomar en otras visitas y reflexionar al respecto.

Por otro lado, apreciamos que actualmente la configuración del espacio donde se cocina permite una determinada movilidad, en donde en una primera instancia se procesan los alimentos en un espacio -la mesa de la cocina-comedor - y en una segunda instancia se asa o se finaliza la cocción en otro -la cocina a gas envasado dentro del hogar o el horno de barro fuera del mismo o incluso la estufa a leña-. Con la modificación del paisaje que presupone la construcción del dique, mutarán los modos de vida de la población local en su totalidad, en sentido tal que, se desconoce si los nuevos hogares en donde se instalarán, tendrán las características similares a los presentes, que permiten la movilidad detallada, el aprovisionamiento de leñosas, hierbas y otros insumos silvestres.

Por ello, es necesario el registro de sus prácticas cotidianas en lo inmediato, ya que el solo hecho de reiniciarse las tratativas del proyecto, genera en la población modificaciones culturales profundas. El presente trabajo se pensó como un intento de registrar y potenciar la revalorización de los saberes culinarios de la población, teniendo en cuenta que, en un futuro no muy lejano, la misma será trasladada. Si bien, al principio apuntamos a trabajar los saberes culinarios, en la medida que avanzamos en su problematización se han abierto otras preguntas que amplían la mirada sobre qué representan y sostienen las prácticas culinarias.

Las recetas condensan saberes, muchos de los cuales se registran y transmiten oralmente y parcialmente de manera escrita. Las recetas podrían tener apariencia de partituras, sin embargo, su interpretación, los recursos y tiempos que se emplean para su realización, quienes son sus ejecutantes y a quienes van destinadas, en que orden u ocasión; nos mueve a generar más y

diferentes preguntas, especialmente en vistas de profundos cambios que se avecinan sobre esta población. Es junto a ella que preguntamos acerca de cómo seguirá el curso de este modo de vida y de qué manera se reformulará cambiando sus prácticas cotidianas.

A partir de aquí se desprenden también nuevos interrogantes y líneas de investigación que apuntan al desarrollo de un análisis más profundo sobre algunos supuestos que subyacen en las prácticas culinarias y alimentarias abordadas. Es interesante, y creemos que será fructífero analizar el rol de la mujer en la comunidad de Las Loicas. Como puntapié inicial, y siguiendo lo planteado por Tobin (2005), nos resulta atrayente observar cómo, en la localidad y en la Argentina en general, se celebra o se reconoce al asado - parrilla, parrillada, barbacoa- que en este caso es el “chivo asado”, como una de las comidas clásicas o como un emblema nacional. Se sabe que este plato típico es una preparación principalmente masculina y que, sin embargo, la mujer participa en ella desde otro lugar, menos reconocido que la labor del hombre en esta preparación.

Por otro lado, observamos que hay infinidad de preparaciones elaboradas por las manos de mujeres, que precisan muchas horas de trabajo y que suponen el traspaso de sus recetas a través de la oralidad, de familia a familia, de mujer a mujer, que no son reconocidas o revalorizadas con el mismo énfasis que aquella preparación de carácter mayormente masculino. Aunque creemos que este es un campo a desarrollar en investigaciones futuras por parte del equipo, dado que precisan un nivel de detalle que se nos escapa de la finalidad del presente trabajo, esperamos al menos haber contribuido en visibilizar la necesidad de reflexionar sobre este modo de vida, su riqueza e importancia, así como de señalar el comienzo de estas reflexiones.

Agradecimientos

Primeramente, a María y a Rubén que nos abrieron su casa y nos ofrecieron su calidez humana. A los y las integrantes del Laboratorio de Paleoecología Humana, que acompañaron en los trabajos de campo, realizando las tareas de prospección y excavación y degustando las tortafritas.

El presente trabajo fue financiado principalmente por el subsidio de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica (Argentina) y la UNCuyo al proyecto “El volcanismo holocénico y su impacto sobre los ambientes y el proceso de poblamiento humano de la Cordillera Central y sur de Mendoza” (PICTO-2016-0056) dirigido por el Dr. Víctor Alberto Durán.

Bibliografía y referencias

Álvarez, M. (2005). La cocina como patrimonio (in) tangible. En Primeras jornadas de Patrimonio Gastronómico (pp.11-27). Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires.

Agüero Blanch, V. (1966). Supervivencia aborigen en la alimentación en el departamento de Malargüe. *Anales de arqueología y Etnología*, 1, p. 93-100.

Agüero Blanch, V. (1968). Las remedieras de Malargüe. Universidad Nacional de Córdoba, Instituto de Antropología, XXVII, p. 34-68.

Bárcena, R. J. (2014). Vicente Orlando Agüero Blanch: Etnografía general del departamento Malargüe. *Anales de Arqueología y Etnología*, 68-69, p. 13-18.

Borrega, Y. (2004). Cocina y Patrimonio: un elemento reivindicador de identidad. Presentado en la XVII Reunión Anual de Etnología. Serie Anales de la Reunión Anual de Etnología, Tomo I. La Paz. MUSEF Editores.

Capitanelli, R. (1972). Geomorfología y clima de la provincia de Mendoza. *Boletín de la Sociedad Argentina de Botánica*, 13 (suplemento), p. 15-48.

Cuche, D. (1999). La noción de cultura en Ciencias Sociales. Ediciones Nueva Visión.

Díaz, M. E. (2011). ¿Antropología de la alimentación o Antropología de la nutrición? *Catauro*, 12 (23), p. 13-28.

Durán, V. (2000). Poblaciones indígenas de Malargüe. Su Arqueología e Historia. CEIDER. Serie libros, 1.

Durán, V.; Gasco, A.; Llano, C. y Zárate, S. (2017). Informe de Relevamiento Arqueológico y Antropológico, Sección 1. En Manifestación General de Impacto Ambiental de la Represa Portezuelo del Viento (Malargüe, Mendoza). Presentado a la Universidad Nacional de Cuyo y por su intermedio a EMESA, Gobierno de la Provincia de Mendoza. MS.

Espeitx, H. y García, M. (1999). La alimentación humana como objeto de estudio para la antropología: posibilidades y limitaciones. *Áreas: Revista Internacional De Ciencias Sociales* (19), p. 137-152.

Guber, R. (2005). El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo. Editorial Paidós SAICF.

Llano, C.; Gasco, A. y Durán, V. (2017). Ecosistemas humanizados en ambientes de altura. Seminario interdisciplinario sobre Sociedades del Pasado. Tema: OASIS. Mendoza, 7 y 8 de agosto.

Llano, C.; Durán, V.; Gasco, A.; Reynals, E. y Zárate, S. (2021). Traditional puesteros' perceptions of biodiversity in semi-arid Southern Mendoza, Argentina. ELSEVIER. Journal of Arid Environments, 192, p. 1-9. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jaridenv.2021.104553>

Otaola, C.; Giardina, M. A.; Fry, M.; Neme, G. A. y Wolverton, S. (2016). Zooarqueología y Tafonomía en Pastores actuales del Sur de Mendoza. Intersecciones en Antropología, 17, p. 121–127.

Paiva, J. y Gasco, A. (2017). Patrimonio minero en Las Loicas: recuperación de un pasado reciente. Informe de Relevamiento Arqueológico y Antropológico, Sección 2. En: Manifestación General de Impacto Ambiental de la Represa Portezuelo del Viento (Malargüe, Mendoza). Presentado a la Universidad Nacional de Cuyo y por su intermedio a EMESA, Gobierno de la Provincia de Mendoza. MS.

Prats, L. (2005). Concepto y gestión del patrimonio local. Cuadernos de Antropología Social, 21, p.17-35.

Ringuelet, R. A. (1961). Rasgos fundamentales de la Zoogeografía de la Argentina. Physis, 22 (63), p. 151-170.

Roig, V. G. (1972a). Esbozo general del poblamiento animal en la provincia de Mendoza. Boletín de la Sociedad Argentina de Botánica, XIII (suplemento), p. 81-88.

Roig, V. G. (1972b). Bosquejo fisionómico de la vegetación de la provincia de Mendoza. Boletín de la Sociedad Argentina de Botánica, XIII (suplemento), p. 49-80.

Rovere, E. I.; Violante, R. A.; Rodríguez, E.; Osella A. y De La Vega, M. (2012). Aspectos tefrológicos de la erupción del Volcán Quizapú de 1932 en la región de la Laguna Llancanelo, Payenia (Mendoza, Argentina). Latin American Journal of Sedimentology and Basin Analysis, 19 (2), p. 125-149.

Saucedo Arteaga, G. (2011). Antropología alimentaria y nutricional. En A. Barragán Solís y L. González Quintero (Coords.). La complejidad de la Antropología Física. Tomo II. (pp. 393-425). Escuela Nacional de Antropología e Historia.

Tobin, J. (2005). Patrimonializaciones gastronómicas: La Construcción Culinaria de la Nacionalidad. En Primeras jornadas de Patrimonio Gastronómico (pp. 27-46). Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires.

UNESCO. (2003). Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. París. Recuperado de: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf00000132540_spa

Diarios de campo

Diario de campo n°1: 21 de abril de 2018 a 24 de abril de 2018. Casa de María en localidad de Las Loicas. Anotaciones en cuaderno personal. María Inés Zonana.

Diario de campo n°2: 26 de mayo de 2018. Puesto en la localidad de Las Loicas. Filmación de entrega de los machos reproductores y anotaciones en cuaderno personal. Jimena Paiva y Alejandra Gasco.

Enlace de interés

Ministerio de Economía y Energía (s.f.). Portezuelo del Viento. Gobierno de Mendoza. Disponible en: <http://www.economia.mendoza.gov.ar/portezuelo-del-viento-un-hito-para-mendoza>

