

TURISMO EN ESPACIO RURAL

Innovaciones y desafíos pospandemia

Coordinadoras: **Regina G. Schlüter & Adela Puig**



CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS TURÍSTICOS

Schlüter, Regina Gertrudis

Turismo en espacio rural : innovaciones y desafíos pospandemia / Regina Gertrudis Schlüter ; Adela María Puig. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos - CIET, 2024.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-96282-4-9

1. Turismo Alternativo. 2. Desarrollo Rural. 3. Innovaciones. I. Puig, Adela María.
II. Título.
CDD 306.4819

© Regina G. Schlüter

© Adela M. Puig

© Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos

Editor Literario: Paula D'Urso

Diseño de Tapa: Marcelo D. García

Crédito de foto de tapa: Regina G, Schlüter

Glamping en Sierra de la Ventana – Provincia Buenos Aires - Argentina

Es una publicación del Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos
Avenida del Libertador 774 - Piso 6 "W" – 1001 Buenos Aires – Argentina
www.cieturisticos.com.ar – Marzo 2024

INDICE

Presentación -----	1
<i>Adela Puig</i>	
El turismo en el espacio rural. Opciones y alternativas. -----	5
<i>Alfredo A. César Dachary y Stela Maris Arnaiz Burne</i>	
Campo de innovación. El turismo en el espacio rural ante los nuevos desafíos. -----	20
<i>Luis Francisco Chalar Bertolotti</i>	
Pasar la noche en un castillo, pasear entre ciervos o navegar con yacarés.	
La comunicación en las experiencias del turismo rural argentino. -----	36
<i>Juana Alejandrina Norrild</i>	
Turismo de cercanía: Posibilidad de desarrollo en pequeñas localidades a partir del patrimonio intangible. El caso de las fiestas populares del Sudoeste Bonaerense – Argentina. -----	63
<i>Daniela Gambarota y Marina Tortul</i>	
Turismo de cercanía en el Noroeste argentino. El caso de las comunidades rurales de Yacoraite y Los Perilagos en la provincia de Jujuy -----	86
<i>Viviana Mabel Martínez, Jorge Omar Ramos, Sofía Soledad Velásquez, Andrea Lorena Vargas</i>	
Doom tourism y patrimonio rural construido.	
Una visión del patrimonio ferroviario en Argentina. -----	100
<i>Regina G. Schlüter</i>	
La gestión del turismo y la artesanía como potencial de atracción para el desarrollo socioeconómico de los territorios rurales. -----	125
<i>Eunice López</i>	
El patrimonio cultural inmaterial de los Pueblos Mágicos de México. -----	140
<i>Miriam Edith Pérez-Romero, Donaji Jiménez-Islas, Martha Beatriz Flores- Romero, José Álvarez García.</i>	
El territorio y el patrimonio cultural inmaterial en disputa.	
Bienes culturales y derechos colectivos en la provincia de Jujuy – Argentina -----	152
<i>Álvaro Patricio Villarubia Gómez, Ignacio Barrionuevo, Elisa Quirós, Vanesa Civilia Orellana</i>	

La epopeya del Culturístico Hueyotlipan – México.	
Un viaje a la región donde se oculta el sol. -----	167
<i>Mario Alberto Enríquez Martínez, Víctor Manuel López Guevara, Adriana Montserrat Pérez Serrano</i>	
El turismo gastronómico como alternativa para las nacionalidades y pueblos indígenas, afroecuatoriano y montubios en Ecuador. -----	183
<i>Claudia Patricia Maldonado-Erazo, Nancy Patricia Tierra-Tierra, Silvia Patricia Montufar-Guevara y José Álvarez-García</i>	
Pueblos con sabor y el patrimonio gastronómico del Estado de Hidalgo, México. -----	213
<i>Miriam Edith Pérez-Romero, Donaji Jiménez-Islas, Amador Duràn-Sanchez, María de la Cruz del Río- Rama</i>	
Turismo rural comunitario de Los Perilagos en El Carmen, Argentina, con presencia de la virtualidad -----	225
<i>Omar Vázquez</i>	
NUEVAS MIRADAS	
Turismo y Patrimonio Ferroviario.	
Una mirada al partido de Coronel Dorrego. Argentina -----	246
<i>Luciana Belén Álvarez</i>	
Turismo sustentable y comunidades locales en islas del Delta del Paraná – Argentina.	
Hacia un nuevo tipo de turismo: el Turismo Social Comunitario. -----	256
<i>Roberto Goría</i>	
Oleoturismo en Argentina.	
El ejemplo de “Olivares de las Sierras” – Provincia de Buenos Aires -----	276
<i>Yanina Torres y Patricia Ercolani</i>	
Índice de autores -----	289

PRESENTACION

Adela PUIG

En esta nueva iniciativa editorial del Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, nos adentramos en los secretos mejor guardados de los destinos rurales, donde cada paisaje cuenta una historia, cada construcción nos enfrenta con un pasado, por momentos incomprensible, por momentos intrigante, en donde cada rincón esconde una aventura por descubrir.

El turismo en espacios rurales surge como una forma enriquecedora de experimentar la autenticidad y belleza de los entornos naturales y culturales. En un mundo cada vez más tecnológico, el turismo en espacios rurales ofrece un refugio de tranquilidad y hospitalidad por parte de la mayoría de las comunidades rurales.

La investigación del turismo en espacios rurales abarca diferentes disciplinas académicas. Desde la geografía económica, se considera un componente clave del desarrollo económico y social, contribuyendo a la economía local y a la preservación del patrimonio cultural y natural. Desde la sociología, el turismo rural se analiza como una forma de interacción entre visitantes y comunidades locales, que puede influir en la identidad cultural y las relaciones sociales.

Surge últimamente un concepto emergente en el ámbito del turismo rural que es el de turismo regenerativo. El turismo regenerativo se enfoca en una visión holística, ecológica del mundo y mantiene un enfoque integrado (aspectos sociales, culturales, ambientales, económicos, políticos y espirituales) (Reyes Rojas & Casasola Guerrero 2021). Este enfoque va más allá de la sostenibilidad tradicional buscando no solo minimizar el impacto negativo del turismo, sino también dejar un impacto positivo en las comunidades locales, en el visitante y en el entorno. El turismo regenerativo se basa en la idea de que las actividades turísticas pueden contribuir a la restauración de los ecosistemas, la preservación de la cultural local y el empoderamiento de las comunidades rurales.

Esta mirada implica un enfoque holístico y participativo en la planificación y gestión del turismo rural, que involucre a todas las partes interesadas y garantice la equidad la justicia social y la protección del medio ambiente.

En este contexto, el presente trabajo tiene como fin explorar y analizar diversas dimensiones del turismo en espacios rurales, desde las experiencias turísticas ofrecidas hasta los modelos de desarrollo y gestión turística implementados.

Las propuestas de este material editorial están pensadas desde un enfoque interdisciplinario y crítico, en donde se intenta comprender desafíos y oportunidades asociados con el turismo en el espacio rural, así como identificar estrategias y practicas innovadoras para promover un turismo regenerativo.

A través de estas páginas transitaremos experiencias que nos permiten conectarnos mejor con el perfil de ese turista que está en busca de tranquilidad, contacto con la naturaleza y vinculación con el entorno y la comunidad local. Desde esta mirada se destaca la importancia de la comunicación efectiva en la percepción del turista, precisamente para que esa experiencia sea perfecta.

La importancia de las comunidades locales en el posicionamiento de los destinos turísticos en el medio rural, juega un rol protagónico a la hora de mejorar el vínculo entre el visitante y el local. Las modalidades de gestión y distribución de ingresos en los movimientos colectivos, cómo se crean estos mecanismos y cómo se diseñan e implementan estrategias a través de propuestas turísticas a medida, es uno de los ejes centrales de esta propuesta editorial. *“Es también muy importante analizar cómo se lleva a cabo la participación comunitaria en los procesos de toma de decisiones y el grado de control colectivo que tienen de la actividad turística; y aunado a ello, identificar si esta actividad brinda la oportunidad de fortalecer el arraigo de identidades, el estrechamiento de lazos sociales y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades anfitrionas”* (Bojorquez-Vargas et al, 2016)

En este sentido se presentan varios casos en donde las comunidades han logrado desarrollar su cultura y su organización comunitaria con el fin de promover el desarrollo local endógeno y la participación comunitaria en el turismo rural.

El énfasis puesto en los casos de estudio que acompañan esta presentación identifica las diferentes soluciones que las comunidades han encontrado para poder poner en valor su propuesta turística.

Veremos, por ejemplo, la creación de áreas protegidas con infraestructura de acceso público y el fomento de emprendedores locales como acciones de desarrollo local, enlazando de esta manera la idea de un turismo auténtico y sostenible.

Se resalta la relevancia de los recursos patrimoniales, materiales e inmateriales y el patrimonio ambiental para la mejora de una política de desarrollo rural integrada con el fin de preservar las tradiciones culinarias.

El abordaje del tema gastronómico como un eje identitario a través del cual resaltar la cultura local, destacando la importancia de preservar las técnicas y procesos agrícolas tradicionales, recetas y sabores autóctonos. Una forma de experimentar la cultura local a través de la comida, la gastronomía ritual. En este sentido, se está valorizando la gastronomía como un *“referente cultural que conforma el legado histórico de una comunidad, territorio o región”* (Castellón-Valdez, L; Fontecha-Fontecha, J. 2018). Los alimentos constituyen, entonces, una relación entre los elementos culturales de una región, la tierra y su producto.

Las fiestas populares y las artesanías, como medio para preservar el patrimonio intangible y fomentar el turismo de cercanía en pequeñas localidades rurales, buscando fortalecer la relación entre

identidad, turismo y territorios locales a través del fortalecimiento de actividades turísticas basadas en el patrimonio cultural y natural de la región. Tal como expresa Ramírez (2015), *“se hace necesario asomarse a la identidad cultural a través del prisma de las tradiciones y en especial a las fiestas populares tradicionales como una vía para asegurar la cultura y garantizar una existencia digna a las personas a partir de la reafirmación de sus valores más auténticos. Las fiestas integran creadoramente elementos tales como: la música, los bailes, los cantos, las creencias religiosas, comidas, bebidas, vestimentas... de la cultura popular tradicional; los cuales encarnan de diversos modos en el arraigo de quienes lo conservan y transmiten, la fisonomía y temperamento del pueblo”*

También las artesanías, como manifestación tangible de la identidad de las comunidades rurales, pueden fortalecer el sentido de pertenencia y orgullo de los residentes locales.

La integración de los recursos bioculturales y las actividades rurales tradicionales se presenta como una propuesta innovadora para el desarrollo rural. Esta integración de los recursos naturales y culturales con las actividades rurales tradicionales pone en valor turístico una oferta diferente a las ofertas tradicionales y ya conocidas del turismo en espacios rurales. La gestión de dicha integración propuesta por la propia comunidad, permite el desarrollo endógeno no solo en términos económicos sino en términos de desarrollo humano.

Con esta nueva propuesta editorial del CIET intentamos explorar nuevas dimensiones del turismo en el espacio rural en diferentes contextos geográficos, sociales y culturales, con el fin de enriquecer el conocimiento y comprensión de esta realidad y contribuir al desarrollo de prácticas turísticas más éticas, inclusivas y regenerativas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Bojorquez-Vargas, A; Zizumbo-Villareal, L; Perez-Ramirez, C.A.; Marquez-Rosano, C (2016). La gestión comunitaria del turismo. Analisis desde el enfoque de los bienes comunes y los sistemas socio-ecológicos. Ra Ximhai, vol. 14, núm. 1, pp. 149-162, 2018 Universidad Autónoma Indígena de México

Castellón-Valdez, L.M; Fontecha-Fontecha, J. (2018). La gastronomía: una fuente para el desarrollo del turismo y el fortalecimiento de la identidad cultural en Santander. Turismo y Sociedad, vol22, pp.167-193. Universidad Externado de Colombia.

Ramírez, Y.B. (2015). Las fiestas populares tradicionales, reflejo de la identidad cultural de las comunidades. Revista Caribeña de Ciencias Sociales (mayo 2015).

Reyes Rojas, G & Casasola Guerrero, K (2021) Turismo regenerativo: más allá de la sostenibilidad. Revista Ambientico. Universidad Nacional de Costa Rica. ISSN 1409-214X. Enero- Marzo 2021. Número 277. Artículo 10 |Pp. 74-80|

EL TURISMO EN EL ESPACIO RURAL

Opciones y alternativas

Alfredo A. CÉSAR DACHARY

Stella Maris ARNAIZ BURNE

INTRODUCCIÓN

La tierra ha sido durante siglos el motivo de guerras y otras formas de violencia. En México se daban luchas entre pueblos, las cuales se acentúan con el arribo de los españoles y están vigentes hasta el día de hoy, ya que una parte del Estado de Chiapas está bajo control del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), que estalló el 1 de enero de 1994 y está efectivo hasta la actualidad (Bartra y Otero, 2008)

En este marco de largos conflictos, la idea de ciudad y campo es un ejemplo de una dicotomía que tiene una larga duración, ya que hoy lleva varios siglos. Williams Cowper (1731-1800) sostenía que Dios hizo el campo y el hombre la ciudad, subrayando una idealización de la vida rural y el paisaje de ésta, que persiste hasta nuestros días, pero ¿cuáles son los principales procesos históricos e ideas que subyacen a una fijación con el campo, que han podido sobrevivir dos siglos y más? (Williams, 2001).

El jardín escénico proporciona los símbolos de consensos tradicionales todavía vigentes, para idealizarlos y, a partir de ello, la ideología turística pragmática lleva a este jardín ideal a identificarlo con el paisaje rural.

La continuidad histórica de la unión del espacio rural y el poder, del prestigio y el ocio, lo dio la Villa romana, cuyo programa ha permanecido inalterado durante más de dos mil años, desde que fueron fijados por los patricios romanos, y su continuidad deriva de que cubre una necesidad que no cambia nunca, es psicológica e ideológica y, por ello, se acomoda a la fantasía impermeable de la realidad (Akerman, 2006).

La villa históricamente no se puede entender sin la ciudad, que es su contrapeso, ya que ésta es al final un satélite de la vida urbana, un lugar de ocio, expansión o reflexión del urbanita, por ello siempre, salvo cortos espacios, la villa ha estado cercana a grandes ciudades o regiones conquistadas, a la sombra del poder que es ella misma.

La ideología de la villa, parte de que el campesino vive siempre su realidad rural, sólo el urbano ha idealizado el campo y, por ello, adquiere la propiedad para “disfrutarlo”. De allí que la villa es un paradigma no sólo de la arquitectura sino de la ideología, es un mito o fantasía a través del cual, durante el transcurso de milenios, las personas con posiciones de privilegio han podido adquirir tierras para realizarlo.

En el siglo XIX se “democratizó” el acceso a las mismas a partir de que se hizo más asequible a la clase media alta, y la causa principal de este fenómeno fue un rápido crecimiento de las ciudades a expensas de grandes áreas rurales, la industrialización y sus consecuencias, los nuevos transportes eficientes del ferrocarril que unía y atravesaba todo el país en Europa occidental, el romanticismo y el acceso fácil a la información sobre planos e ideas de pequeñas villas.

Con los higienistas, el hombre vuelve a la naturaleza para curar los males de la incipiente sociedad industrial, como la contaminación sobre la población y el impacto en la higiene urbana por la carencia de servicios, y entre 1750 y 1840, cuando el anhelo colectivo de las riberas despertara irresistiblemente, es entonces cuando las costas del océano aparecerán como el recurso contra los males de la emergente civilización “industrial”.

El higienismo utilizó el mar como una fuente importante de salud, y así aparecen los primeros SPA en Inglaterra (salud por medio del agua) y las estaciones balnearias que todas tenían establecimientos de baños, salas de lectura, excursiones, paseos y lugares de baile; así el baño de mar y el SPA integran a la salud al uso comercial de la naturaleza.

En Estados Unidos de América es donde el higienismo toma las típicas connotaciones individualistas que caracterizan a la cultura norteamericana, sus resultados son diferentes ya que no emergió un higienismo social sino más bien un naturalismo, al que se denominó higiene natural y que hoy se conoce como higiene vital.

Los orígenes del termalismo son muy antiguos ya que se tienen noticias y hay restos de los mismos en la cultura griega, romana y los árabes que ocuparon la península Ibérica, esto hablando sólo de occidente. En esa época, tanto para los romanos como para los griegos había dos tipos de aguas termales o baños, una era el Balneum-a (lugar con instalaciones de baños reducidos), que podía ser público o privado y que accedían los de afuera por un reducido pago, o solo privados en las grandes casas de algunos patricios para su uso familiar.

El otro tipo era Therma-ae, edificios de gran lujo construidos a instancias de los emperadores o por los organismos que regían determinadas ciudades; estos edificios tenían lujosas salas de baño, con gran número de espacios de ocio, como bibliotecas, jardines, gimnasios, masajes y en algunos se usaban aguas marinas (talasoterapia) (González, 2017).

Unos complejos que se denominaban salúferos o culturales (serían algo como ciudades de agua o balnearios) y en ellos se utilizaban aguas minero-medicinales, a las que se les consideraba buenas y de origen divino.

A partir del siglo XVIII comienza a tomar auge el termalismo y los balnearios impulsados muchas veces por los higienistas, los médicos naturistas de esa época, se recuperan los famosos balnearios romanos de Bath en Inglaterra y se construyen nuevas estaciones termales, y se va pasando de las casas de baño a los complejos termales durante el XIX lo cual implicaba grandes inversiones. El nuevo termalismo que arranca en siglo XVIII y sigue creciendo hasta el XX, tiene su nuevo origen en cuestiones relacionadas con la salud y la emergencia de nuevos tratamientos para hacer frente a epidemias y enfermedades por la degradación del entorno natural y hábitat a causa de la industrialización.

En la segunda mitad del siglo XIX se generó un urbanismo, con jardinería y obras de arte que dio nacimiento a los llamados jardines del termalismo, que eran termas en la zona de montaña en medio de parques y cercano a los hoteles que le servían de apoyo. Esta arquitectura con fuentes, esculturas, relojes florales y grandes zonas arboladas, pabellones de música, teatros, casinos y galerías de paseo con columnas griegas, forman el marco de una época dorada del termalismo.

Varios autores consideran que el origen del turismo es paralelo al termalismo en sus dos facetas: el desplazamiento en busca de curiosidades o veraneo y la virtualización social que reposa en la distinción y una sociabilidad particular y Marc Boyer sostenía que las aguas, incluida la estación de Bath, se encuentran en el eje principal de la revolución del turismo (Boyer, 2002).

El termalismo emerge en medio del Romanticismo, por lo que entra en la búsqueda de lo pintoresco que es un factor importante en la fusión de lo termal y el turismo, ya que el termalismo permitía la apertura de regiones olvidadas transformándose en un factor de descubrimiento y revaloración del territorio.

El SPA es la primera forma de turismo asociado a la naturaleza, expresada en manantiales y bosques que lo rodean haciendo de ésta una fuerza natural domesticada, por lo que el baño no es un acto religioso sino social, la naturaleza salvaje se vende ya dominada, las bellezas que circundan a las termas son productos asequibles y la montaña se encuentra con el hombre y apoya así a un mejor “el descubrimiento de la montaña” (Jarrasse, 2002).

Al final del siglo XIX con el turismo ya instalado como negocio del placer o de salud, se plantean diferentes campos en la naturaleza que son abordados: la campiña, la montaña y el mar, con connotaciones de ocio y turismo, más mundanas y frívolas, mientras el termalismo ratifica la visión higienista y queda más vinculado a lo que se denominaría, el turismo de salud.

En la segunda mitad del siglo XIX, en la década de los 60's, las clases acomodadas van hacia el mar entre la diversión y la salud, lo cual transforma al territorio costero en un nuevo atractivo de inversiones, lo que hoy se conoce como el modelo inmobiliario, basado en un modelo de urbanismo costero. Así se pasa de las montañas al mar, de los bosques a las playas, y éstas quedarán como el ícono del turismo moderno y éstos serán los objetivos de lo que luego se denominará, a mitad del siglo XX, el turismo de masas.

El campo atrajo sobre si la idea de un estilo de vida natural, paz, inocencia y virtud simple, frente a la ciudad que era concebida como un centro de progreso, de erudición, de comunicación, de luces. Pero había otras visiones diferentes, la ciudad como un lugar de ruido vida mundana y ambición y el campo, el atraso, la ignorancia, la limitación (Williams, 2001).

Así el siglo XIX fue el gran transformador y modernizador de las ciudades y, a la vez, silencioso promotor de la vida rural para huir de la gran contaminación; allí se desarrollan las bases del futuro turismo rural, para unos, el agroturismo para otros, y muchas opciones más desde conservación a la cultura, generando un modelo diferente y alternativo al hoy dominante del turismo internacional.

MÉXCO Y EL MUNDO RURAL

En el siglo XIX, la independencia y el saqueo de más de la mitad del territorio mexicano por parte del naciente Estados Unidos de América, impactó en la consolidación de una ocupación muy mediterránea de la mayoría de la población en los valles centrales, situación que se fue alterando con las diferentes guerras y alzamientos desde la invasión de Estados Unidos y luego de Francia a la revolución mexicana, la guerra cristera y muchos alzamientos más en el siglo XX. En 1900, la población costera de México era de 163,500 habitantes en el golfo, Caribe y Pacífico, a fin del siglo XX la población pasó a 44.647,393, poblamiento de los 11,300 km de costas (César & Arnaiz, 2022).

En las primeras décadas del siglo XX, el ferrocarril integra a México ante una compleja geografía y caótica realidad social que dura hasta el gobierno de Cárdenas (1934-1940), mientras se daban emergentes centros turísticos costeros especialmente en el golfo de México con Veracruz puerto, Mazatlán en el Pacífico y el emergente Acapulco, entre otros, y un turismo en pueblos rurales tradicionales o haciendas, pero eso comienza a cambiar en la segunda postguerra.

En México, la lucha por tierra está vigente hasta la actualidad, reflejando dos mundos diferenciados; los campesinos agrupados en ejidos y comunidades agrarias son la gran mayoría de los detentadores de la tierra, pero en el último medio siglo, 1970-2020, esa situación ha ido cambiando y emergen los "inversionistas y desarrolladores" para obtener las mejores tierras, bajo la protección del Estado.

En 1991, en la Cámara de Diputados se aprobó una reforma a la Constitución que decía “La República mexicana tiene una composición pluricultural, sustentada originalmente en sus pueblos indígenas” y promoverá el desarrollo de sus lenguas, culturas, usos y costumbres, recursos y formas específicas de organización social (López y Rivas, 1993).

De allí que el Estado ha sido el artífice de esas transformaciones utilizando las zonas rurales, principalmente costeras, en áreas de desarrollo del turismo moderno y planificado por el Estado a través de FONATUR y cuyo principal exponente fue la creación de Cancún, pero con elevados costos sociales, económicos y ambientales mientras, por el otro lado, las comunidades y pueblos rurales han ido imponiendo un modelo básicamente de turismo interior más sustentable.

Allí vemos los dos modelos de turismo, el internacional operado por las grandes transnacionales y el interior o nacional con esfuerzo local que genera un mayor beneficio local y general.

Un ejemplo es la zona metropolitana de Puerto Vallarta – Bahía de Banderas en la cual hay un crecimiento explosivo de hoteles, departamentos y residencias para operar mayoritariamente el turismo internacional, especialmente de Estados Unidos y Canadá, donde se puede observar el doble mecanismo que propicia el Estado para consolidar esta transferencia.

Primero, armando grandes proyectos que son vendidos en el mercado mundial que logra quedarse con las mejores tierras costeras y, por el otro, la quiebra del mercado de mano de obra rural que no puede competir con el que genera la industria de la construcción, todo ello en un marco de profunda transformación donde los restos del mundo rural comunitario desaparecen ante la imposición total de la economía de mercado.

EL TURISMO RURAL EN MÉXICO

La histórica y profunda inestabilidad de la tenencia de la tierra en este país ha llevado a que el Estado asuma el papel de árbitro, pero bajo la idea de que, para transformar al mundo rural, la gran opción era el turismo, ya que entre las principales ventajas que plantea es la de tener de vecinos a los dos principales emisores de América: Estados Unidos de América y Canadá, la gran riqueza cultural y ambiental, un clima privilegiado en las costas muy diferente al del centro del país de valles de altura y cadenas de montañas.

En la definición amplia de turismo rural, para el caso mexicano, podemos hablar de varias categorías, que son desde Pueblos ejidales (tenencia dotada en colectivo) y comunidades indígenas (restitución a pueblos originarios) y entre ellas varias sub-categorías, que se articulan en un amplio mercado de un país biodiverso cultural y ambientalmente y tener dos de las cuatro grandes culturas originarias: los aztecas y los mayas.

Comenzaremos con las comunidades indígenas y los ejidos, ambos son poblados por campesinos y allí emerge una nueva productora en esta realidad, la mujer campesina, cuyo marido e hijos mayores han emigrado a Estados Unidos, y se ha quedado en un pueblo de ancianos, niños y mujeres, que han asumido las tareas antes desarrolladas por el hombre (González M., 2002).

En Estados Unidos de América hay una media de 35 millones de mexicanos, 12.3 millones son personas nacidas en México y 26.2 millones son mexicanos de segunda y tercera generación, es decir, personas con uno o ambos padres nacidos en México y personas que se autodefinen como de ascendencia mexicana, respectivamente (CONAPO, 2022).

Este dato es importante ya que muchos proyectos son apoyados con dinero de los propios inmigrantes, que anualmente mandan a México, solo lo registrado, 58,497 millones de dólares en remesas, que aportan dinero y experiencia empresarial, además de potenciales visitantes al país, los que nacieron en Estados Unidos y se sienten mexicanos.

PUEBLOS MANCOMUNADOS: SOSTENIBILIDAD Y EQUIDAD DE GÉNERO

En la Sierra Norte de Oaxaca, lugar donde nació Benito Juárez, hay un desarrollo comunitario que integra la historia de estos pueblos y su belleza natural con una organización comunitaria, que fueron dotados como “comunidades” con 29,000 hectáreas y están integradas en ocho pueblos que son: La Nevería, Benito Juárez, Cuajimoloyas, Llano Grande, Yavesía, Latuvi, Amatlán y Lachatao, que en la última década sumaban 3,800 habitantes de los cuales, el 83% son campesinos.

Estos pueblos reciben la tierra como restitución de la que le sacaron a sus antepasados, que son aquellos que han mantenido tradiciones y forma de gobernarse propias, el mayor ejemplo es “Pueblos Mancomunados”, integrado por ocho comunidades, que no estaban desintegradas entre sí hasta 1961, cuando se conformó el núcleo agrario básico; de las 29,000 ha. 98% son temporal y dentro de ellas están sus bosques.

Las comunidades (ocho localidades) de pueblos originarios que la conforman son zapotecos, chimaltecos, mixes y mazatecos que han logrado desarrollar sus culturas en los diferentes nichos ecológicos que ofrece esta cadena montañosa (Hernández, 2021).

Comenzaron de la producción a los servicios, siguiendo un orden de prioridades para iniciar por lo que era su principal riqueza: el monte. En 1999 recibieron el Premio al Mérito Forestal, por el manejo forestal sustentable, de su primera empresa de explotación maderera, que lleva más de cuatro décadas de existencia.

El crecimiento de la empresa forestal de Pueblos Mancomunados y las empresas forestales comunitarias de Santiago Textitlán, perteneciente a la Sierra Sur e Ixtlán de Juárez de la Sierra Norte,

se unen para comercializar sus productos, constituyendo en 2007, la Integradora Comunal Forestal de Oaxaca, S.A de C.V y ese mismo año, la apertura de tiendas de distribución y comercialización, denominadas TIP Muebles (Suárez, 2017).

Con el objeto de dar opciones laborales a las hijas de comuneros y esposas, desde 1997, se abre la planta Envasadora y Empacadora Pueblos Mancomunados, que comercializa su producto Inda Pura (agua pura), la primera empresa comunal envasadora de agua de manantial del sector social.

La organización de las explotaciones forestales les permitió organizar el manejo del bosque y hacer caminos y senderos respetando lo planificado, mientras se capacitaba a los hijos para guías de turismo y las familias para pequeños hoteles que habilitaron; así van cerrando el círculo entre producción y servicio.

El poder integrar la producción y el turismo amplió al máximo la capacidad de estas comunidades, que se manejan por asambleas y grupos de trabajo lo cual garantiza mayor transparencia y organización. El sector turístico está apoyado por ONG´s alemanas que han promocionado mucho este modelo exitoso y ayudan a promover otras experiencias.

El modelo de turismo es a partir de las actividades productivas sobre la riqueza de la región, madera, agua y paisajes, lo cual lo hace más sustentable que los que se autodenominan sin serlo, y cumple la segunda importante regla, que los campesinos además de estas tareas siguen también trabajando la tierra, desde plantar árboles a evaluar el estado del bosque para planear cortes, acorde a los años y el estado de los árboles.

Este modelo comunitario responde a la Declaración de las Islas Canarias sobre el turismo en los países menos desarrollados del 2001, cuando plantean las ventajas comparativas de la mayoría de estos países para desarrollar el turismo, como un verdadero motor del desarrollo (OMT, 2003). Originalmente el ecoturismo, como lo definen ellos, se inicia con la formación de guías y gente para el servicio de las cabañas y la restauración, y levantaron, amueblaron y dejaron listas seis cabañas con 76 plazas, que a los comienzos alojaron a 81 visitantes en 1999 a 470 en el 2001, y siguió creciendo hasta la pandemia que ha frenado la mitad de las actuales y están dando un giro a la recuperación de las fiestas locales como la de la manzana en el poblado de Latuvi.

Pueblos Mancomunados es un complejo de cuatro grandes áreas a la cual se le suma una más dentro del área industria forestal, la fábrica de muebles. Área forestal que va desde los viveros para reponer los cortes de madera con la reforestación a la fábrica de muebles que han integrado a esta unidad, y que abastece a la región incluida gran parte de Oaxaca con muebles a bajo costo. La segunda unidad productiva es la denominada "Inda Pura", embotelladora de agua de manantial, que es operada por mujeres, se inició con 11 empleadas, pero en la actualidad muchos más empleos por el crecimiento y el éxito de un servicio básico en la región, especialmente en la ciudad de Oaxaca.

La tercera unidad es la minera, a partir de canteras que extraen para su uso y vender afuera arena, grava y piedra, una unidad pequeña que se inició con cinco trabajadores, pero ha ido en expansión.

La mayor es la cuarta unidad, la ecoturística, que organizó cinco comités de guías de turismo para dividir la actividad y buscar nuevos productos para un mercado en expansión, hay caminatas, circuitos en bicicleta, rutas, tirolesa, un gran puente colgante de los más largos de esta actividad en México, y una amplia gama de productos que han ido incorporando desde cocina local a la flora local, fiestas, locales, artesanías y varias más.

La infraestructura de sostén son los guías especializados y la mercadotecnia se ha logrado con apoyo federal y de varias ONG's de Europa y Canadá, a los que suman las seis cabañas y nuevas que se abrieron en la segunda década de este siglo XXI, con sus lugares para realizar las tres comidas.

Todo está coordinado por la autoridad comunal y las diferentes unidades están conectadas por radios portátiles, para auxiliarse ante cualquier contingencia, además de tener vehículos para traer visitantes desde Oaxaca.

Pueblos Mancomunados es un éxito de integración en cadena de todos los recursos y operación centralizada con participación de todas las comunidades, y ello certifica un cuarto de siglo de existencia, que pese a la pandemia se está recuperando.

PUEBLOS MÁGICOS: UNA GRAN ATRACCIÓN DEL TURISMO RURAL

Los Pueblos Mágicos son localidades que tienen atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad y magia que emana en cada una de sus manifestaciones socio-culturales y que significan una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico (SECTUR, 2022).

México revaloriza a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros, es el denominado "México profundo", que está formado por una diversidad de pueblos, comunidades y sectores sociales que constituyen la mayoría del país y tiene su origen en la civilización mesoamericana. (Bonfil Batalla, 1990).

México es una Nación cimentada en su riqueza cultural e histórica la cual se manifiesta en la belleza natural y arquitectónica de sus pueblos y comunidades, así como en la diversidad de su oferta cultural tangible e intangible. En este país existe un conjunto de pueblos y localidades con un alto potencial turístico que puede ser aprovechado, mediante políticas públicas fundadas en la coordinación interinstitucional entre los tres órdenes de gobierno.

El Gobierno de la República tiene la firme convicción de hacer del turismo una actividad que contribuya a elevar los niveles de bienestar de la población receptora, mantener y acrecentar el empleo, fomentar y hacer rentable la inversión, así como fortalecer y optimizar el aprovechamiento racional de los recursos y atractivos naturales y culturales con la actuación básica de todos los actores de la sociedad.

En 2001 nace el Programa Pueblos Mágicos como una estrategia para el desarrollo turístico orientado a estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país, basada fundamentalmente en los atributos históricos y culturales de localidades singulares.

Los objetivos del programa eran estructurar una oferta turística complementaria y diversificada al interior del país tanto para el turismo interior como para el internacional que podría ir todo un día a estos pueblos, salvo que hubiera un alojamiento de cierto nivel, como es el caso de Pueblos Mancomunados en Oaxaca.

El producto se realizará aprovechando la singularidad de las comunidades, para generar productos de turismo alternativo, la gran mayoría de turismo rural, o sea, transformar el turismo rural en un instrumento de desarrollo turístico sustentable, así como programas de apoyo.

Para alcanzar el reconocimiento de Pueblo Mágico y beneficiarse con los apoyos del programa, las localidades que se candidatean deben cumplir con una serie de criterios previamente establecidos (Pulido & Rodríguez, 2011):

- ✓ Expediente analizado por el Comité Inter-institucional de evaluación (CIES).
- ✓ Visitas a la localidad si la comisión considera que puede ser candidata.
- ✓ Los criterios que se consideran son:
 - ✓ Involucramiento de la sociedad y autoridades locales.
 - ✓ Instrumento de planeación y regulación.
 - ✓ Impulso al desarrollo regional.
 - ✓ Oferta de servicios y atractivos.
 - ✓ Valor singular o “magia de la localidad”.
 - ✓ Condiciones espacio temporales.
 - ✓ Impacto del turismo en la localidad y áreas de influencia.
 - ✓ Desarrollo de capacidades locales.

La integración del comité turístico del pueblo mágico y derivado de éste se crean grupos de trabajo para la realización de los programas. (Pulido y Rodríguez, 2011).

Con el inicio de esta política de fomento al turismo, las localidades de Huasca de Ocampo en el estado de Hidalgo, Real de Catorce en San Luis Potosí y Mexcaltitán en Nayarit, fueron las primeras en recibir el Nombramiento.

En el mediano plazo, el número de localidades incorporadas al Programa aumentó de manera consistente. A la fecha de la publicación de la Estrategia Nacional, México cuenta con 121 localidades con Nombramiento, ubicadas en 123 municipios de 31 estados (Tabla 1). Un aspecto a resaltar es que, pese a que la diversidad cultural y natural de México se encuentra presente de forma homogénea en todo el territorio nacional, sólo 10 entidades concentran cerca del 60% de los Pueblos Mágicos.

Tabla 1: Pueblos Mágicos por Estados desde 2002 a 2020

Estado	Número de Pueblos Mágicos	Estado	Número de Pueblos Mágicos
Aguascalientes	3	Nayarit	4
Baja California	1	Nuevo León	3
Baja California Sur	2	Oaxaca	6
Campeche	2	Puebla	10
Chiapas	4	Querétaro	6
Chihuahua	3	Quintana Roo	3
Coahuila	7	San Luis Potosí	4
Colima	1	Sinaloa	4
Durango	2	Sonora	2
Guanajuato	6	Tabasco	1
Guerrero	1	Tamaulipas	2
Hidalgo	7	Tlaxcala	2
Jalisco	9	Veracruz	6
Estado de México	10	Yucatán	4
Michoacán	9	Zacatecas	6
Morelos	2		

Fuente: SECTUR, 2022.

La población total de los 123 municipios que tienen en su territorio algún Pueblo Mágico, ascendió a 7.582,256 habitantes en 2015 lo que significó un incremento de 3% con respecto de 2010; no obstante, se observa un comportamiento demográfico heterogéneo en cada uno de los municipios, toda vez que mientras 63 municipios registraron incrementos demográficos durante dicho periodo, en 59 se registraron decrementos; ello sugiere que el Nombramiento del que fueron objeto, no es un factor determinante para retener a la población en todos los casos. Cabe señalar que, en 13 de los 123 municipios mencionados, la población indígena equivale a 50% o más de la población total.

Las condiciones de marginación prevalecientes en los municipios con Pueblos Mágicos, según los registros del CONEVAL al año 2015, indican que 50.4% de la población se situó en condiciones de pobreza y 8.7% en pobreza extrema, y dichos indicadores mostraron una disminución con respecto de

la medición anterior de 2010, cuando se registró una población en pobreza de 53.9% y 13.5% en pobreza extrema.

Sin embargo, los valores son muy superiores a la media nacional registrada en 2015, situándose en 43.9% la pobreza y 7.9% la pobreza extrema. En el lapso de 5 años, 86 municipios redujeron los niveles de pobreza, mientras que 36 reportaron un incremento; lo anterior, refleja que los beneficios del turismo no necesariamente han permeado en todas las localidades receptoras.

Según las 7 variables de la pobreza multidimensional catalogadas por el CONEVAL, los indicadores muestran que los habitantes de estos destinos turísticos presentan carencias en derechos sociales básicos en una proporción superior al promedio (DOF, 2020).

Sin embargo, y luego de la pandemia se reactivaron estos programas y ante la carencia del turismo internacional creció el turismo interior y los consolidó, algo que recomendó la OMT en plena pandemia, apoyar en el turismo interior para mantener infraestructura y servicios básicos que están apoyados por el turismo.

Un escenario futuro se está dando por los norteamericanos que emigran a México, por clima y les rinde más su jubilación y trabajan en el turismo, desde vendedores a promotores, además de abrir negocios. El otro por el regreso de mexicanos ante la crisis interna de Estados Unidos, además de la violencia, son potenciales inversionistas en el turismo rural en sus tierras ejidales o comunales.

PARQUE TEMÁTICO MEXICANO Y GRUPOS EJIDALES

Son muchos los diferentes tipos de figuras jurídicas que se dan entre campesinos, ejidatarios y comuneros y más aún con los rururbanos que nacen de la oposición entre el mundo rural y el urbano, como es el caso de la cuenca lechera bonaerense en un radio de 100 a 150 km de la zona metropolitana (Barros, 1999).

Para el caso de México, aparentemente hay similitudes, en las figuras, en este caso estamos frente a un hotel de alta gama con tres parques temáticos como es el famoso Circo du Solei y dos atracciones del grupo Disney, frente a un parque construido por los ejidatarios, un grupo donde lo que se narra es la tradición mexicana rural.

Canopy River es una sociedad cooperativa, figura empresarial reconocida por la Ley General de Sociedades Cooperativas (2009), formada por un grupo de ejidatarios para otorgar servicios ecoturísticos focalizados en la zona montañosa de Puerto Vallarta. Este grupo se organiza en el año 2005 para proponer en la asamblea del ejido El Jorullo, el proyecto de negocios basado en el turismo, argumentando los beneficios que generaría y fue aprobado por la asamblea y se crea la empresa Servicios Ecoturísticos el Jorullo S. C. de R. L. de C. V.

La organización inicia en el 2006 con 36 miembros asociados, con un capital que fue considerado como incipiente, pero con la confianza manifiesta por sus fundadores de un rendimiento prometedor, con 20 empleados, una oficina administrativa y dos vehículos, los cuales eran usados para el transporte de los clientes, ofreciendo el servicio de tirolesa y restaurante.

La tirolesa constaba de 10 líneas y se tenía un equipo para dar servicio a grupos pequeños, con pocos contratos y con proveedores como agencias, vendedores y promotores alcanzando una afluencia de 2,500 visitantes en el primer año, y en agosto del 2007 se compran dos vehículos adicionales, para facilitar la transportación de los clientes.

En septiembre de 2007 se inauguró la “Tequilería el Jorullo”, sumándose a la oferta de actividades un recorrido donde se muestra y explica el proceso de producción del tequila, desde su cultivo en el campo, con una demostración de la jima del agave, hasta el embotellamiento y la degustación, y la afluencia fue de 5,500 visitantes con un crecimiento de 220% con respecto a su año de creación.

De 2008 y 2009 se realizan inversiones destinadas a incrementar la oferta de servicios turísticos, que incluyeron la adquisición de vehículos automotores todo terreno de uso recreacional, vehículos utilitarios para transportación de clientes, equipo operativo de protección (arneses, poleas y cascos). La inversión en infraestructura se realiza para incrementar su capacidad instalada y la oferta de servicios, que incluye la creación del restaurante “Los Coapinoles”, una boutique de recuerdos, un teatro, oficinas administrativas, oficinas para ventas y reservaciones, y se instalaron tres líneas de tirolesa (una de ellas la de mayor longitud en México), snack bar a la orilla del río, área de hamacas para descansar y áreas verdes (Lozano Jiménez, 2018).

En el 2009 la afluencia era de 18,000 visitantes y en el 2010 el tour de las tirolesas incrementó de 10 líneas a 13 con nueve servicios adicionales, incrementando su capacidad instalada y su capacidad para generar ingresos, diversificando su oferta al potenciar sus instalaciones naturales. Para promocionarse participaron en foros masivos como los juegos Panamericanos de México, el certamen “Nuestra Belleza México”, tianguis turísticos como Vallarta 2012, Puebla 2013, Cancún 2014, Acapulco 2015 y Guadalajara 2016. En el 2013 participaron representando a México en la Cumbre Internacional de Turismo de Aventura en Namibia, África.

En el 2013, se emprenden operaciones que implicaron el esfuerzo físico accediendo al segmento de turismo de aventura con actividades de rapel, senderismo y tirolesa nocturna. El turismo rural surge también como una oportunidad, proporcionándoles servicios como noches de fiesta mexicana, cabañas y actividades lúdicas de granja, consolidando la oferta de actividades y servicios a los visitantes.

La evolución observada en Canopy River muestra el éxito relativo de sus estrategias, que para el 2016 se traduce en 46,595 visitantes en el año, un crecimiento promedio del 39% a un ritmo sostenido del 12% anual, complementando el equipamiento con una alberca de gran tamaño.

Pese, que se redujo el número de visitantes en forma drástica por la pandemia, en 2022 y 2023 siguen en la construcción de alojamientos en diferentes partes del parque para alojar grupos de visitantes por varios días, especialmente los fines de semana largos.

Canopy River y Vidanta son dos modelos de parques temáticos opuestos y que compiten pese a la gran asimetría en forma pareja, ya que cubre un segmento que se había dejado en el olvido en Jalisco, el Estado con mayor tradición cultural, desde el mariachi al tequila y desde los toros a la charreada, pasando por el turismo religioso, el cultural y el histórico.

Vidanta es un modelo de lo artificial y también tiene un gran atractivo, no deja de ser un reino artificial, en medio de una región con una gran historia, de allí que ecoturismo como lo definen o el turismo temático de la mexicanidad se ha abierto un espacio en un país donde el turismo histórico comunitario y con historia regional ya es exitoso, como pueblos mancomunados o los pueblos mágicos.

CONCLUSIONES

Las grandes transformaciones que se dan en el mundo rural como extensión del urbanismo expandido que ha generado la nueva ciudad, más de servicios que productiva, han planteado dos escenarios que están en la base de las nuevas transformaciones. Primero, la expulsión de campesinos pobres o que pierden sus empleos a manos de las nuevas tecnologías y, por el otro, nuevos actores urbanos que ingresan al campo, los rururbanos (Arnaiz & César, 2012).

El turismo rural es un eje fundamental del turismo interior que es, en términos de derrama, más fuerte que el turismo internacional, contrario a todo lo promovido por la OMT a nivel mundial, ya que en Estados Unidos de América la población realiza un total de cuatro viajes al año, con una media de 6,7 días, el 18% viajan fuera de Estados Unidos y el gasto promedio es de 1,978 dólares por viajero, o sea, la gran mayoría opta por el turismo interior.

Esto se repite en la mayoría de los países desarrollados, que pese a ser grandes receptores, también son grandes destinos de su turismo interior, como Francia, España, Italia y otros más. En el caso de México, el consumo turístico según origen en el 2019 fue del 76.6 % del turismo interior y el receptivo 16.7%, con un gasto emisor del 6.7%, en plena pandemia. Para el 2020 el consumo del turismo interno fue de 83.4% y del receptivo de 12.9% (SECTUR, 2021).

Para ubicar la magnitud de la expansión del turismo interior, la configuración del sector luego del censo del 2022 quedó así:

- Municipios con actividad turística: 1,414 son el 57.3% del total nacional.
- Localidades en los municipios con actividad turística: 284,918 localidades, el 86.6% del total.
- Zonas metropolitanas turísticas: 74, que abarcan 348 municipios, participación del 83.5%.

- Conurbaciones de municipios turísticos: 174, el 95.6% del total de conurbaciones del país.
- Otros municipios con actividad turística: 747, el 43.7% del total.

La explicación de dos siglos de lucha interna y con el vecino poderoso llevó a que 35 millones de mexicanos aporten y generen experiencias en este negocio del turismo, lo cual se ve claramente en los ejemplos citados, que son la vanguardia, ya que hay muchos pequeños emprendimientos generalmente de vida efímera.

México es un caso particular, el Estado organizó el proceso de desarrollo del turismo con modelos propios y para la iniciativa privada, pero también lo realizó para el mundo rural colectivizado en ejidos o comunidades indígenas que son las tres experiencias que presentamos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Akerman, J.** (2006) *La Villa. Forma e Ideología de la casa de campo*. Madrid. Akal.
- Arnaiz B., Stella Maris & F. César A.** (2012) La construcción de territorios a partir del desarrollo local: el caso de San Andrés de Giles Argentina. En *Turismo Rural. Experiencias y desafíos en Iberoamérica*. México. Colegio de Postgraduados. Mundi Prensa.
- Barros, C.** (1999) De rural a suburbano: transformaciones territoriales y construcción de lugares al sudeste del área metropolitana de Buenos Aires. *Scripta Nova* N°45. España. (51) 01/08.
<https://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/181>
- Bartra, A. & G. Otero** (2008) Movimientos indígenas campesinos en México: la lucha por la tierra, la autonomía y la democracia. En *Recuperando la tierra. El resurgimiento de movimientos rurales en África, Asia y América Latina*. Argentina. CLACSO.
<https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/sur-sur/20100713084250/18BarOt.pdf>
- Bonfil Batalla, G.** (1990) *México profundo. Una civilización negada*. México. Grijalbo.
- Boyer, M.** (2002) El turismo en Europa. De la edad moderna al siglo XX. *Revista Historia contemporánea*. N°25. España. P. 13-31.
- César, A Arnaiz, S. César, F.** (2017) *Capitalismo, sociedad y turismo*. Argentina. Universidad Nacional de Quilmes.
- César, A. & S. Arnaiz** (Coords.) (2022) *El desarrollo del turismo en el Pacífico Central 1970 – 2022 y sus perspectivas geopolíticas*. México. OIT.
- Ciani, A.** (2003) Turismo rural y agroturismo: oportunidades y desafíos. En *Turismo rural y Economía local*. México. Universidad de Guadalajara – Universidad Nacional del Litoral.
- CONAPO** (2022). <https://www.conapo.gob.mx>
- DOF** (2020) *ACUERDO por el que se expide la Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos*.DOF.01/10. México. <https://sistemas.sectur.gob.mx/PueblosMagicos/Formatos/ENPM-DOF.pdf>
- González M., S.** (2002) Las mujeres y las relaciones de género en las investigaciones sobre el México campesino e indígena en México. El Colegio de México. p. 165-200.
https://muse.jhu.edu/pub/320/oa_edited_volume/chapter/2572988

- González S., S.** (2017) Balneario de Grana. Inspiración nazarí a los pies de Sierra Nevada. *Balnearios de España*. Año VI.
- Hernández, S. (2021) Turismo comunitario en la sierra norte de Oaxaca. *Sustentur* 03/11.
<https://sustentur.com.mx/turismo-comunitario-sierra-norte-oaxaca/>
- Jarrasse, D. (2002) La importancia del termalismo en el nacimiento del turismo en Europa en el siglo XIX. *Historia contemporánea* N°25. p. 33-49. España.
- López y Rivas, G.** (1993) *La lucha por los derechos de los pueblos indios 500 años después*. México. Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM.
- Lozano-Jiménez, I., COLOCAR EL NOMBRE DE LOS ET AL** et al. (2018) Canopy River - medio ambiente, sociedad y rentabilidad: un equilibrio estratégico en la empresa turística rural. *Estudios Gerenciales*.
https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/2606/3489#:~:text=La%20creaci%C3%B3n%20formal%20de%20la,el%20nombre%20de%20Canopy%20River.
- OMT** (2003) *Turismo y atenuación de la pobreza. Reunión de alto nivel sobre turismo y desarrollo de los países menos adelantados de la ONU*. OMT. España. OMT.
- Pulido F, J.I. & Rodríguez H, I.M.** (2011) El programa de Pueblos Mágicos de México. Una revisión de la política pública, de impulso al desarrollo turístico rural. En *Turismo rural en México*. Colegio de Postgraduados de Chapingo - Costa Amic Editores. P. 58-59.
- SECTUR** (2022) Modulo de información de pueblos mágicos. México. SECTUR - DATATUR
<https://www.datatur.sectur.gob.mx/PueblosMagicos/pinicio.aspx>
- SECTUR** (2021) El PIB Turístico Estatal y Municipal. 2018 – 2019 en México. Una aproximación inicial. México. Secretaría de Turismo.
- Suárez, G.** (2017) Empresa forestal de pueblos mancomunados abrirá nueva fábrica en Oaxaca. Página 3. México. <https://pagina3.mx/2017/03/empresa-forestal-de-pueblos-mancomunados-abrira-nueva-fabrica-en-oaxaca-2/>
- Williams, R.** (2001) El campo y la ciudad. Argentina. Paidós.

CAMPO DE INNOVACIÓN.
El turismo en el espacio rural ante los nuevos desafíos.

Luis Francisco CHALAR BERTOLOTTI

INTRODUCCIÓN

De forma continuada e incremental se señala a la innovación como una forma de atender los desafíos del sector turismo en general y de cada una de sus diferentes modalidades en particular. Sin embargo, las cambiantes dinámicas de los mismos y de los entornos en los cuales están inmersos, hacen que el conocimiento existente sobre el tema resulte siempre exiguo. Ante ello la necesidad de reflexionar sobre perspectivas que contribuyan a vislumbrar la innovación, sean útiles para concretarla y encaminarla hacia fines que aporten también al territorio.

En la búsqueda para atender tal situación, pareció oportuno como rumbo del presente trabajo el aspirar a dar respuestas a las siguientes interrogantes: ¿qué insumos brindan diferentes experiencias para (re)perfiles la innovación del turismo en el espacio rural? ¿cómo contribuyen diferentes actores a su construcción? ¿qué nuevos elementos pueden guiar esa innovación?

El abordaje metodológico adoptado se enmarca en una concepción de tipo cualitativa, donde por medio del razonamiento se recorre el camino de lo particular a lo general, o sea, establecer enunciados a partir de las experiencias. Por su parte, el nivel exploratorio es de utilidad cuando lo que se intenta descubrir son nuevas ideas y perspectivas en base a un diseño flexible que permita considerar variados aspectos del problema de investigación. Para ello se recurrió a un intercambio continuo entre el relevamiento de fuentes documentales y la realización de entrevistas semi-estructuradas a integrantes de los sectores contemplados, tanto en el ámbito empresarial, gremial, del conocimiento y el gobierno.

Los casos abordados tienen como origen Uruguay y corresponden a un evento temático interinstitucional, una investigación académica sobre la intersectorialidad a nivel local y un programa estatal de generación de conciencia agropecuaria, de esta forma se incorpora una diversidad de miradas y escalas. Si bien el turismo en el espacio rural tiene dos dimensiones bien definidas como lo son la productiva y la naturaleza, en este trabajo se aborda únicamente la mencionada en primer término en el entendido que la complejidad seleccionada exige como contrapartida un recorte y que lo resultante es en mayor o menor medida trasladable (o funcional a la reflexión) a la faceta en esta instancia soslayada.

La continuidad, consolidación, expansión, profundización del turismo en el espacio rural y de la contribución que el mismo hace o puede hacer a los territorios pasa en gran medida por el abordaje continuo y reflexivo de la innovación. Principalmente operando sobre la propia complejidad, sobre la transversalidad tan pregonada pero poco definida, que esas variables encierran y que es necesario

atender para dar cuenta de los desafíos. En este sentido, los avances en las conexiones que dan forma al entramado socio-económico de los territorios es un aspecto clave. Como lo es el comprender que la iniciativa, el apoyo, la complementariedad, puede venir de diferentes actores/instituciones incluso desde aquellos/ellas no tan cercanos en primera instancia. Para ello es fundamental promover, acercar, vincular y (re)construir lazos entre diferentes componentes, los cuales transcurren desde acercamientos puntuales hasta roles compartidos en estrategias. Finalmente destacar que un norte a la innovación del turismo en el espacio rural, son los aspectos que lo tienen como un medio y que lo trascienden como puede ser la generación de conciencia agropecuaria.

MARCO TEÓRICO

Para el relevamiento de información y el análisis de la misma oficiaron de guía conocimientos teóricos como el correspondiente al desarrollo turístico, haciendo énfasis en aspectos que lo condicionan y en especial en aquellos que lo impulsan. En ese sentido, se señala que alcanzar mejores realidades productivas requiere una intervención más compleja que atienda la totalidad del destino turístico, en cuanto a fortalecer la relación con el entorno suprasectorial, reformulando estrategias y procesos en función de integrar recursos de los territorios, cuyas cualidades son los referentes fundamentales de la calidad e innovación de los productos y destinos (Ávila Bercial & Barrado Timón, 2005).

Cabe recordar que los territorios son espacios que presentan una determinada identidad colectiva resultante de una heterogeneidad estructural (sectores productivos y estratos empresariales) y una red de relaciones sociales (Casanova, 2004), con singulares características en cuanto a localización, recursos disponibles y capacidades locales para movilizar y orientar los mismos al desarrollo (Calvo Drago, 2005), con particulares combinaciones de relaciones sociales y económicas entre actores e instituciones que poseen capacidades y conocimientos específicos, compartidos, propios y adquiridos (Rodríguez Miranda & Sienna, 2008).

En relación a las aglomeraciones productivas, se hace referencia a ellas con un alto grado de especialización. No obstante pueden abarcar también varias ramas e industrias, y ello habilita el sobrepasar los límites de un sector o una cadena de valor, lo que puede constituir una importante fuente de innovación y competitividad (Biasizo, Besson & Moughty, 2003). En este sentido los espacios turísticos o potencialmente turísticos tienen en común una desestructuración en lo productivo y ante ello la necesidad de aunar diferentes sectores en un mismo marco territorial para crear sinergias (Ávila Bercial & Barrado Timón, 2005). Cabe mencionar que la articulación con carácter intersectorial de los sistemas productivos regionales, dota de mayor consistencia al modelo de crecimiento del área: favorece el flujo de información, conocimiento, ideas y actividades de cooperación en materia de innovación (Romero Luna, 2003).

En este mismo sentido se menciona que esa transmisión de mensajes e informaciones resultante de las relaciones entre las empresas, los proveedores y los clientes, propicia la difusión de innovaciones y con ello toma impulso el incremento de la productividad y competitividad de las empresas y economías locales (Vázquez Barquero, 2000). En pasos intermedios ello correspondería a mejoras del valor del trabajo, la productividad, la calidad de lo producido, y de la atención de demandas de los mercados, gracias a una continua incorporación de conocimientos (Méndez, 1998). Mediante una eficiente acumulación y manipulación de estos se lograría un aprendizaje social acumulativo (Lundvall, 1992) y ventajas comparativas en el mercado (Valenti Nigrini, 2011).

Desde la perspectiva del medio innovador se subraya que la innovación es resultante de un fenómeno colectivo, relacional, formal/informal y de formas de cooperación compatibles con el mantenimiento de un clima competitivo (Méndez, 1998). Un proceso interactivo que remite a conceptos como redes, clústers, ecosistemas tendientes a propiciar y facilitar la generación de sinergias (Biryukov & Romanenko, 2016). La promoción de la interrelación, cooperación y asociación entre los agentes económicos del territorio reclama atención a los mecanismos que la explican y equipos de investigación que entre otras acciones den respuesta al problema de especialización y concentración productiva que se manifiesta en diferentes localidades (Mina & Bustamante, 2009).

De esa secuencia y proceso acumulativo pueden ser parte una diversidad de actores: empresas, clientes, proveedores, instituciones educativas y de investigación, administraciones públicas, entidades financieras y proveedores de servicios (Fernández, Gómez, Vila, & Prieto, 2011). Esa heterogeneidad habilita un conjunto de relaciones de cierta estabilidad en las que se intercambian conocimientos conformándose así distinto tipo de redes (Gallego-Bono, 2016).

Otro concepto clave para entender el vínculo es la proximidad cuyas relaciones se presentan en dos dimensiones: una geográfica que refiere a la distancia física entre los actores y su ubicación en el territorio; y otra entendida como una proximidad organizada basada en la pertenencia a una red y/o en la similitud de intereses lo cual también condiciona la capacidad de los actores para interactuar y colaborar entre sí (Torre, 2014).

Todas estas dimensiones van conformando un proceso acumulativo (Sagasti, 1981), correspondiendo al denominado sistema de innovación el representar a una visión más amplia y estratégica que busca fomentar la innovación en un territorio o sector determinado, y para ello se requiere la participación de múltiples actores y la implementación de políticas y estrategias específicas, que incluye no solo las redes de innovación, sino también otros factores como las políticas públicas, la cultura empresarial, la educación y la investigación, entre otros. (Gallego-Bono, 2016).

LA CATA NACIONAL DE TOMATES

La innovación como un proceso acumulativo que facilita y permite el agregado de valor puede transformar distintos aspectos de la vida cotidiana que por sí mismo no cuentan con la centralidad, la visibilidad, o el atractivo turístico suficiente. Al momento de desearse que así fuere resulta oportuno indagar en experiencias que recorren ese proceso, de forma tal de esbozar aspectos sobre dicho transcurrir.

En el Departamento de Paysandú (Uruguay), uno de sus residentes tiene como hobby coleccionar semillas de tomates y por tal motivo cuenta con un banco de cientos de variedades raras. El interés en darlas a conocer y el contacto con organizaciones locales, iniciaron el proceso que condujo a la creación de un evento anual sin antecedentes en el país denominado “Cata Nacional de Tomates” (CNT), que desde el 2020 tiene una creciente convocatoria, repercusión en los medios e impacto en el territorio, afianzando así su presencia.

Es más destacable aún si se tiene en cuenta que el departamento cuenta con una producción incipiente de tomates. Para proveer del mismo al evento primeramente se contó con la participación de productores de otra región del país, mientras en las sucesivas ediciones se continúa adaptando la producción en las chacras del departamento para que estas puedan abastecerlo. Ello, sin perder de vista que el objetivo es la producción de una renovada variedad de tomates diferentes a los habituales y resultantes de procesos agroecológicos.

Es de enfatizar que el aludido evento cuenta con locaciones varias cuyo epicentro corresponde a un predio destinado a la exposición rural y su ejido alcanza al espacio urbano mediante un circuito gastronómico de bares y restaurantes de la ciudad que se integran al incorporar la temática en sus menús u otras actividades. Asimismo, el espacio rural afectado se amplía con paseos y otras festividades en el ámbito de chacras donde se produce el referenciado alimento.

Si bien el acontecimiento en su punto culmine de la exposición, tiene una duración acotada a dos días de febrero/marzo (variante refleja lo sucedido en las distintas ediciones) su extensión es mayor debido a los preparativos, como es lógico, pero por sobre todo ante el surgimiento de instancias intermedias durante el resto del año que contribuyen a mantener la atención en el tema. En diciembre de 2023 se anexa, también en zona rural, la denominada “Fiesta del Tomate Antiguo y la Cerveza Artesanal” que comienza a actuar como una instancia previa a la CNT.

El estímulo desde la organización hacia la diversidad de propuestas se refleja en el desarrollo de un espectro de preparaciones en base a tomates con las características antes descriptas (raro y agroecológico) aplicados tanto en platos salados y dulces, e incluso como ingrediente de tragos en cualquier etapa del menú. Estos se brindan a consumir frescos pero también deshidratados, en salsas, en conservas, entre otras alternativas; en preparaciones fríos o calientes; en un rol protagónico o

acompañando por ejemplo pastas, carnes, verduras en una búsqueda continua por consolidar platos y propuestas nuevas. Cabe destacar los postres en sintonía con el evento ante el surgimiento, por ejemplo, de alfajores y helados elaborados con diferente variedad y/o combinaciones de tomate, llegando incluso a intervenir el característico y tradicional postre del departamento en una edición especial limitada.

Las actividades descritas se distribuyen en canales diversos, que comprenden patio gastronómico, stands comerciales y escenarios con charlas de expertos, demostraciones en vivo, degustaciones gastronómicas, en base a cientos de versiones posibles. Asimismo la venta no es la única forma de intercambio, teniendo en cuenta el canje o el obsequio del cual suelen formar parte plantines y semillas (allende los frutos). Tampoco los productos ofrecidos se limitan a lo estrictamente alimenticio, dada la aplicación del tomate en otras finalidades como velas o jabones, e incluso recurriendo a ilustraciones de la hortaliza en cuadros, remeras, bolsos.

De todas formas lo más destacable por su singularidad es la cata de ejemplares poco conocidos de tomate, consistente en una evaluación sensorial (vista, sabor y textura) por parte de públicos distintos: personas referentes y prensa; con niños y también público en general. Más que una experiencia de degustación, hay una búsqueda por obtener información sobre preferencias de los consumidores y destinada a productores y quienes investigan y desarrollan. Precisamente la actividad se encuentra a cargo de una universidad tecnológica la cual tiene convenio con un instituto de investigaciones agropecuarias y de esa forma se amplían los análisis físico-químicos tendientes a un mejor conocimiento del producto, su manejo y su puesta a disposición.

En la creación y evolución de la CNT es fundamental el rol de las instituciones, llegando a conformarse una comisión organizadora donde conjugan esfuerzos tanto del sector público como del privado. Cabe destacarse que la iniciativa del evento fue del Bureau Paysandú, el financiamiento inicial de la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE) y con acompañamiento incremental del gobierno departamental por medio de dependencias como la Dirección de Turismo y también en proyectos como por ejemplo “Paysandú Sostenible” que impulsa la producción agroecológica. A ello puede anexarse ministerios nacionales con injerencia en la temática o municipios que comprenden lo territorial, de forma tal que los tres niveles de gobierno están presentes. La Asociación Rural Exposición FERIA, la Red Agroecológica, la anteriormente referida Universidad Tecnológica (UTEC) son una muestra más del universo de organizaciones intervinientes que dieron inicio o se integran al proceso en marcha.

La sumatoria de nuevos actores responde en parte a los logros obtenidos, como en el caso de la alianza con una sociedad de nivel nacional de apicultores, para anexar a la oferta varios tipos de miel, lo cual implica un nuevo elemento para combinar y renovar la propuesta de la CNT. Ambos rubros entre otros rasgos comparten el carácter regional, la sazonalidad, la versatilidad, la necesidad de dar a conocer las dificultades que tiene como sector agropecuario e incluso el contar con el desarrollo de conocimiento

científico plasmado en cursos, laboratorios e investigaciones realizadas en las instituciones de educación e investigación ya referidas.

Entre los desafíos cabe citar que cada edición requiere de una dotación asegurada del producto estrella y eso implica la logística necesaria para contar con el mismo en tiempo y forma (cantidad, calidad, variedad, diferenciación). Proceso que demanda un constante aprendizaje y enseñanza para lo cual se cuenta incluso con una chacra experimental educativa, emprendimiento privado donde la experiencia de producción se comparte con los restantes productores. Ese esfuerzo conjunto incluye la creación de un grupo denominado “guardianes del tomate”, a quienes entregan plantines, acompañan en la producción y premian durante la siguiente edición de la CNT según el estado sanitario y los tomates producidos, con la intención de preservar variedad de especies e involucrar más individuos en las distintas actividades.

El alcance de los actores y las afinidades posibles se extiende incluso más allá de lo estrictamente productivo y próximo, como el acuerdo nacional con el ente que gestiona el ferrocarril para brindar esa facilidad acceder al predio rural del evento, y también un acuerdo internacional que hermana la CNT con similar evento de Cantabria (España) para facilitar el intercambio de experiencias, información, conocimientos, entre productores, gastrónomos y organizadores y de forma remota y presencial.

De lo descrito se puede inferir el espectro amplio y en expansión de motivaciones abarcando tanto lo sectorial turístico (ej. consolidar al destino turístico diversificando y desestacionalizando); lo sectorial agro productivo (incentivando y visibilizando el trabajo de productores y las formas particulares de producción, generando espacios de encuentro de saberes y prácticas); lo científico tecnológico (generar, aplicar y divulgar el conocimiento en base a ciencia); lo patrimonial (desarrollo variedades antiguas, poco conocidas y escasamente comercializadas); como lo territorial en su conjunto (al exaltar la creatividad y la innovación; al agregar una nueva producción a la actividad del territorio en sentido de soberanía alimentaria; al proteger la variedad, mejorar las condiciones de alimentación y recuperar los sabores de tiempos pasados).

Como se puede apreciar el punto de partida fue un tomate poco diverso, de producción con agroquímicos, de origen externo, sin atención a los sentidos y ausente en la gastronomía local entonces se conjugó una búsqueda de lo antagónico mediante lo agroecológico, la diversidad de especies, con acento en el gusto, con gente comprometida/ble en varias etapas de su puesta en valor, por mencionarse algunos de los cambios buscados y generados en el CNT. La Tabla 1 presentada a continuación intenta reflejar y complementar lo mencionado anteriormente.

Tabla 1: Dimensionamiento de la Cata Nacional de Tomates

	Tomate	Cata Nacional de Tomates
Variedades	<i>Pocas</i>	<i>Muchas, dinámicas,</i>
Sentidos	<i>Sin sabor, uniformidad color</i>	<i>Sabor, color, formas</i>
Preparaciones	<i>Acotada</i>	<i>En expansión</i>
Origen Producción	<i>Externa</i>	<i>Local</i>
Forma producción	<i>Tradicional</i>	<i>Agroecológica</i>
Función	<i>Alimentación</i>	<i>Alimentación, diseño</i>
Maridaje	<i>Tradicional</i>	<i>Con productos innovadores</i>
Actores vinculados	<i>Cercanos, directos, temporales</i>	<i>Mayor alcance, inclusión afines, permanencia. (públicos y privados; producción/consumo)</i>
Centralidad	<i>Sin destaque</i>	<i>Destacada</i>

Fuente: Elaboración propia en base a material recopilado.

SECTORES E INTERSECTORIALIDAD

Mientras el capítulo anterior remite a un producto en particular, este hace referencia a la articulación intersectorial abordando diferentes espacios de encuentro entre el turismo y la horticultura y su contenido surge de una tesis de maestría (Chalar, 2020). Si bien ello tiene clara relación con el turismo en el espacio rural, en todo el trabajo mencionado no se alude al mismo para no perder de vista que el objetivo focaliza en la comprensión del vínculo entre sectores productivos y más allá de los espacios donde se desarrollen. Es por lo tanto, un recorte y una ampliación de aspectos contemplados en todas las definiciones del turismo en el espacio rural, al limitarse a lo productivo y alcanzar lo urbano.

El trabajo podría haberse enmarcado dentro del turismo gastronómico, donde lo sectorial está presente y no así lo espacial, pero eso hubiese cercenado las posibilidades que la horticultura como sector elegido de estudio brinda hacia otras funciones más allá de la alimentación. En esa mirada perpendicular de la dispersión de tipologías en el turismo, hay una búsqueda de elementos que se aproximen a las fronteras de las mismas y que transiten por la transversalidad. ¿En qué puede contribuir entonces ese trabajo con este que si hace foco en el turismo en el espacio rural? Justamente en ver en ese y en otros trabajos similares, las necesarias continuidades, complementariedades, que hacen muchas veces la diferencia hacia la continuidad, expansión, aumento de la calidad, coherencia dentro del turismo y de los aportes de este en un sentido más amplio.

Y en cuanto a la innovación en el turismo en el espacio rural que es aquello que aquí importa ¿en qué puede asistir? Si bien los renglones de encuentro que se detallan a continuación surgen a partir del análisis del vínculo del turismo con la horticultura, ellos podrían extrapolarse a otros sectores productivos y ser útiles como conjunto y unidad. La descripción muy somera que se realiza obedece al

deseo de dar cuenta del conjunto en un espacio acotado, y se ve paliada por la posibilidad de profundizar en el documento citado. Entre esas dimensiones de relacionamiento, en primer término destacar la categoría visitantes en emprendimientos productivos sean estos servicios brindados por los propios productores u otros del ámbito receptivo, lo cual puede darse en chacras, viñedos, olivares, quintas cítricas, viveros de *plantas*, *por citarse algunos ejemplos*.

Un restante vínculo es la producción en emprendimientos gastronómicos y de alojamientos (por fuera de lo rural productivo), asumiendo la forma de presencia en el menú y/o como productos factibles de trasladar. Allí la presencia posible no solamente alcanza al producto físico sino también a la información que sobre el mismo se brinda, y a las experiencias y funciones desarrolladas (no limitado a la gastronomía)-

Otro encuentro se produce o puede producirse en las actividades de promoción turística, donde los productos y representaciones rurales forman parte de giras promocionales, fam press y fam tour, promoción digital, impresos, oficinas de turismo; programas audiovisuales sobre turismo u otros formatos, mediante los cuales se promueven productos, saberes, emprendimientos.

Del mismo modo los eventos son una forma de articulación entre turismo y producción, adquiriendo una multiplicidad de formas en base al eje temático al cual apuntan (por sector o por producto); sean estos impulsados desde organizaciones productivas, ONGs, instituciones educativas y de I+D, entre otras; con objetivos comerciales, recreativos, académicos o la combinación de ellos; y de ediciones únicas o repetidas con frecuencia generalmente anual.

Los visitantes en puntos de comercialización de la horticultura es otra de las posibilidades, dada la presencia de productos en ferias, mercados, puestos carreteros, entre otras opciones que se constituyen también en oportunidades de relacionamiento intersectorial. Al igual que los son un conjunto de lugares de memoria, desarrollo y difusión de la producción, como podría ser el caso de museos en espacios urbanos y rurales, universidades, estaciones experimentales, centros de interpretación, que perfectamente pueden constituirse en unidades independientes o adosadas a otras para así atraer y atender a los visitantes.

Los dos últimos puntos a destacar pueden ser los más difusos pero no por ello menos importantes o carentes de identidad. Uno es el necesario reconocimiento del paisaje cultural resultante de la relación establecida a lo largo del tiempo entre la comunidad y el medio natural, que se manifiesta en una composición característica de formas, colores, aromas, sonidos, que moldean los espacios y enmarcan la actividad turística. Finalmente destacar a las industrias creativas que actúan o pueden actuar como catalizador del entramado intersectorial (fotografía, artes plásticas y visuales; artesanías; teatro y espectáculos en vivo; audiovisual; música; diseño; entre otras) que dicen presente como elemento decorativo y/o de intercambio en diferentes espacios.

Una reinterpretación del listado anterior conlleva a tener presente los eslabones de las diferentes cadenas de valor de los sectores en los cuales se quiera analizar/construir el vínculo, e incluso de terceros sectores que resulten necesario para urdir la malla productiva, y establecer la unión entre los eslabones (Gráfico 1).

Gráfico 1: Las cadenas de valor y el vínculo entre eslabones



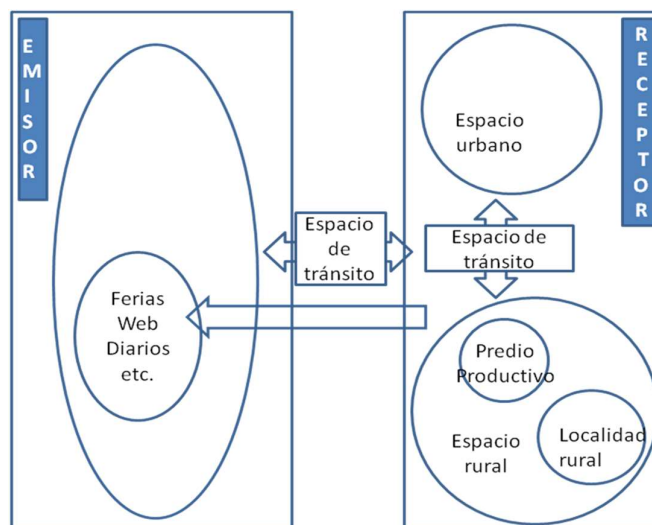
Fuente: Elaboración a partir de Chalar, 2020.

Otro aspecto que parece oportuno resaltar surgido del trabajo mencionado y cuando se analiza a nivel de destino, es la atención a las diferentes producciones que pueden caber dentro de un sector. Se suele reconocer el destaque de algunas por trayectoria o volumen, pero relegar la diversidad productiva existente (más actuales o de menor porte) o potencial de los territorios en general, lo cual admite reflexionar en un amplio espectro para el surgimiento, desarrollo, combinación de renovadas propuestas.

Asimismo, el encuentro entre sectores tiene como escenario ámbitos diversos, teniendo en cuenta que los visitantes pueden acercarse al espacio rural propiamente dicho (diferentes unidades productivas, localidades rurales, espacios de tránsito) como también desde el espacio urbano. Otra escala de análisis contempla tanto el espacio emisor como el receptor y un plano de perspectiva distinta conlleva sumar a la forma física la incremental virtualidad (Gráfico 2).

A la apertura y contemplación conjunta de cultivos, se adiciona la atención a funciones diversas de los mismos que, como se ha mencionado, pueden ser relevantes cuando se piensa en articulación y agregado de valor. Aun reconociendo que la gastronomía recorre gran parte de los sentidos y concentra la atención, las diferentes partes de un cultivo pueden ser aplicados a usos varios (recreativo, medicinal, ornamental, ceremonial, entre otras) y ello en el turismo es estimable, como aspecto central o complementariedad diferenciadora. Esa amplitud y flexibilidad brinda herramientas para atender la evolución turística y consecuentemente que esta realice un aporte al desarrollo en un sentido más amplio.

Gráfico 2: Distribución espacial de los enlaces



Fuente: Elaboración a partir de Chalar, 2020.

EL CAMPO COMO OPCIÓN

En este apartado se tiene presente que el turismo en el espacio rural implica justamente que la actividad está inmersa en un marco más amplio que le da cabida, y como es lógico de suponer ello la condiciona y determina. En ese sentido resulta entonces oportuno recurrir a diagnósticos y acciones realizadas para el ámbito rural de forma tal de vislumbrar posibles insumos que contribuyan a la innovación. Continuando con referencias de Uruguay, como un país de consolidada base agropecuaria tiene en esa esfera una desarrollada institucionalidad pública y privada que necesariamente reflexiona sobre los temas que hacen a la actualidad y el porvenir del sector. Entre esas temáticas de transformaciones y desafíos del agro a atender se encuentra la migración campo-ciudad, el proceso de envejecimiento demográfico y su impacto en el recambio generacional, la necesidad de un mayor cuidado a la mujer rural y los jóvenes rurales, y el desarrollo de mercados y la respuesta a las tendencias de producción.

Junto a todo ello y desde la aludida institucionalidad que gestiona lo rural, también se entiende como merecedor de atención la existencia de una brecha cultural campo-ciudad que restringe posibilidades al sector. Ello como resultante de un proceso multifactorial donde influye el ser un país precozmente urbanizado con un desequilibrio poblacional agravado con el tiempo, y por las falencias de comunicación dando lugar a un conjunto de prejuicios y desconocimiento mutuo.

Ante esa realidad desde el propio sector rural se reconoce el rol que se deberían tener en la construcción del relato y los temas puestos en agenda, dando inició un proyecto a nivel país en torno al concepto de "cultura agropecuaria", liderado por el Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca (MGAP), con apoyo de FAO el cual formó parte del Plan Nacional Transformación Productiva (y de

Competitividad) (2017) y se constituyó en una línea estratégica de políticas públicas del “Uruguay Agointeligente del 2030” (MGAP, 2017). Siendo un caso único en Latinoamérica de trabajo en esta materia y que gracias a la continuidad otorgada por gobiernos de diferentes partidos llegó a nivel nacional a constituir una política de estado.

La conformación de dicho proyecto demandó un ejercicio prospectivo que involucró variados actores, donde inicialmente contó con la institucionalidad agropecuaria para desarrollar una visión a futuro y para deducir los recursos necesarios para cumplir con las restantes metas definidas. Posteriormente se realizaron estudios de opinión pública a integrantes de la población urbana del país para comprender sobre percepciones, valoraciones y conocimientos que tienen sobre el sector agropecuario, mediante encuesta, focus group y entrevistas en profundidad.

A partir de esos insumos se desarrolla una estrategia de comunicación en base a dos ejes transversales siendo uno el denominado “Cultura del Agro” donde se reconoce que si bien existe un entendimiento sustancial de la importancia económica nacional del sector agropecuario (puestos de trabajo, aporte de divisas al PBI, entre otras), resulta urgente resaltar más el vínculo de dicha importancia con la vida personal y cotidiana para alcanzar un mayor nivel de sentimientos y sentidos de pertenencia, incluso en individuos y colectivos de los centros urbanos directamente beneficiados por el funcionamiento del campo.

Asimismo en dicho eje se señala que entre el campo y la ciudad existen distintos modos de pensar y actuar, resultando necesario ponerlos a dialogar para generar empatía y entendimiento y a la renovación del imaginario del agro hacia uno más moderno, joven, festivo, diverso y cercano. El desarrollo de esa agrocultura también contempla transmitir que el prestigio de un pequeño país, como productor de alimentos para el país y el mundo (alcanzar a cincuenta millones de habitantes al 2030), respondería a su producción en cantidad pero sobretodo en calidad, diferenciados y de manera responsable con el medio ambiente. Resalta así la actualidad del tema pero también las aspiraciones del sector.

Complementariamente el segundo eje denominado “campo de oportunidades” promueve un nivel de involucramiento mayor en el momento que pasa a convocar a formar parte del agro, de contribuir con el mismo y verse favorecido por ello gracias a las oportunidades que el sector ofrecería. Tiende a conformar una visión del sector agropecuario como generador de oportunidades dando una mayor visibilidad al lugar posible de ocupar en ese sector tan importante. Ello implica mostrar la complejidad del sistema productivo en sí y la dinámica de transformaciones en el agro resultante de la externalización, automatización y digitalización aplicados en distintos procesos, que generan nuevas demandas laborales con un nivel de calificación específico en cada uno de los eslabones de la cadena de valor (producción, distribución, comercialización, logística, investigación e innovación, etc.). La creciente competitividad en la agricultura de exportación y los avances tecnológicos que se están

generando a nivel mundial determinarán que el sector requiere cada vez más de mano de obra calificada, más especialización, conocimiento y nuevas habilidades para generar innovación.

Ambos ejes perfectamente individualizados están muy vinculados en lo que puede ser un proceso de gradual incremento entorno a la sensibilidad, comprensión y vinculación campo-ciudad, haciendo presente dos caras de una misma moneda en cuanto que ese medio rural necesita profesionales relacionados con la producción agropecuaria y en todas las áreas del conocimiento y que también allí las personas se pueden desarrollar (estudio, laboral, personal).

Es de destacar que como estrategia de comunicación agropecuaria la identificación de sus destinatarios prioritarios en las generaciones más jóvenes (en especial profesionales y futuros emprendedores) y como canales y códigos se conjuga esfuerzos con el sistema educativo en todos sus niveles (escuelas, liceos, universidades). La búsqueda de formatos novedosos contempla las expresiones de carácter artístico o lúdico como lo son las propuestas de trivias que hacen referencia al patrimonio natural y productivo del país.

Incluso dentro del programa se apela a la participación y creatividad para generar propuestas como puede comprobarse en la realización de una convocatoria realizada a centros educativos. La propuesta universitaria ganadora aporta insumos útiles para atender la brecha entre campo-ciudad al momento de postular la creación de una red de jóvenes multiplicadores, para la difusión de temas relacionados con la vida en el campo, los procesos productivos y los esfuerzos de las comunidades para el cuidado del ambiente. La propuesta contaba con dos instancias siendo una la capacitación a estudiantes universitarios (orientación comunicación) y a liceales sobre los temas mencionados y de intervención y facilitación. A lo teórico se suma una experiencia de inmersión, mediante un viaje al interior del país donde conocen de forma directa los temas ya abordados en la etapa anterior. Finalmente, los estudiantes inician una nueva etapa consistente en el diseño y desarrollo de productos diversos como talleres de sensibilización y producción de contenidos y campañas de comunicación para liceales de instituciones públicas y privadas de Montevideo sobre la actividad agropecuaria y el cuidado del ambiente (El Pueblo, 2018).

Los esfuerzos por revertir el círculo vicioso de desconocimiento/desinterés implicarían atender las brechas y estereotipos que limitan un mayor vínculo entre el espacio rural y el urbano, lo cual significa abordar las percepciones. En ese sentido, la Tabla 2 está construida en base al proyecto bajo análisis desde el cual se recopiló tanto las percepciones negativas identificadas como las positivas deseadas, de forma tal de señalar distintas dimensiones y categorías sobre los cuales debería operar una innovación territorial.

Tabla 2: Dimensionamiento de las percepciones

	Percepciones (-)	Percepciones (+)
Actualización	<i>Atrasado, poco innovador, sin tecnología, quietud</i>	<i>Moderno, joven, dinámico.</i>
Animación	<i>Sacrificio, dificultades, desolación, vacío</i>	<i>Festivo, diverso, animado</i>
Recursos Naturales	<i>Contaminación, poco cuidado</i>	<i>Atendido, entendido</i>
Propiedad, cercanía	<i>Concentración de tierras y extranjerización</i>	<i>Cercano, nuestro.</i>
Vida y laboral	<i>Explotación del trabajador, malas condiciones de vida de pequeños productores, bienestar animal.</i>	<i>Bienestar</i>

Fuente: Elaboración propia en base MGAP (2017)

En esa transición hacia un mejor posicionamiento cabe reflexionar sobre el rol que le cabe al turismo, teniendo en cuenta su potencial tanto como beneficiario como también de medio para canalizar los esfuerzos. Sector que puede dar a conocer sobre historia, realidad y perspectivas del sector agropecuario, sobre los procesos de los alimentos y sobre las oportunidades en el contexto agropecuario, pero también en un ida y vuelta de la comunicación trasladar las dinámicas demandas y transformaciones urbanas.

REFLEXIONES

Los desafíos, tanto sectoriales como territoriales, impulsan a una constante revisión en busca de pautas que permitan afrontarlos de la mejor manera posible mediante un incremento de las perspectivas de abordaje y de la caracterización de los fenómenos bajo estudio. Eso contribuiría a una mejor comprensión pero por sobre todo asiste a las capacidades tendientes a la acción. El camino aquí recorrido a través de un conjunto de experiencias seleccionadas en base a su actualidad, diversidad y potencial de contribuir a los objetivos propuestos, intentan aportar diferentes insumos para reflexionar en torno a la innovación en relación al turismo en espacios rurales.

La generación, mantenimiento, incremento del atractivo de un producto en particular, una tipología de turismo, un destino/territorio tiene en el enriquecimiento de su entramado un camino como recorrer, y ello implica variadas dimensiones desde las cuales dar forma a una complejidad. La innovación presenta un destacado campo a recorrer operando sobre la una complejidad afín a la transversalidad tan pregonada pero poco definida, que estas variables (territorio, Innovación) encierran y que es necesario atender para dar cuenta de los desafíos.

Avances en las conexiones que dan forma al entramado socio-económico de los territorios es un aspecto clave y más cuando cada uno de sus elementos suele ser tratado de manera fragmentada por parte de los diferentes sectores, lo cual dificulta la adaptación a las necesidades y demandas reales que plantean los espacios turísticos.

Comprender que la iniciativa, el apoyo, la complementariedad, puede venir de diferentes actores/instituciones tanto desde dentro como de otros no tan cercanos. Para ello es fundamental promover, acercar, vincular y reconstruir los lazos entre los diferentes actores, los cuales asumen diferentes formas desde actividades puntuales hasta el diseño compartido de estrategias

Finalmente destacar que un norte a la innovación del turismo en el espacio rural, son los aspectos que lo tienen como un medio y que lo trascienden como puede ser la generación de conciencia agropecuaria en un extenso sentido. El turismo en el espacio rural puede aspirar a alcanzar metas que tiene que ver con su interna como así también en relación a la contribución que el mismo hace o puede hacer a los territorios, sin ser estas opciones mutuamente excluyentes, por el contrario, en gran medida convergen y más en un turismo que apunta a la sostenibilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ávila Reyes B. & Barrado Timón, D.** (2005) *Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión*. Cuadernos de Turismo. Universidad Autónoma de Madrid 1 (15)27-43. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/18541>
- Biasizo R., Besson N. & Moughty Cueto A.** (2003) *Sector agroalimentario y Turismo en Entre Ríos: ¿tienden a conformar clúster y potenciar el desarrollo local y regional?*. Disponible en <http://www.econ.uba.ar> .
- Calvo Drago, J.** (2005). *El Enfoque Territorial en las Políticas Públicas*. Ponencia presentada al “V Congreso Nacional de Administración Pública”, Guatemala
- Casanova F.** (2004). *Desarrollo local, tejidos productivos y formación: abordajes alternativos para la formación y el trabajo de los jóvenes*. Montevideo: CINTERFOR.
- Chalar, L.** (2020) *Abordaje de la competitividad del destino turístico desde la articulación productiva intersectorial local. El caso de los sectores turismo y horticultura del Departamento de Salto (Uruguay)*. Tesis de maestría. Universidad nacional de Quilmes, 2020. Disponible en: <https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/3881>.
- Fernández, A., Gómez, M., Vila, E. y Prieto, M.** (2011). *Innovación*. *Grial*, 49(190), 34-41. Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/41445551>
- Gallego-Bono, J.** (2016). Fragmentación de las redes de innovación y dinámica de los sistemas territoriales de producción y de innovación en sectores tradicionales. *Innovar: Revista De Ciencias Administrativas Y Sociales*, 26(62), 23-40. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/818/81847431003/html/>
- Lundvall, B.** (ed.) (1992). *National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*. London: Pinter Publishers.

Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca (2017). Uruguay agointeligente, los desafíos para un desarrollo sostenible". <https://www.gub.uy/ministerio-ganaderia-agricultura-pesca/sites/ministerio-ganaderia-agricultura-pesca/files/2019-12/libro%20completo%20con%20hipervinculos.pdf>

Méndez, R. (1998). Innovación tecnológica y reorganización del espacio industrial: una propuesta metodológica. *EURE (Santiago)*, 24(73), 31-54. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71611998007300002>

Mina, S. & Bustamante, C. (2009). La dimensión territorial como factor del desarrollo económico: Algunos aportes metodológicos para su medición. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 24(3), 675-696. Disponible en: <https://doi.org/10.24201/edu.v24i3.1332>.

Rodríguez Miranda A. y Sienna M. (2008). *Claves del desarrollo local. El caso de Treinta y Tres. Una Metodología de análisis aplicada*. Ed. Fin de Siglo.

Romero Luna, I. (2003) *Desarrollo endógeno y articulación productiva. Un análisis del sistema productivo andaluz*. Tesis Doctoral. Universidad de Sevilla. Disponible en: <https://idus.us.es/handle/11441/15680>

Sagasti, F. R. (Ed.). (1981). Perspectivas sobre el cambio técnico al nivel de la empresa. In El factor tecnológico en la teoría del desarrollo económico (1st ed). *El Colegio de México*, 94, 115–148. Disponible en: <https://doi.org/10.2307/j.ctv6mtcmp.11>

Torre, A. (2014). Proximity relations at the heart of territorial development processes. En A. Torre y F. Wallet (Eds). *Regional development and proximity relations, New Horizons in regional Science*. London: Edward Elgar.

Valenti Nigrini, G. (2011). El capital humano y los sistemas nacionales de innovación (SNI) en el contexto actual. In *Construyendo puentes entre el capital humano y el sistema de innovación* (pp. 27-58). FLACSO-México.

Vasilievich Biryukov, V. & Vasilievna Romanenko, E. (2016). The formation of territorial innovation models. *Indian Journal of Science and Technology*, 9(12) 1-10. Disponible en: <https://doi.10.17485/ijst/2016/v9i12/89534>

Vázquez Barquero, A. (2000). *Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual*. (Lc/R.1964), Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)

Vázquez Barquero, A. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. *Investigaciones Regionales*, (11), 183-210. Disponible en: <https://doi : 10.17485/ijst/2016/v9i12/89534>

Fuentes para Cata Nacional de Tomates

Decima R. (28 de febrero de 2021) La historia detrás de la cata de tomates, idea que surgió gracias al hobby de un profesor. *Diario El País*. <https://www.elpais.com.uy/vida-actual/la-historia-detras-de-la-cata-de-tomates-idea-que-surgio-gracias-al-hobby-de-un-profesor>. Consulta agosto 2023.

El Observador (21 de febrero de 202) 1Paysandú suma un atractivo: la primera cata nacional de tomates "antiguos". *Agro_ Innovación estratégica*. <https://www.elobservador.com.uy/nota/paysandu-suma-un-atractivo-la-primera-cata-nacional-de-tomates-antiguos--20212215024>. Consulta agosto 2023.

El Telégrafo (21 de octubre de 2023) Convocan para guardianes del Tomate.. <https://www.letelegrafo.com/2023/10/convocan-para-guardianes-del-tomate/>. Consulta agosto 2023.

El Telégrafo. (4 de diciembre de 2023) Pospusieron jornada de “La Fiesta del Tomate Antiguo y la Cerveza Artesanal” <https://www.letelegrafo.com/2023/12/pospusieron-jornada-de-la-fiesta-del-tomate-antiguo-y-la-cerveza-artesanal/>. Consulta diciembre 2023.

La Diaria (22 de enero de 2022) <https://ladiaria.com.uy/cotidiana/articulo/2022/1/de-cajon-y-de-casillas-paysandu-invita-a-la-segunda-cata-nacional-de-tomates-el-proximo-fin-de-semana/>. Consulta agosto 2023.

Langleib M. (2 de marzo de 2021) *En la primera Cata Nacional de Tomates, unas 450 variedades fueron el centro de atención de productores agroecológicos, cocineros y consumidores..* <https://ladiaria.com.uy/cotidiana/articulo/2021/3/en-la-primera-cata-nacional-de-tomates-unas-450-variedades-fueron-el-centro-de-atencion-de-productores-agroecologicos-cocineros-y-consumidores/>. Consulta agosto 2023.

Pereira A. (5 de marzo de 2021) El informático que cumplió el sueño de compartir su colección de tomates. Disponible en: <https://www.elobservador.com.uy/nota/el-informatico-que-cumplio-el-sueno-de-compartir-su-coleccion-de-tomates--202135215747> Consulta agosto 2023

Fuentes para Conciencia Agropecuaria

El Pueblo. Estudiantes de la Universidad de Montevideo tuvieron una experiencia de inmersión en el sector agropecuario nacional y serán replicadores en los liceos. Publicado en 02.12.2018 <https://diarioelpueblo.com.uy/estudiantes-de-la-universidad-de-montevideo-tuvieron-una-experiencia-de-inmersion-en-el-sector-agropecuario-nacional-y-seran-replicadores-en-los-liceos/>

Melgarejo A. (25 de agosto de 2022). *Conciencia agropecuaria: una política de estado que tiende puentes entre la ciudad y el campo.* La Mañana. Disponible en: <https://www.xn--lamaana-7za.uy/agro/conciencia-agropecuaria-una-politica-de-estado-que-tiende-puentes-entre-la-ciudad-y-el-campo/>. Consulta agosto 2023.

Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca (2017) *Guía para trabajar la comunicación de Conciencia Agropecuaria.* Disponible en: <https://www.gub.uy/ministerio-ganaderia-agricultura-pesca/comunicacion/publicaciones/guia-para-trabajar-comunicacion-conciencia-agropecuaria>. Consulta agosto 2023.

Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca (2017) *Aportes de un programa de promoción de la Conciencia Agropecuaria a la sostenibilidad del sector y la construcción de políticas públicas.* <https://www.gub.uy/ministerio-ganaderia-agricultura-pesca/comunicacion/publicaciones/aportes-programa-promocion-conciencia-agropecuaria-sostenibilidad-del>. Consulta agosto 2023.

Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca (2017) *Uruguay Agointeligente. Los desafíos para un desarrollo sostenible.* <https://www.gub.uy/ministerio-ganaderia-agricultura-pesca/sites/ministerio-ganaderia-agricultura-pesca/files/2021-07/libro%20completo%20con%20hipervinculos.pdf> Consulta agosto 2023.

PASAR LA NOCHE EN UN CASTILLO, PASEAR ENTRE CIERVOS O NAVEGAR CON YACARÉS

La comunicación en las experiencias del turismo rural argentino

Juana Alejandrina NORRILD

INTRODUCCIÓN

Las experiencias en el turismo vienen siendo ampliamente estudiadas con mayor profundidad en las últimas décadas (Aranda & García, 2020; Bigne *et al.*, 2020; Kim, 2018; Sthapit *et al.*, 2018; Garduño & Cisneros, 2018; Jepson & Sharpley, 2018; Rodríguez Zulaica, 2016; Bosangit *et al.*, 2015; Ryan, 2015; Baltazar Bernal & Zavala Ruiz, 2015; Filep & Pearce, 2014; Decroly, 2015; Prebensen *et al.*, 2014; Trigo, 2010; Morgan *et al.*, 2010; Volo, 2009; Mansfeldt *et al.*, 2008; Selstad, 2007; Jennings & Nickerson, 2006; Gross & Brown, 2006; Richards & Wilson, 2006; Uriely, 2005; Quan & Wang, 2004; Ryan, 2002; Turner & Bruner, 1986). De esta manera, Vergopoulos (2016) destaca que se podría decir que existen tantas definiciones de la experiencia turística como estudios relacionados con ella. No obstante, Bastiaansen *et al.* (2019), dicen que si bien intuitivamente todo el mundo sabe lo que es la experiencia, hay muy poco debate académico o conceptual.

Bolzán & Mendes Filho (2022) exploran tres ejes que sustentan la experiencia turística en el campo de los estudios turísticos: uno humanístico, orientando hacia la interpretación y la crítica sociocultural; otro económico-administrativo, que enfatiza los estudios de marketing y gestión de experiencias de consumo; y un tercero con predominio de aspectos cognitivos y comportamentales, enfatizando la memoria y las dimensiones de la experiencia.

En tanto que Carballo Fuentes *et al.* (2015: 75) establecen tres características de las experiencias en turismo: *(1) Las experiencias surgen de los orígenes sociales y culturales de las personas. Dado que los diferentes orígenes dan lugar a interpretaciones diversas para un solo producto turístico (...)* *(2) Las experiencias tienen múltiples facetas. Surgen de las actividades y el entorno físico, así como del significado social integrado en las actividades. Las personas tienen experiencias diferentes, incluso si están haciendo lo mismo en el mismo lugar; y (3) Las experiencias son existenciales y están encarnadas en las personas, ya que son personales y únicas. En resumen, los factores sociológicos, psicológicos y contextuales, determinan el resultado de la experiencia, existiendo así condicionantes de la experiencia turística que pueden ser clasificados como: tiempo, dinero, conocimientos, habilidades y actitudes que dependen de los individuos.*

Mientras que Fusté Forné & Navas Jiménez (2015) determinaron que la calidad global de la experiencia de viaje de cada turista se puede interpretar a partir de sus declaraciones de satisfacción, el número de lugares visitados, el nivel de las actividades en cada atracción y el conocimiento adquirido en el viaje. La experiencia turística es la vivencia que tiene el turista en el momento en que lleva a cabo el viaje, pero sin lugar a dudas también incluye los momentos previos a ese viaje y los momentos

posteriores (Silva *et al.*, 2019; Park & Santos, 2017). Es interesante el análisis que realizan Mansfeldt *et al.* (2008) al discernir entre la experiencia como sustantivo, la observación o participación en un evento, y la experiencia como verbo, la cual incluye las sensaciones emocionales del turista antes del evento, durante el mismo y los recuerdos después del evento. Es decir que el turista se transforma en un agente activo que vive subjetivamente el acontecimiento.

Garduño & Cisneros (2018) definen a la experiencia turística como la creación de eventos memorables. Asimismo, los autores dejan traslucir que la experiencia turística permite una mirada del turismo centrada en el ser humano. Una mirada que abarca no sólo al turista (invitado) sino también a los anfitriones.

(...) la experiencia turística se identifica con diversas denominaciones: "experiencia cumbre"; "experiencia máxima", "experiencia memorable", "experiencia óptima", "experiencia extraordinaria", denotando el carácter interpretativo, subjetivo y afectivo de la experiencia turística ya que depende de las características y significados asignados por cada individuo a partir de sus propios componentes humanos (nivel emocional, físico, espiritual y/o intelectual) aunado a factores espacio-geográficos, como la cultura y la sociedad (Garduño & Cisneros, 2018: 203).

En este capítulo se considerará lo establecido por Neuhofer *et al.* (2013) quienes aseguran que las experiencias constituyen la esencia de la industria turística y se tomará el concepto de Sharpley & Stone (2012) quienes abordan la experiencia turística como la búsqueda de felicidad o bienestar y analizan cómo los proveedores pueden influir en estas experiencias. También se considerará la investigación de Carballo Fuentes, Moreno-Gil, León González & Brent Ritchie (2015: 72) quienes establecen que *el turista que viaja a un destino turístico no realiza meramente un viaje físico. El verdadero viaje es interior y radica en cómo percibe el lugar que visita, sus gentes y el impacto que esta percepción subjetiva y personal le produce.*

Haciendo un poco de historia, el turismo guarda evidente relación con la experiencia del viaje y sobre todo con el modelo del Grand Tour, una costumbre indispensable para la formación de los hijos de la aristocracia europea en los siglos XVII y XVIII quienes se aventuraban a un viaje con fines políticos, culturales y artísticos (Calvi, 2006). En el siglo XX la experiencia turística se difunde en estratos cada vez más amplios de población hasta su explosión en el turismo de masas, el cual le da paso luego a un turismo sostenible opuesto al desarrollo turístico indiscriminado y también da paso a las experiencias de los itinerarios a medida, como es el caso del turismo rural (Calvi, 2006). Con frecuencia, los turistas se refieren a la experiencia del turismo rural como un contraste positivo con el estrés y otras condiciones percibidas en forma negativa de la vida urbana cotidiana (Kastenholz *et al.*, 2018).

Este capítulo abordará las experiencias en el turismo rural argentino. De esta manera se trabajará con dos casos de Argentina que poseen contextos totalmente distintos, pero abordan la propuesta

turística de forma similar. Uno, la Estancia La Candelaria en la Provincia de Buenos Aires gerenciado por la cadena de hoteles Rochester, cuyo recurso principal es el patrimonio cultural que ofrece un castillo de principios del siglo XX; y el otro, Estancia Iberá, una de las estancias gerenciadas por la Fundación Rewilding, ubicadas en los Esteros del Iberá en la Provincia de Corrientes, cuyo recurso principal es el patrimonio natural que ofrecen los Esteros del Iberá con toda la riqueza de su fauna y flora. El turismo rural es una oportunidad para impulsar el desarrollo rural y apoyar la conservación del patrimonio natural y cultural (Schlüter, Norrild & Navarro, 2013). Ambos casos de estudio apuntan al turismo internacional y al turismo nacional de alto poder adquisitivo buscando ofrecer una experiencia de lujo con un sistema de all inclusive completo que incluye hospedaje, gastronomía y actividades recreativas.

El objetivo de este capítulo es analizar la forma en que estas “experiencias rurales” son comunicadas al turista antes y durante el evento. Se realizará en ambos casos una investigación descriptiva en base al análisis de sus sitios web y la red social Instagram para detectar la experiencia que se ofrece y comunica al huésped. Para Vila & Vila (2012) internet es un medio usado por gran porcentaje de la población siendo el uso más generalizado la búsqueda de información (95%). Asimismo se consideró lo establecido por Martínez Rolán *et al.* (2019) para quienes en el sector turístico, las redes sociales están cambiando el paradigma de la comunicación, cambiando la forma en que las personas acceden a la información, planifican y comparten sus viajes. Instagram permite a las empresas interactuar de forma dinámica y directa con el usuario final, permitiendo la adaptación de su actividad a las nuevas realidades, la evaluación del nivel de satisfacción, la implantación de mejoras y la difusión de su oferta. Agregan que en este contexto, Instagram se destaca como la red social que permite estimular el diálogo a través del intercambio de fotografías, vídeos o experiencias sobre un determinado destino o producto turístico.

Por otra parte, se llevará a cabo la observación participante (Taylor & Bogdan, 1986) en ambos casos para poder enfocar la comunicación antes y durante la experiencia. Por otro lado, inicialmente se planeó la aplicación de entrevistas a referentes de cada empresa para conocer su perspectiva de la comunicación pero lamentablemente no se obtuvo respuesta en ninguno de los dos casos abordados.

Se aclara que no se contaba con información primaria de los destinos surgida de viajes anteriores pero sí se contaba con información surgida de la búsqueda en los medios de comunicación con antelación de más de 1 año y en las semanas previas al viaje. En este sentido, los individuos que nunca han visitado un destino tendrán una especie de información almacenada en su memoria (Leisen, 2001 citado por Andrade Suarez 2012) que les permitirá crearse una imagen del mismo (Silva *et al.*, 2019).

LA COMUNICACIÓN EN LA EXPERIENCIA TURISTICA

La comunicación en y de los destinos turísticos ha evolucionado notablemente en las últimas dos décadas fundamentalmente porque se han reducido las distancias del contacto entre los destinos y los turistas. Asimismo, la característica de intangibilidad de los destinos turísticos hace que la comunicación

previa al viaje resulte en un elemento fundamental para el éxito de la experiencia. Según la cantidad y calidad de la información disponible a la que se expone el turista, éste desarrollará un determinado tipo de imagen (Baloglu & Brinberg, 1997).

En general la academia aborda la comunicación en el ámbito del turismo fundamentalmente desde el análisis del canal de comunicación (Buhalis & Law, 2008; Chung & Buhalis, 2008; Da Cruz & Camargo, 2008; Álvarez & Campo, 2011; Kang & Schuett, 2013; Eriksson, 2014; Wang *et al.*, 2014; Liu & Park, 2015; Fortunato & Garcez, 2016; Sánchez Jiménez *et al.*, 2018; Martínez Rolán *et al.*, 2019) o de la promoción (San Eugenio Vela, 2009; Castillo-Palacio & Castaño-Molina, 2015; Navarro Celis *et al.*, 2020; Castello Martínez & Pino Romero, 2015; Durieux Zucco *et al.*, 2013; Norrild, 2001), pero no tanto desde la logística de la comunicación interna de la organización o desde el contenido del mensaje individual.

Aunque es interesante mencionar el trabajo de Jaworski & Pritchard (2005) quienes abordan a la experiencia turística en el contexto de la comunicación y de Selstad (2007) quien comienza a hablar de la importancia de la comunicación en las experiencias turísticas ya que muestra un rol interactivo del turista en su contacto con los anfitriones y los operadores. Por otra parte es muy interesante la investigación de Weiler & Walker (2014) quienes se centran en la comunicación entre los turistas y los guías de turismo y establecen que las demandas y expectativas de los visitantes del siglo XXI han crecido y evolucionado exigiendo una mayor profundidad de lo que los guías turísticos necesitan saber y hacer. Asimismo, Leclerc & Martin (2004) también abordan la competencia comunicativa de los guías turísticos.

Es importante establecer que la creación de experiencias consiste en propiciar actos, eventos o proveer productos y servicios, donde los clientes dejen de ser consumidores pasivos y pasen a interactuar de forma más sensitiva y emocional con lo que se les ofrece (Fusté Forné & Navas Jimenez, 2015). Al darle al turista un rol activo se le está dando todas las herramientas para juzgar la experiencia que está viviendo con una lupa poderosa. Por eso es crucial que el diseño de un plan de comunicación en la organización que brinda el servicio sea minucioso y no subestime al turista, ya que las experiencias están influenciadas por expectativas y eventos que permanecen o se construyen en la memoria de los individuos (Larsen, 2007).

En tanto que Aranda & García (2020) plantean que hoy en día el recurso turístico es fundamental para el desarrollo de la experiencia pero un diseño de la misma considerando la inserción del visitante en las actividades, de manera tal que requiera el uso de todos los sentidos, es trascendental para que la estancia sea un hecho memorable. Se podría agregar que una buena comunicación entre el organizador de los eventos y los turistas es indispensable para que esa experiencia sea exitosa, y dicha comunicación debería estar incluida en el diseño de la experiencia. Hay que considerar que si algo falla en la experiencia, el turista no tiene la posibilidad de devolver el viaje, y a veces ni siquiera se escuchan sus reclamos una vez finalizado el mismo. En el turismo se adquieren los productos sin tener

una experiencia previa (Navarro & Schlüter, 2010). Asimismo, debe tenerse en cuenta como dicen Garduño & Cisneros (2018) que la creación de experiencias positivas constituye la verdadera esencia del turismo.

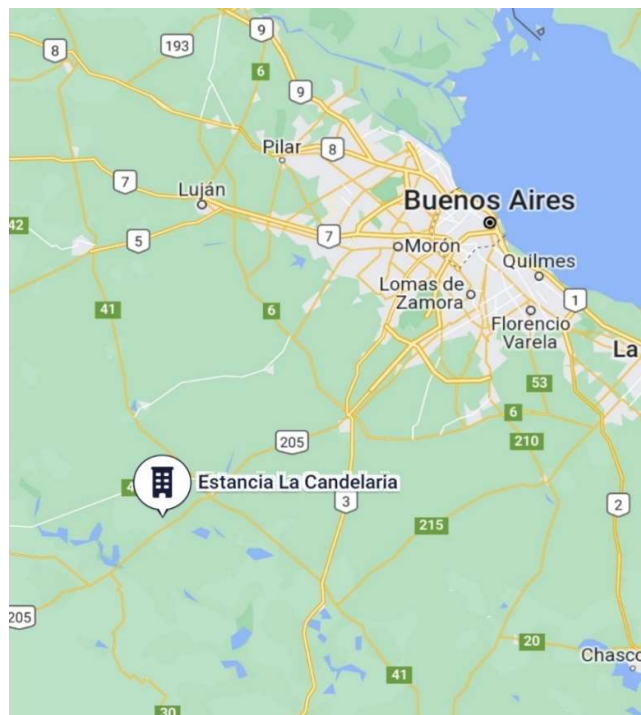
Kim, Wang & Song (2021) identificaron 16 atributos de los destinos que resultan en experiencias turísticas negativas, incluyendo seguridad, precio-calidad del servicio, medioambiente, fisiografía, cultura e historia, infraestructura, accesibilidad, hospitalidad, variedad de actividades, clima, comida, información turística, prácticas comerciales poco éticas, normativa y costumbres y gestión de visitantes. Es interesante que las actividades juegan un rol trascendental y si bien no mencionan la comunicación propiamente dicha puede inferirse algo de ésta en el ítem información turística.

Así, en este capítulo se intentará abordar la información recibida previamente por el turista antes de llegar al destino a través del sitio web y la red social instagram y la realidad que encuentra en el mismo a través de la observación participante. Lo que importa aquí es conocer si la información que llega al huésped o turista antes del viaje es la misma que luego éste enfrenta en la realidad.

LA CANDELARIA: EXPERIENCIAS DE PRÍNCIPES Y PRINCESAS

La Estancia La Candelaria (Figura 1) se ubica en la provincia de Buenos Aires a 110 km de la ciudad de Buenos Aires (Argentina).

Figura 1: Ubicación de Estancia La Candelaria



Fuente: Google

Su atractivo principal es el impactante castillo de 1900 (Figura 2) inspirado en los castillos franceses de Loire, emplazado en medio del casco de la estancia de los Piñeiro del Mármol, diseñado por el arquitecto francés Alberto Favre.

Figura 2: Castillo de Estancia La Candelaria transformado en hotel



Fuente: Archivo personal

Está rodeado por un gran parque diseñado por Carlos Thays (Figura 3) en donde se construyó una capilla inaugurada en 1937 donde descansan los restos de Candelaria, Orestes (su esposo), Rebeca (la hija de ambos) y otros miembros de la familia (Revista Lagunas, 2021).

Figura 3: Parque de la Estancia La Candelaria diseñado por Carlos Thays



Fuente: Instagram de Estancia La Candelaria

El parque abraza 240 especies de árboles, arroyos artificiales, puentes y esculturas e incluye un bosque de 40 hectáreas (Revista Para Ti, 2022). Inicialmente, a mediados de 1800, las tierras estaban destinadas a la cría de ovejas, luego se incorpora la cría de vacas que se va incrementando y finalmente, a principios de 1900, se agrega la cría de caballos de carrera y de polo. Hoy en día el turismo rural es la actividad económica principal de la estancia (Blacha & Galmarini, 2020).

El castillo de La Candelaria se pensó en realidad como un escenario que propiciara y que beneficiara las relaciones de tipo comercial y político, y en principio era sólo para impresionar al visitante en cuanto al poderío económico de la familia, y dar un marco para esas negociaciones (Turismo de Bolsillo, s/f).

La Estancia La Candelaria se inserta en un contexto histórico de turistización del municipio de Lobos, al cual pertenece, que comienza en 1990 en un lento proceso que se expande y consolida hacia el 2000, en el cual se diversifican sus atractivos incorporando el turismo rural de pueblos y estancias, que comienza a integrar de manera decidida la agenda de gestión y se transforma en política pública del gobierno provincial (Rodríguez, 2020).

Una vez transformada en hotel y luego de varios años de permanecer como marca independiente en el mercado hotelero desde fines de la década de 1990, en 2023 la estancia comenzó a ser operada por el Grupo Rochester, quien la comercializa fuera de su cadena debido a que el hotel posee una identidad propia (LADEVI, enero 2023).

En el castillo se ofrecen habitaciones en suite con decoración de inspiración francesa y muebles de época (Figura 4)

Figura 4: Habitación Araucaria dentro del castillo de La Candelaria



Fuente: Instagram de Estancia La Candelaria

Asimismo, poseen un sector colonial, donde residían los empleados de la estancia, con habitaciones decoradas con un estilo rural chic (Figura 5), más fresco y moderno, algunas con hogar de leños.

Figura 5: Habitación en el sector colonial



Fuente: Instagram de Estancia La Candelaria

La empresa ofrece un día de campo con 2 comidas y varias actividades o bien hospedaje en el castillo o en el sector colonial por 1 o más días incluyendo 4 comidas y todas las actividades. En la página web se puede tener acceso a esta selección de habitaciones pero no se muestran imágenes de cada una de ellas sino de unas pocas.

Por otra parte, en la página web de la empresa (www.estanciacandelaria.com), analizada en el segundo semestre de 2023, se informan las actividades cotidianas sin costo para día de campo (tenis, vóley, ping pong, pool, billar, juegos de mesa, paseos por el bosque y juegos de exterior para niños), actividades especiales sin costo según el día (clases de empanadas, charla histórica y show folclórico), actividades con costo para día de campo y sin costo para huéspedes (cabalgatas, uso de piscina, paseos en sulky o bicicletas, caminata nocturna, cine y bingo) y actividades con costo adicional para todos (yoga, relajación con cuencos, reiki, masajes, manicura, limpieza facial, clases de golf, niñera y canasta de picnic o celebración). Luego, se promociona la siembra, el arriado de vacas y la charla botánica por el jardín diseñado por Carlos Thays pero estas actividades no están incluidas en el calendario, de manera tal que el potencial huésped no sabe en qué contexto podrá acceder a estos atractivos. La web también presenta los dos restaurantes que posee la estancia, se informa sobre la organización de eventos sociales y corporativos, posee una acotada galería de fotos, datos para contacto y un detallado tarifario.

En tanto que el perfil de la red social Instagram de la estancia (@estanciacandelaria) mantiene su historial a pesar del cambio de gestión de la empresa. La información está organizada en historias destacadas y publicaciones en el feed. Las primeras se dividen en 14 secciones: promos, con un link al tarifario; reviews de huéspedes y periodistas; día de campo; bodas; eventos; wellness; prensa y

visitas de famosos; producciones; contacto; la estancia; domingos gourmet, que informa sobre una propuesta que ya no se ofrece; actividades, algunas de las cuales tampoco se ofrecen más; viernes y sábados, con información que ya no tiene vigencia; y 5to chukker, donde se muestran platos de uno de los restaurantes de la estancia.

En el caso de las publicaciones en el feed se analizó un período de tiempo comprendido entre el 1 de enero de 2023 y el 30 de agosto de 2023 (Cuadro 1). Las variables establecidas para evaluar el material publicado se inspiraron en las seis dimensiones que Otto & Ritchie (1996) consideraron fundamentales para la construcción de la experiencia: hedonismo, sociabilidad o interactividad, búsqueda de novedad o escape, confort, seguridad y búsqueda de estímulos o retos. Se analizó si las mismas se comunican a través de las publicaciones en ig.

Cuadro 1: Análisis de las publicaciones en el feed de ig de Estancia La Candelaria

Fecha de publ.	Publicación	hedonismo	Socia-bil.	Escape	Conf	Seguridad	Re-tos
9/1/23	I: puerta del castillo abierta T: estamos esperando a nuestros huéspedes	x	x	x	x	x	x
17/1/23	I: desayuno en el castillo T: pago en cuotas	x	x	x	x	x	x
25/1/23	I: pareja heterosexual con hijo T: niños gratis y kids club	x	x	x	x	x	x
3/2/23	I: caballos, vacas y bosque T: cabalgatas en el parque diseñado por Thays	x	x	x	x	x	x
17/2/23	I: exterior del bar La Caballeriza T: velada bajo las estrellas, una noche romántica o una escapada fugaz	x	x	x	x	x	x
31/3/23	I: foto de exterior de restaurante de noche T: velada bajo las estrellas, una noche romántica o una escapada fugaz	x	x	x	x	x	x
4/4/23	I: video de diferentes momentos T: viví la experiencia del Campo Arg.	x	x	x	x	x	x
10/4/23	I: video de golf T: te gustaría sentirte un ProPlayer	x	x	x	x	x	x
12/4/23	I: fogonero y tragos afuera del bar T: disfrutá el fuego y la serenidad	x	x	x	x	x	x
14/4/23	I: pareja heterosex en pic nic frente al castillo T: un lugar perfecto para una prop. de matrimonio	x	x	x	x	x	x
23/4/23	I: castillo con bicicletas delante T: recorre el campo en bici	x	x	x	x	x	x
28/4/23	I: brindis frente al castillo T: promoción de salones para celebrar el amor	x	x	x	x	x	x
16/5/23	I: paseo en bicicleta T: recorre el campo en bici	x	x	x	x	x	x
5/6/23	I: sol recostado sobre un piano T: un lugar mágico para disfrutar naturaleza e hist.	x	x	x	x	x	x
6/6/23	I: video cabalgatas y paseos en sully T: relajate con nuestros paisajes y act al aire libre	x	x	x	x	x	x
26/7/23	I: habitaciones del castillo T: sentite un rey o una reina	x	x	x	x	x	x
26/7/23	I: llamas, vacas y caballos T: el lugar perf para conectarse con la naturaleza	x	x	x	x	x	x
9/8/23	I: pareja heterosexual con hijo T: visitá la estancia en familia	x	x	x	x	x	x
16/8/23	I: mujer vestida de gaucha delante del castillo T: visitas guiadas de parque y castillo	x	x	x	x	x	x
23/8/23	I: caballo con entrenadora T: necesitas un día de campo?	x	x	x	x	x	x
30/8/23	I: vista aérea de la estancia T: viví un día de campo a pura tradición	x	x	x	x	x	x

Nota: I es imagen y T es texto

Fuente: Elaboración propia

Al leer el análisis del Cuadro 1 se puede decir que el 100% de las publicaciones del feed del instagram de Estancia La Candelaria comunican cada una de las dimensiones establecidas por Otto & Ritchie (1996). Es decir que se puede afirmar que de acuerdo a lo que se comunica en ig la experiencia turística en La Candelaria debería satisfacer todas las expectativas del huésped.

No obstante, al analizar las historias destacadas en ig, como se adelantó, no todo lo que se informa allí se corresponde con la realidad; básicamente en lo que se relaciona con las actividades que se proponen. El ítem actividades hay que decir que es un elemento fundamental de la experiencia turística en este contexto, ya que el huésped no tiene posibilidades de recrearse fuera de la estancia y es esencial para su bienestar y calidad de vida, dos características que no deben subestimarse en la experiencia turística (Knobloch *et al.*, 2017).

Dormir en un castillo

Se llevó a cabo una observación participante de la experiencia brindada por Estancia La Candelaria pernoctando una noche durante el mes de mayo de 2022 y otra noche durante el mes de mayo de 2023. En 2022 la estancia aún no era gerenciada por la cadena Rochester y en 2023 sí. En los momentos previos la comunicación vía mail con la empresa no fue la esperada pero sí hubo siempre una respuesta inmediata vía whatsapp. Las dos experiencias estuvieron estructuradas de la misma forma y la oferta gastronómica fue muy similar. El desayuno fue más variado y de mejor calidad en 2022, el almuerzo y la cena fueron similares e incluso la carta de menú era la misma. En relación a la gastronomía, lo que se ofrecía en la web, las redes sociales o la consulta vía mail, fue lo mismo que lo que se encontró en el lugar.

En cuanto a las actividades generales fueron las mismas en ambos casos y pudo disfrutarse de los paseos por el bosque y el parque en bicicleta, sulky o a caballo. Lo que se comunicó fue lo que se brindó en la experiencia. Mientras que la oferta de actividades especiales varió entre 2022 y 2023 fundamentalmente porque los días de hospedaje fueron distintos. En 2022 hubo clase de empanadas, una charla histórica sobre el castillo con escasos datos históricos y una completa degustación de vinos con un sommelier reconocido, que ya no se realizaba más en mayo de 2023. Lo que se comunicó fue lo que se brindó. En 2023 fue un día de lluvia por lo tanto se pudo aprovechar la experiencia wellness, es decir la clase de yoga, masajes y limpieza facial en el interior del castillo. A la noche habían promocionado cine, pero nunca supieron informar con antelación cuál era la película y el horario variaba según quien fuera el informante. Este detalle, en un día de lluvia con ninguna posibilidad de disfrutar del exterior, fue un grave error en la comunicación de la empresa hacia los huéspedes. Debe considerarse que las dimensiones social, emocional y simbólica de la experiencia asociadas a la ruralidad son determinantes para la satisfacción del turista (Kastenhotz *et al.*, 2012).

En relación a la habitación en ambas oportunidades se produjo el mismo obstáculo que fue la imposibilidad de ver fotos de la habitación antes de llegar. No obstante, la primera experiencia fue muy

satisfactoria ya que todo lo que se informó por mail fue lo que se obtuvo en el lugar. Mientras que en la segunda experiencia la lluvia filtró dentro de la habitación y la forma de calefaccionar la habitación fue confusa. La misma poseía un hogar de leños, que funcionó bien, un calefactor de gas que estaba roto pero los empleados no lo sabían, un radiador de caldera que tampoco sabían que no funcionaba y un aire acondicionado que recién a las 5 de la tarde se informó que era el medio de calefacción con el cual contaban. En este caso la falta de comunicación entre el área de encargados y los empleados que asisten a las habitaciones fue determinante en el tipo de experiencia que se obtuvo. Se debe tener en cuenta que Jackson *et al.* (1996) concluyeron en que los turistas eran más propensos a atribuir la causa de las experiencias positivas a ellos mismos, y más propensos a atribuir la causa de sus experiencias negativas a factores externos a modo de auto-protección.

Para ordenar la evaluación de las experiencias turísticas surgidas de la observación participante se apeló a las dimensiones establecidas por Carballo Fuentes *et al.* (2015) para la construcción de la experiencia turística (Cuadro 2). Las mismas son el *involucramiento del turista*, integrando los elementos del entorno externos al turista con los internos del individuo, siendo la naturaleza un facilitador clave; el *shock sensorial*, apelando a los cinco sentidos, generando excitación y estimulando al turista, creando sorpresa y un entorno de escape de la realidad cotidiana; la *autenticidad*, vinculando lo vivido con el entorno inmediato y el destino (sense of place); la *diversión*, generando placer y un entorno agradable y de entretenimiento; la *sociabilidad*, proporcionando la posibilidad de compartir y de participar en una comunidad; la *personalización*, que aporta libertad y control, donde el turista siente que puede elegir y definir en cierta medida gracias a su habilidad y esfuerzo el resultado final, consiguiéndolo por él mismo; y el *autodescubrimiento y transformación*, donde a través de un aprendizaje y un intercambio de valores y reflexiones, el turista siente un cierto cambio.

Es claro que la primera experiencia fue más satisfactoria que la segunda debido a que en esta última hubo más fallas en la comunicación entre el turista y los anfitriones y entre los empleados del hotel entre sí. No obstante se logró el involucramiento en ambas experiencias, se sintió el shock emocional y la vivencia de autenticidad en ambas experiencias, hubo diversión y se socializó. También se cumplió la personalización. La última dimensión pareciera que se cumplió a medias porque la experiencia si bien produjo algunos aprendizajes puntuales, no transmitió valores, probablemente porque no sea su objetivo. Hay que decir que el hecho de que en la segunda experiencia lloviera fue determinante para que la experiencia no fuera tan satisfactoria, pero el problema radicó fundamentalmente en el mal manejo de la situación por parte de los anfitriones en relación a la comunicación. La recepción fue en un lugar frío y sin ventanas cuando el shock inicial en La Candelaria se produce al ver el castillo, tardaron en calentar la habitación, la misma tenía goteras y no hubo solución y nunca se pudo contar con información previa sobre la película a proyectar. Park & Santos (2017) determinaron que lo que más recuerdan los turistas de un viaje son las experiencias personales únicas e inesperadas.

Cuadro 2: Evaluación de la experiencia turística en Estancia La Candelaria según las dimensiones de Carballo Fuentes *et al.* (2015)

	Involucramiento del turista	Shock emocional	Autenticidad	Diversión	Sociabilidad	Personalización	Autodesc. y transf.
1ra exp.	Se produjo inmediatamente al tener contacto con la naturaleza del casco, también en las actividades dentro del castillo	El castillo fue el elemento clave, a primera vista, para satisfacer esta dimensión de la experiencia	El entorno natural propició esta dimensión	Estuvo presente a cada momento	Permanente con los anfitriones	La libertad en las actividades al aire libre propició esta dimensión	No se transmitieron valores, si hubo aprendizaje en la degustación de vinos o en la charla histórica
2da exp.	No se produjo inmediatamente ya que la recepción fue dentro de una caballeriza fría y sin ventanas. Se produjo al disfrutar de las actividades dentro del castillo y al día siguiente en el contacto con la naturaleza	Se produjo lentamente a medida que transcurrió la experiencia, pero no a primera vista.	También el entorno natural propició esta dimensión	Estuvo presente en muchos momentos	Permanente con los anfitriones	Esta dimensión apareció al día siguiente al poder disfrutar del exterior	No se transmitieron valores si hubo aprendizaje en el paseo guiado en sulky (en el contacto con el guía)

Fuente: *Elaboración propia*

Finalmente es importante destacar que no funcionó la comunicación entre huésped y anfitrión una vez terminada la experiencia ya que el mail de reclamo enviado luego de la segunda experiencia a la empresa para poner en conocimiento a los gerentes de la situación vivida nunca tuvo una devolución por parte de ellos.

ESTEROS DEL IBERÁ: EXPERIENCIAS SILVESTRES

La Estancia Iberá está ubicada en la Provincia de Corrientes (Argentina) en medio de los Esteros del Iberá, ingresando por el Portal Laguna Iberá, a menos de 1 km de la Colonia Carlos Pellegrini, principal centro urbano del área, y a 800 km de la ciudad de Buenos Aires (Figura 6).

La misma se emplaza a la vera de 3 jurisdicciones bien definidas, el Parque Nacional Iberá, el Parque Provincial Iberá y la reserva privada de vida silvestre. Está gestionada por la Fundación Rewilding y se accede a ella por un camino de ripio de unos 80 km que exige muy baja velocidad por las características del camino y por la presencia de animales que pueden cruzarse repentinamente.

La colonia rural Carlos Pellegrini es hoy la principal puerta de acceso a los Esteros. Con una población de unos 700 habitantes, se transformó en una de las localidades con mayor estabilidad económica de Corrientes gracias al desarrollo del ecoturismo. Se promocionan más de una decena de alojamientos de distinta categoría y posee un centro de visitantes y una seccional de guardaparques.

Ofrece varios servicios al visitante y posee un centro de salud. Sus mayores dificultades se centran en la infraestructura vial. El mejor acceso es desde Mercedes, distante 120 km, por un camino mejorado que se complica en tiempos de lluvia (Zamponi *et al.*, 2013).

Figura 6: Ubicación de Estancia Iberá (punto rojo)



Fuente: Google

El objetivo de la Fundación Rewilding es *revertir la crisis de extinción de especies e impulsar economías locales restaurativas integradas a ecosistemas naturales completos y funcionales* (Rewilding Argentina, s/f) y gestiona la Estancia Iberá y la Estancia Rincón del Socorro, la cual brinda un servicio superior respecto de la primera. Rewilding Argentina fue creada en el año 2010 por conservacionistas argentinos y es heredera del legado de Tompkins Conservation, continuando la implementación del trabajo mancomunado con el Estado nacional y los gobiernos provinciales, las organizaciones conservacionistas y sociales nacionales e internacionales y filántropos argentinos y extranjeros. Si bien la organización impacta en 4 ecorregiones argentinas este capítulo se enfoca en los Esteros del Iberá.

La Fundación Rewilding Argentina propone un modelo de economía restaurativa con producción de naturaleza en base a la existencia de áreas protegidas con infraestructura de acceso público que impulse el desarrollo local, ecosistemas con vida silvestre observable, emprendedores empoderados y arraigados a su tierra que prosperan junto a la naturaleza y experiencias turísticas de calidad, lideradas por locales, que constituyen una marca territorial única (Rewilding Argentina, s/f).

La organización brega por adquirir y donar tierras a la nación y a las provincias en un proceso mediante el cual grandes extensiones privadas de tierra, degradadas y cerradas al público, pasan a manos del Estado, restauradas y abiertas para su visitación y reconexión con la naturaleza mediante la observación de la vida silvestre y experiencias al aire libre. Asimismo, sus acciones incluyen reintroducción o suplementación de especies nativas como el oso hormiguero, venado de las pampas, ocelote, yaguareté, pecarí de collar, nutria gigante, etc.; el manejo de pastizales mediante quemas prescriptas, el enriquecimiento de bosques degradados, la remoción de cercos y el cierre de caminos innecesarios, el control de especies exóticas como el ciervo axis y la remoción de ganado doméstico.

Por otra parte la Fundación Rewilding ha colaborado en la creación de los Esteros del Iberá como destino turístico promoviendo la infraestructura de turismo de naturaleza para recibir visitantes. Así, se crearon 10 portales de ingreso a los destinos, campings y postas que forman parte de la Ruta Escénica del Iberá, que recorre más de mil kilómetros y conecta las siete localidades aledañas a los esteros. Las construcciones, realizadas mayormente por locales, ponen en valor la arquitectura vernácula a través del uso de materiales autóctonos como la paja, el piri y la piedra laja, así como la madera tallada. Estos valores también se aprecian en la decoración de las casas de Estancia Iberá. Todo esto, sumado a la fauna y flora local ha colaborado con la creación de la marca Iberá, que ha devuelto el orgullo de la identidad a las comunidades locales. Asimismo, para mitigar impactos ambientales negativos trabajaron con los municipios en el ordenamiento urbano, el desarrollo de infraestructura pública, la señalética y el embellecimiento de los cascos urbanos. La Fundación Rewilding también acompañó a los pobladores a regularizar la tenencia de la tierra para acceder a sus títulos y a los servicios básicos de energía y agua.

Adicionalmente, capacitaron a emprendedores de turismo de naturaleza. Hoy Iberá cuenta con la red de Cocineros del Iberá, que nuclea a más de 130 cocineros y productores, en su mayoría mujeres, que elaboran platos y productos que reflejan su identidad cultural y que usan la marca Iberá para potenciar sus productos y servicios. Ellos son requeridos en eventos, presentaciones y ferias. Por otra parte su food truck (camión-tienda) es una atracción que recorre las localidades y lleva la cocina de Iberá a la cima del turismo gastronómico (Rewilding Argentina, s/f).

Por otra parte, cuenta con el programa de Artesanos de Iberá, un proyecto socio-productivo que busca preservar y poner en valor el patrimonio cultural que representa la artesanía tradicional, el arte popular y otras manifestaciones artesanales representativas de la región. Lo integran más de 60 artesanos y artesanas que reciben capacitación en comercialización y asistencia técnica para trabajar con materiales locales como el espartillo, la palma y el ysipó, y también la lana cruda hilada a mano. Estos productos se utilizan en la estancia para darle un contexto autóctono a los espacios (Figura 7) y también se comercializan en la tienda de regalos de Estancia Iberá, así como en las tiendas de la Colonia Carlos Pellegrini.

Figura 7: Artesanías locales utilizadas en la mesa del restaurante



Fuente: Archivo personal

Sin embargo, no se puede ignorar lo establecido por Busscher *et al.* (2018) quienes dicen que en el pasado de Iberá la conservación era exclusiva de las autoridades públicas con financiación pública pero ahora los actores privados crean, gestionan y poseen áreas protegidas, lo que da lugar a apropiaciones de tierras que suelen producirse a expensas del control local. Esto conduce a nuevos acuerdos de gobernanza que implican paradojas, alteran las responsabilidades de propiedad y crean choques de perspectivas sobre cómo se debe valorar y utilizar la naturaleza.

La Estancia Iberá posee casas de campo de distinta categoría y en el parque que rodea al casco se puede disfrutar el avistaje de zorros, vizcachas, carpinchos, corzuelas, aves, etc. La experiencia turística que se ofrece incluye el hospedaje, las 4 comidas y 2 actividades diarias que se deben consensuar con un guía.

La página web de Estancia Iberá, analizada en el segundo semestre de 2023, posee varios accesos de contacto lo cual beneficia la comunicación y 4 pestañas más con información sobre la estancia, sobre las casas con una descripción muy general de 3 de ellas (e incluso errónea), sobre los valores de la estancia en relación con la naturaleza y sobre las experiencias o actividades que se pueden realizar (paseos en lancha, avistaje de fauna y de aves, safaris nocturnos, paseos en kayaks, cabalgatas, paseos culturales, senderismo y salidas en bicicleta). En el caso de la Casa Iberá (Figura 8), la web informa que tiene 2 baños y la casa posee 3.

Asimismo, las fotografías enviadas por mail no pertenecían a la casa reservada, no eran mejores o peores que la realidad, sino diferentes. En cuanto a las experiencias la web informa que el equipo de la estancia guiará al huésped y la variedad de las excursiones garantiza los avistajes. Esto es un tanto polémico ya que la forma en que se estructuran las actividades no da al huésped la posibilidad de elegir. No se conoce qué actividades se realizarán hasta el día anterior a la realización de las mismas. Los

guías indican que dependen del clima pero la realidad es que no hay una comunicación fluida en este ítem, que es el alma de la experiencia turística. En la observación que se realizó nunca se incluyó en el calendario de actividades el avistaje de ñandúes, que se había indicado entre los deseos de los huéspedes, y se debió programar por cuenta propia una visita a la Estancia Rincón del Socorro, también gestionada por la Fundación Rewilding.

Figura 8: Casa Iberá en la Estancia Iberá



Fuente: Archivo personal

En relación al perfil en la red social instagram de la Estancia Iberá (@estanciaibera), la información está organizada en historias destacadas y publicaciones en el feed. Las primeras se dividen en 6 secciones: restaurante, con fotografías de algunos platos y de sectores del salón; quincho, con fotos del espacio y la fauna que lo rodea; pileta, con fotos de la misma; Casa Iberá, con fotografías de algunos ambientes de la casa; lo mismo que en Casa Yurumí y Casa Miriñay.

Para analizar el feed se realizó una lectura del mismo desde el 1 de enero de 2023 hasta el 31 de agosto de 2023 (Cuadro 3).

Cuadro 3: Análisis de las publicaciones en el feed de ig de Estancia Iberá

Fecha de publ.	Publicaciones	hedonismo	Sociabilidad	escape	confort	seguridad	retos
4/1/23	I: video carpinchos T: un chapuzón y a seguir disfrutando	x	x	x	x	x	x
6/1/23	I: video Casa Yurumí T: ideal para parejas o familias pequeñas	x	x	x	x	x	x
9/1/23	I: jabirú T: una de las cigüeñas más grandes del mundo	x	x	x	x	x	x
11/1/23	I: fotos de Casa Iberá T: te invitamos a recorrerla	x	x	x	x	x	x
13/1/23	I: corzuela con atardecer detrás T: una de las maravillas de los humedales de Iberá	x	x	x	x	x	x
16/1/23	I: video de una culebra cambiando la piel	x	x	x	x	x	x
18/1/23	I: video de carpinchos en el parque T: con muy buena compañía	x	x	x	x	x	x
20/1/23	I: video aéreo de los esteros T: distancias entre la estancia y algunas ciudades	x	x	x	x	x	x

23/1/23	I: foto de una garza mora T: sabías que se alimenta mayormente de peces?	x	x	x	x	x	x
26/1/23	I: fotos de la piscina con un ñandú de visita T: vení a disfrutar del verano en nuestra nueva piscina	x	x	x	x	x	x
30/1/23	I: zorros T: curiosos, juguetones y sociables	x	x	x	x	x	x
5/2/23	I: Video de una de las habitaciones T: tu próximo destino	x	x	x	x	x	x
6/2/23	I: foto ñandú y polluelos T: sabías que los ñandúes machos son los que empollan y crían a los charitos?	x	x	x	x	x	x
8/2/23	I: video aguará guazú T: se explica la actividad de reintroducción de la especie de la F. Rewilding	x	x	x	x	x	x
10/2/23	I: fotos del tatú negro T: sabías que es la única especie que puede inflar los intestinos y flotar?	x	x	x	x	x	x
13/2/23	I: aérea de los esteros. Se ve un Kayak T: tené un encuentro íntimo con la naturaleza	x	x	x	x	x	x
15/2/23	I: video de vizcachas T: los vecinos siempre atentos	x	x	x	x	x	x
17/2/23	I: video yacarés T: te esperamos para contar la mayor cantidad	x	x	x	x	x	x
22/2/23	I: video de un safari nocturno T: te invitamos a conocer otras facetas de la fauna	x	x	x	x	x	x
24/2/23	I: video Casa Yurumí	x	x	x	x	x	x
27/2/23	I: fotos de aves T: vení a conocerlas	x	x	x	x	x	x
3/3/23	I: video piscina	x	x	x	x	x	x
6/3/23	I: foto laguna Iberá T: sabías que es la segunda más grande de los esteros?	x	x	x	x	x	x
8/3/23	I: video vizcacha moviendo la cola	x	x	x	x	x	x
11/3/23	I: video de diferentes actividades en los esteros T: nos renovamos para darte una exp. completa	x	x	x	x	x	x
12/3/23	I: fotos animales, actividades y casas T: ahora es todo incluido	x	x	x	x	x	x
14/3/23	I: padre con 2 hijas al lado de un ciervo T: promoción de paquetes	x	x	x	x	x	x
17/3/23	I: zorro T: podés ver mucha fauna alrededor del hotel	x	x	x	x	x	x
20/3/23	I: foto yetapá de collar T: sabías que es un ave en peligro de extinción?	x	x	x	x	x	x
24/3/23	I: video Casa Iberá	x	x	x	x	x	x
28/3/23	I: video urracas criollas en los jardines	x	x	x	x	x	x
30/3/23	I: video de un ave	x	x	x	x	x	x
4/4/23	I: video del restaurante T: llegó el gran día	x	x	x	x	x	x
12/4/23	I: fotos del restaurante	x	x	x	x	x	x
15/4/23	I: barra del restaurante T: disfrutar de ricos tragos mientras charlas de las experiencias vividas	x	x	x	x	x	x
21/4/23	I: foto de la mesa servida en restaurante	x	x	x	x	x	x
27/4/23	I: video diferentes animales, actividades y la estancia T: una experiencia de turismo de naturaleza	x	x	x	x	x	x
30/4/23	I: video de varios yacarés comiendo un carpincho	x	x	x	x	x	x
5/5/23	I: habitación Casa Iberá	x	x	x	x	x	x
7/5/23	I: fotos aves T: una ubicación privilegiada para buenos avistajes	x	x	x	x	x	x

23/5/23	I: video de pecarí de collar paseando por la piscina	x	x	x	x	x	x
14/6/23	I: video Casa Miriñay	x	x	x	x	x	x
25/6/23	I: video pic nic a orillas de la laguna T: te gustaría vivir algo así?	x	x	x	x	x	x
29/6/23	I: niños de espalda mirando a los carpinchos	x	x	x	x	x	x
4/7/23	I: video de interior y exterior de la estancia	x	x	x	x	x	x
5/7/23	I: video interior restaurante T: nuestro comedor está listo para recibirte	x	x	x	x	x	x
6/7/23	I: video de paseo en lancha por los esteros	x	x	x	x	x	x
7/7/23	I: video de monos	x	x	x	x	x	x
11/7/23	I: video familia de yacarés	x	x	x	x	x	x
12/7/23	I: video de ave	x	x	x	x	x	x
18/7/23	I: video paseo en bicicleta con avistaje de carpinchos	x	x	x	x	x	x
23/7/23	I: video de serpiente Curiyú	x	x	x	x	x	x
30/7/23	I: video de ciervos T: luz, cámara, acción. Que tu visita sea de película	x	x	x	x	x	x
2/8/23	I: foto exterior restaurante de noche	x	x	x	x	x	x
25/8/23	I: video carpinchos en el parque de la estancia al atardecer T: privilegios únicos. Fauna y atardeceres	x	x	x	x	x	x
27/8/23	I: yacaré introduciéndose a la laguna	x	x	x	x	x	x

Nota: I es imagen y T es texto

Fuente: *Elaboración propia*

Se utilizaron las mismas variables establecidas para La Candelaria e inspiradas en las seis dimensiones que Otto & Ritchie (1996) consideraron fundamentales para la construcción de la experiencia, analizando si las mismas se comunican a través de las publicaciones en ig.

Al leer el análisis del Cuadro 3 también se puede decir aquí que el 100% de las publicaciones del feed del instagram de Estancia Iberá comunican cada una de las dimensiones establecidas por Otto & Ritchie (1996). Es decir que también se puede afirmar que de acuerdo a lo que se comunica en ig la experiencia turística en Estancia Iberá debería satisfacer todas las expectativas del huésped. Mientras que las fotos que se ven en historias destacadas tampoco contradicen lo que el turista encuentra en la realidad de la estancia.

Dormir entre animales salvajes

Se llevó a cabo una observación participante en la Estancia Iberá durante 4 días en el mes de junio de 2023. En los momentos previos la comunicación vía mail con la empresa fue fluida y hubo siempre una respuesta inmediata vía whatsapp. La estancia está conformada por varias casas de campo de diferentes dimensiones y categorías. Esta observación se realizó en la amplia Casa Iberá de categoría premium, que ofreció exactamente lo que se prometió por mail. Todas las comidas se sirvieron en un salón comedor con vista a la laguna. Se sirvió un desayuno muy variado, una merienda de bocados campestres típicos de la zona y un menú fijo de tres pasos para el almuerzo y la cena. Los platos, elaborados con productos de la huerta propia y dando prioridad a los productores locales, fueron apetecibles, pero ninguno se destacó especialmente. No se pudo tener acceso al menú antes de llegar

a la estancia porque los platos se crean el día anterior y se comunican a los huéspedes con esa anterioridad sólo si ellos lo solicitan. Se apela a la sorpresa una vez que el huésped se sienta a la mesa.

Los animales pasean, duermen y llegan de visita al parque que rodea las casas permitiendo una contemplación constante de la fauna. A esto se suman las actividades diarias que planea el anfitrión (paseos en lancha, cabalgatas, caminatas, paseos en bicicleta, safaris nocturnos, paseos por la colonia, etc.) (Figura 9), aunque tampoco hay acceso al plan de actividades hasta la noche anterior a realizarlas.

Figura 9: Avistaje de yacarés en un paseo en lancha por la laguna



Fuente: archivo personal

Esta falta de comunicación juega un rol crucial a la hora de evaluar la experiencia ya que no se tiene en cuenta la dimensión personalización establecida por Carballo Fuentes *et al.* (2015). De esta manera, podría inferirse que se trata al turista como a un niño cuya experiencia debe estar bajo la mirada del anfitrión responsable en todo momento. Debería tenerse en cuenta que el turista rural es gente interesada, descubridora y exploradora (Schlüter, 2012).

Para ordenar la evaluación de las experiencias turísticas surgidas de la observación participante se apeló a las dimensiones establecidas por Carballo Fuentes *et al.* (2015) para la construcción de la experiencia turística (Cuadro 4), de la misma manera que en Estancia La Candelaria.

Cuadro 4: Evaluación de la experiencia turística en Estancia Iberá según las dimensiones de Carballo Fuentes *et al.* (2015)

Involucramiento del turista	Shock emocional	Autenticidad	Diversión	Sociabilidad	Personalización	Autodesc. y transf.
Se produce inmediatamente en el vínculo con los animales y el compromiso con los valores del lugar	La presencia de animales silvestres en el parque fue clave para satisfacer esta dimensión	El entorno natural, la infraestructura y los anfitriones propician esta dimensión	Presente en muchos momentos	Permanente con los anfitriones	No se produjo	Apareció todo el tiempo aunque podría haber sido mucho más intensa si se hubiera profundizado en el trabajo de la Fundación Rewilding.

Fuente: Elaboración propia

Es importante decir que de las 7 dimensiones evaluadas, 6 de ellas se cumplieron en la experiencia turística en Estancia Iberá, sin embargo no se logró la personalización, es decir que el huésped no posee una amplia libertad ni el control completo de su experiencia, ya que no puede elegir las actividades según su deseo o necesidad sino que está a merced del deseo o las posibilidades del anfitrión. No se puede elegir ni definir las actividades según la habilidad propia del turista. Se destaca que Tung & Ritchie (2011) determinaron 4 dimensiones clave de las experiencias memorables: afecto, expectativas, carácter consecuente y recuerdo. Asimismo Buhalis *et al.* (2015) concluyen en que comprender las necesidades y deseos de los viajeros se vuelve cada vez más crítico para la competitividad de los destinos.

Finalmente debe agregarse que si bien la dimensión autodescubrimiento y transformación tiene un gran peso y los huéspedes sintieron cambios, podría ser más intensa aún si los anfitriones dedicaran más tiempo al intercambio de los valores de la Fundación Rewilding. Toda la información obtenida sobre el intenso y rico trabajo realizado por dicha fundación se obtuvo en la página web de la misma. Si bien Ballantyne, Packer & Hughes (2009) hallaron que en el turismo de vida silvestre los visitantes están dispuestas a agudizar la conciencia, el interés y el compromiso con los temas de conservación y a aceptar mensajes conservacionistas como parte de la experiencia, no se advirtió que éste fuera el objetivo central de la propuesta de Estancia Iberá. Es importante aclarar que al momento de realizar la observación participante la estancia llevaba menos de dos meses implementando esta modalidad turística. También es importante destacar que una vez concluida la experiencia se envió una encuesta de satisfacción vía mail, además de facilitar encuestas en papel mientras sucedía la experiencia. No obstante, no se puede pasar por alto el trabajo de Zamboni *et al.* (2017) quienes advierten que el trabajo de conservación realizado en Iberá tiene deficiencias en la comunicación de sus avances y logros.

CONSIDERACIONES FINALES

Es importante aclarar que este estudio tiene limitaciones bien establecidas dado que los resultados no pueden generalizarse debido a que se basa en la apreciación de la observación participante realizada por el investigador, además del trabajo evaluativo de la web y red social. Sería interesante para enriquecer el estudio y hacer un aporte más valioso a las empresas turísticas, llevar a cabo una investigación que incluya la opinión de los huéspedes de ambos escenarios en relación a la experiencia turística vivida. Leclerc & Martin (2004) realizan un estudio con turistas de Estados Unidos, Francia y Alemania que resultaría muy inspirador en este caso.

En este capítulo se trabajó con dos ofertas de turismo rural, enfocado éste en el turismo de estancias, con objetivos muy diferentes pero cuyas propuestas para la experiencia turística son similares. En el caso de Estancia La Candelaria el objetivo es la producción empresarial, mientras que la Estancia Iberá forma parte de un proyecto mayor y es el eslabón de una cadena turística que busca crear una imagen integral de un destino conformado por muchos proveedores, además de tener un claro objetivo de conservación y reintroducción de especies y de desarrollo local. No obstante ambos

buscan brindar una experiencia turística que intenta abarcar todas las necesidades del turista, que a veces no se logra debido a los inconvenientes en la comunicación con el huésped e incluso entre los mismos empleados o anfitriones.

En ambos casos puede afirmarse que no se contó con información clara antes de llegar al lugar respecto de las habitaciones. No obstante, queda claro a través de los análisis que el mayor ruido en la comunicación entre huésped y anfitrión en ambos casos estudiados se centra básicamente en las actividades ofrecidas. En el caso de La Candelaria se registró que hay actividades que se promocionan por ig pero no forman parte del menú de actividades a las cuales se puede acceder en el lugar, así como hay actividades de las cuales no se ofrece la información completa. En el caso de Estancia Iberá el huésped no cuenta con la información necesaria sobre las actividades para poder personalizar su experiencia.

Debe tenerse en cuenta que las experiencias impulsadas por la tecnología ayudan cada vez más a los viajeros a co-crear valor en todas las etapas del viaje (Buhalis, 2020) por lo tanto ser muy conscientes de la información que se difunde en la web, Instagram, vía mail o whatsapp así como personalmente, es esencial. Así, se permitirá el paso definitivo de un turismo observador y contemplativo a un turismo activo donde el turista está inmerso en la experiencia siendo parte de ella (Benítez *et al.*, 2018). La inmersión es la sensación de estar rodeado por una realidad completamente diferente (Ermi & Mäyrä, 2005).

Podría indicarse que en el caso de Estancia La Candelaria contar con una persona que gestione los calendarios de actividades en forma integral y su comunicación al huésped sería un gran acierto. Incluso, las actividades que puede disfrutar el huésped durante su estadía podrían ser enviadas al mismo vía e-mail con anterioridad para poder planificar el día de acuerdo con sus deseos, aprovechando al máximo la experiencia. En el caso de Estancia Iberá se cuenta con un anfitrión que organiza las actividades pero el problema es que no se comunican al huésped con antelación. Deberían encontrar la forma de permitir al huésped un mayor involucramiento en la propia agenda de actividades y para esto es imprescindible que se comunique el abanico de posibilidades con antelación. La capacitación es crucial en este caso ya que le da a los responsables de gestionar las experiencias las herramientas para que éstas sean ricas, exitosas y satisfactorias (Weiler & Walker, 2014). Por otra parte no se pueden despreciar las emociones del turista a la hora de planear y comunicar en turismo (Sharma *et al.*, 2018).

Finalmente es válido aclarar que tanto la experiencia en La Candelaria como en Estancia Iberá se desarrollaron a escasos meses de iniciada la oferta. En el primer caso por el cambio de firma y en el segundo caso por el cambio de modalidad ofrecida. Asimismo deberá tenerse en cuenta que el turista rural se mueve en un ambiente de cambio constante, en donde sus necesidades se reciclan en forma frecuente (Korstanje, 2020).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarez, M. & Campo, S.** (2011) Controllable versus uncontrollable information sources: Effects on the image of Turkey. *International Journal of Tourism Research* 13(1): 310-323
- Andrade Suarez, M.** (2012) La generación de la imagen de destino a través de las fuentes de información y comunicación Turística. El caso gallego. *Revista de Estudios Regionales* (93): 17-41
- Aranda, M. & García, C.** (2020) Del recurso atractivo a la experiencia turística. *TURYDES* 13(29): 64-79
- Ballantyne, R.; Packer, J. & Hughes, K.** (2009) Tourists' support for conservation messages and sustainable management practices in wildlife tourism experiences. *Tourism Management* 30(5): 658-664
- Baloglu, S. & Brinberg, D.** (1997) Affective images of tourism destinations. *Journal of Travel Research* 35(4): 11-15
- Baltazar Bernal, O. & Zavala Ruiz, J.** (2015) El turismo rural como experiencia significativa y su estudio desde la fenomenología existencial. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas* 6(6): 1387-1401 Disponible en https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-09342015000600019&script=sci_abstract&lng=pt consultado el 3 de agosto de 2023
- Bastiaansen, M.; Lub, X.; Mitas, O.; Jung, T.; Han, D.; Passos Ascencao, M.; Moilanen, T.; Smit, B. & Wim, S.** (2019) Emotions as Core Building Blocks of an experience. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 31(2): 651-668
- Benítez, V.; López, M. & Gutiérrez, I.** (2018) Turista 2.0, comportamiento y uso de los medios sociales. *Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación* (137): 207-223
- Bigne, E.; Fuentes-Medina, M. & Morini-Marrero, S.** (2020) Memorable tourist experiences versus ordinary tourist experiences analyzed through user-generated content. *Journal of Hospitality and Tourism Management* 45: 309-318
- Blacha, L. & Galmarini, M.** (2020) El turismo rural en Lobos (Argentina): Desarrollo local en el proceso agroalimentario. *Revista Pasos* 18(2): 265-277
- Bolzán, R. & Mendes Filho, L.** (2022) Construção de conhecimento sobre a experiência turística: uma revisão sistematizada da literatura a partir do método PROKNOW-C. *Turismo, Visão e Ação* 24(3): 430-448
- Bosangit, C.; Hibbert, S. & McCabe, S.** (2015) If I was going to die I should at least be having fun: travel blogs, meaning and tourist experience. *Annals of Tourism Research* 55:1-14
- Busscher, N.; Parra, C. & Vanclay, F.** (2018) Land grabbing within a protected area: The experience of local communities with conservation and forestry activities in Los Esteros del Iberá, Argentina. *Land Use Policy* 78: 572-582
- Buhalis, D.** (2020) "Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article". *Tourism Review* 75(1): 267-272
- Buhalis, D. & Amaranggana, A.** (2015) Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. In: Tussyadiah, I. & Inversini, A. (eds.) *Information and communication technologies in tourism*. Springer, Cham pp 377-388

- Buhalis, D. & Law, R.** (2008) Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet – the state of eTourism research. *Tourism Management* 29(4): 609-623
- Calvi, M. V.** (2006) *Lengua y comunicación en el español del turismo*. Arco Libros, Madrid
- Carballo Fuentes, R.; Moreno-Gil, S.; León González, C. & Brent Ritchie, J. R.** (2015) La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación. *Cuadernos de Turismo* (35): 71–94. Disponible en <https://revistas.um.es/turismo/article/view/221511/172951> Consultado 1 de agosto de 2023
- Castello Martinez, A. & Pino Romero, C.** (2015) La comunicación publicitaria con Influencers. *Redmarka. Revista Académica Red de Marketing Aplicado* 8(14): 21-50
- Castillo-Palacio, M. & Castaño-Molina, V.** (2015) La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. Una revisión de 2009 a 2014. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 24(3): 755-775
- Chung, J. & Buhalis, D.** (2008) Information needs in online social networks. *Information Technology & Tourism*, 10(4): 267-281
- Da Cruz, G. & Camargo, P.** (2008) Estrategias de promoción en la Web. Análisis de destinos turísticos internacionales. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 17(1-2): 156-169
- Decroly, J-M** (Ed.) (2015) *Le tourisme comme expérience. Regards interdisciplinaires sur le vécu touristique*, Presses Universitaires du Québec, Montreal
- Durieux Zucco, F.; do Amaral Moretti, S. & Lenzi, F.** (2013) Superando la estacionalidad turística: Planificación y gerenciamiento de eventos y comunicación integrada de marketing. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 22(6): 1214-1231. Disponible en http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322013000600011&lng=es&tlng=en Acceso 1 de noviembre de 2023
- Eriksson, N.** (2014) User categories of mobile travel services. *Journal of Hospitality and Tourism Technology* 5(1): 17-30
- Ermi, L. & Mäyrä, F.** (2005) Fundamental components of the gameplay experience: analyzing immersion. In: De Castell, S. & Jenson, J. (Eds) *Worlds in play: International perspectives on digital games research*. Peter Lang Publishing, New York, pp. 37-53
- Filep, S. & Pearce, P.** (Ed.) (2014) *Tourist experience and fulfilment. Insights from positive psychology*. Routledge, Abingdon
- Fortunato, R. A. & Garcez, M. L.** (2016) As dinâmicas das redes no campo do turismo: uma aposta na diversidade. *Caderno Virtual de Turismo* 16(3): 191–202
- Fusté Forné, F. & Navas Jimenez, C.** (2015) A Experiência de Turismo e sua Crítica Cultural. *Turismo em Análise* 26(4): 843-858
- Garduño, M. & Cisneros, H.** (2018) Una aproximación a la experiencia turística desde la Antropología del Turismo: una mirada mutua al encuentro entre turistas y locales. *Pasos* 16(1): 197-211
- Gross, M. & Brown, G.** (2006) Tourism experiences in a lifestyle destination setting: The roles of involvement and place attachment. *Journal of Business Research* 59(6): 696-700

- Jackson, M.; White, G. & Schmierer, C.** (1996) Tourism experiences within an attributional framework. *Annals of Tourism Research* 23(4): 798-810
- Jaworski, A. & Pritchard, A.** (2005) *Discourse, communication and tourism*. Channel View Publications, Bristol
- Jennings, G. & Nickerson, N. P.** (2006) *Quality tourism experiences*. Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington
- Jepson, D. & Sharpley, R.** (2018) More than sense of place? Exploring the emotional dimension of rural tourism experiences. En: Lane, B. & Kastenholz, E. *Rural tourism. New concepts, new research, new practice*. Routledge, London pp 25-46
- Kang, M. & Schuett, M. A.** (2013) Determinants of sharing travel experiences in social media. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 30(1-2): 93-107
- Kastenholz, E.; Carneiro, M.; Peixeira Marques, C. & Lima, J.** (2012) Understanding and managing the rural tourism experience — The case of a historical village in Portugal. *Tourism Management Perspectives* (4): 207-214
- Kastenholz, E.; Carneiro, M.; Marques, C. & Loureiro, S.** (2018) The dimensions of rural tourism experience: Impacts on arousal, memory, and satisfaction. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 35(2): 189-201
- Kim, J. H.** (2018) The impact of memorable tourism experiences on loyalty behaviors: The mediating effects of destination image and satisfaction. *Journal of Travel Research* 57(7): 856-870
- Kim, J. H.; Wang, Y. & Song, H.** (2021) Understanding the causes of negative tourism experiences. *Current Issues in Tourism* 24(3): 304-320
- Knobloch, U.; Robertson, K. & Aitken, R.** (2017) Experience, emotion, and eudaimonia: A consideration of tourist experiences and well-being. *Journal of Travel Research* 56(5): 651-662
- Korstanje, M.** (2020) El COVID-19 y el turismo rural: Una perspectiva antropológica. *Dimensiones Turísticas* 4: 179-196
- LADEVI** (enero 2023) Rochester Hotels: lujo de la mano de estancia La Candelaria. Disponible en <https://argentina.ladevi.info/rochester/rochester-hotels-lujo-la-mano-estancia-la-candelaria-n46883>
Consultado el 7 de septiembre de 2023
- Larsen, S.** (2007) Aspects of a psychology of the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 7(7): 7-18
- Leclerc, D. & Martin, J.** (2004) Tour guide communication competence: French, German and American tourist' perceptions. *International Journal of Intercultural Relations* 28(3-4): 181-200
- Liu, Z. & Park, S.** (2015) What makes a useful online review? Implication for travel product websites. *Tourism Management* 47: 140-151
- Mansfeldt, O.; Vestager, E. & Iversen, M.** (2008) *Experience design in city tourism*. Nordic Innovation Centre, Oslo
- Martínez Rolán, X.; Tymoshchuk, O.; Piñero Otero, T. & Renó, D.** (2019) Instagram como red de promoción e hipermediación del turismo rural: el caso de Aldeias Históricas. *Revista Latina de Comunicación Social* (74): 1610-1632

- Morgan, M.; Lugosi, P. & Ritchie, B.** (2010) *The tourism and leisure experience: Consumer and managerial perspectives*. Channel View Publications, Clevedon
- Navarro, F. & Schlüter, R.** (2010) El turismo en los pueblos rurales de Argentina ¿Es la gastronomía una opción de desarrollo? *Estudios y Perspectivas en Turismo* 19(6): 909-929
- Navarro Celis, F.; Almaguer Covarrubias, R.; Moreno Velazco, F. & Hernández Rocha, N.** (2020) Estrategias comunicacionales en el sector turismo. *Revista de Ciencias Sociales* 26(1): 77-90
- Neuhof, B.; Buhalis, D. & Ladkin, A.** (2013) A typology of technology-enhanced tourism experiences. *International Journal of Tourism Research* 16(4): 340-350
- Norrild, J.** (2001) Las postales como creadores de imagen de destino. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 10(1-2): 131-151
- Otto, J. & Ritchie, J.** (1996) The service experience in tourism. *Tourism Management* 17(3): 165-174
- Park, S. & Santos, C. A.** (2017) Exploring the tourist experience: A sequential approach. *Journal of Travel Research* 56(1): 16-27
- Prebensen, N. K.; Chen, J. S. & Uysal, M.** (2014) *Creating experience value in tourism*. CABI Publishing, Wallingford
- Quan, S. & Wang, N.** (2004) Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management* 25: 297-305
- Revista Lagunas** (2021) Estancia La Candelaria: 180 años de historia muy cerca de Buenos Aires. <https://www.revistalagunas.com/222-estancia-la-candelaria-180-anos-de-historia-muy-cerca-de-buenos-aires> Consultado el 7 de septiembre 2023
- Revista Para Ti** (Agosto 2022) La Candelaria, un castillo de inspiración francesa en medio de la Pampa Argentina. Disponible en <https://www.parati.com.ar/deco/historiasdecemento-la-candelaria-un-castillo-de-inspiracion-francesa-en-medio-de-la-pampa-argentina/> Consultado el 7 de septiembre de 2023
- Rewilding Argentina** (s/f) Disponible en <https://www.rewildingargentina.org> Consultado el 11 de septiembre de 2023
- Richards, G. & Wilson, J.** (2006) Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management* 27(6): 1209-1223
- Rodríguez, G.** (2020) La construcción de imaginarios turísticos del “campo” en el Municipio de Lobos, provincia de Buenos Aires (Argentina). *Aportes y Transferencias* 18(1): 39-60
- Rodríguez Zulaica, A.** (2016) *Cómo diseñar una experiencia turística*. Editorial UOC, Barcelona
- Ryan, C.** (Ed.) (2002) *The tourist experience*. Continuum, London
- Ryan, C.** (2015) Ways of conceptualizing the tourist experience. A review of literature. *Tourism Recreation Research* 35(1): 37-46
- San Eugenio Vela, J.** (2009) *Manual de comunicació turística: de la informació a la persuasió, de la promoció a l'emoció*, Documenta Universitaria, Girona
- Sánchez Jiménez, M.; Fernández Allés, M. & Mier-Terán Franco, J.** (2018) Revisión teórica de la relevancia de las nuevas tecnologías de la comunicación (TIC) en el sector turístico. *Revista Turydes* (24). Disponible en <https://www.eumed.net/rev/turydes/24/tecnologia-turismo.html> Consultado el 12 de septiembre de 2023
- Schlüter, R.** (2012) Raíces socioculturales del turismo rural. *Revista de Ciencias Sociales* 21: 125-139

- Schlüter, R.; Norrild, J. & Navarro, F.** (2013) Pequeños pueblos y turismo rural en Argentina. Análisis y perspectivas. En: González Hernández, M. (Coord.) Turismo rural y en áreas protegidas. Editorial Síntesis, Madrid, pp 231-244
- Selstad, L.** (2007) The social anthropology of the tourist experience. Exploring the “middle role”. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 7(1): 19-33
- Sharma, P. & Nayak, J.** (2018) Testing the role of tourists' emotional experiences in predicting destination image, satisfaction, and behavioral intentions: A case of wellness tourism. *Tourism Management Perspectives* 28: 41–52
- Sharpley, R. & Stone, P. R.** (Ed.) (2012) *Contemporary tourist experience: concepts and consequence*. Routledge, Abingdon
- Silva, F. F.; Bezerra, L. T. & Nóbrega, W. R.** (2019) Imagem e imaginário como componentes da construção da experiência turística do viajante. *Caderno Virtual de Turismo* 19(2) Disponible en <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/1389/623> Consultado el 27 de septiembre de 2023
- Sthapit, E. & Coudounaris, D. N.** (2018) Memorable tourism experiences: Antecedents and outcomes. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 18(1): 72-94
- Taylor, S. & Bogdan, R.** (1986) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós, Barcelona
- Trigo, L. G.** (2010) A viagem como experiência significativa. En: Panosso Netto, A. & Gaeta, C. (Eds.) *Turismo de Experiência*. Editora SENAC, São Paulo, pp. 21-41
- Turismo de Bolsillo** (s/f) Francisco Soler, gerente comercial de estancia La Candelaria (Lobos, Provincia de Buenos Aires. Disponible en <https://www.turismodebolsillo.com.ar/entrevistas/francisco-soler-gerente-comercial-de-estancia-la-candelaria-lobos-provincia-de-buenos-aires.html/100165> Consultado el 7 de septiembre de 2023
- Tung, V. & Ritchie, J.** (2011) Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research* 38(4): 1367-1386
- Turner, V. & Bruner, E.** (Ed.) (1986) *The anthropology of the experience*. University of Illinois Press, Chicago Disponible en https://monoskop.org/images/f/f3/Turner_Victor_Bruner_Edward_The_Anthropology_of_experience_1986.pdf Consultado 3 de agosto de 2023
- Uriely, N.** (2005) The tourist experience: Conceptual development. *Annals of Tourism Research* 32(1): 199-216
- Vergopoulos, H.** (2016) The tourist experience: an experience of the frameworks of the tourist experience? *Vía Tourism* (10) Disponible en <https://journals.openedition.org/viatourism/1357> Consultado el 1 de Agosto de 2023
- Vila, T. & Vila, N.** (2012) El fenómeno 2.0 en el sector turístico. El caso de Madrid 2.0. *Revista Pasos* 10(3): 225-237
- Voló, S.** (2009) Conceptualizing experience: A tourist based approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management* 18(2-3): 111-126

Wang, D.; Xiang, Z. & Fesenmaier, D. R. (2014) Adapting to the mobile world: A model of smartphone use. *Annals of Tourism Research* 48: 11-26

Weiler, B. & Walker, K. (2014) Enhancing the visitor experience: Reconceptualising the tour guide's communicative role. *Journal of Hospitality and Tourism Management* 21: 90–99

Zamboni, T.; Di Martino, S. & Jiménez-Pérez, I. (2017) A review of a multispecies reintroduction to restore a large ecosystem: The Iberá Rewilding Program (Argentina). *Perspectives Ecology and Conservation* 15(4): 248-256

Zamponi, A; Zilio, M. & Roggiero, M. (2013) El impacto del turismo en el Iberá. *Revista del Departamento de Geografía* 11(13): 83-100

TURISMO DE CERCANÍA: POSIBILIDAD DE DESARROLLO EN PEQUEÑAS LOCALIDADES A PARTIR DEL PATRIMONIO INTANGIBLE

El caso de las fiestas populares del Sudoeste Bonaerense – Argentina

Daniela GAMBAROTA

Marina TORTUL

INTRODUCCIÓN

La actividad turística y la forma de hacer turismo han experimentado cambios significativos a nivel mundial, dados principalmente por la irrupción de la pandemia producida por el Covid-19. Entre ellos se destaca la adopción de nuevos hábitos como el turismo de cercanía, que implica la elección de destinos próximos al lugar de residencia de los viajeros.

En este contexto, las pequeñas localidades pueden aprovechar la mencionada situación, activando y promocionando sus atractivos para impulsar el desarrollo turístico. Toman así relevancia las propuestas de turismo cultural basadas en el patrimonio local orientadas a turistas ávidos de conocer y realizar experiencias de vida que recuperen las culturas locales. Este podría ser el caso de las pequeñas localidades de los partidos vecinos a la Ciudad de Bahía Blanca (CBB): Coronel Rosales, Torquinst, Villarino y Coronel Pringles.

El objetivo del presente trabajo consiste en estudiar si las pequeñas localidades aledañas a la CBB cuentan con un acervo de patrimonio cultural intangible, en particular de fiestas populares programadas, susceptible de ser impulsado para convertirse en una oportunidad de desarrollo turístico local. Para ello, se delimita el marco teórico-conceptual de la investigación en relación a los principales conceptos abordados tales como turismo de cercanía y patrimonio cultural intangible, en particular fiestas populares. Luego, se realiza un inventario de las fiestas populares locales, orientado a reconocer sus principales características y potencialidad turística, en base a una adaptación de la metodología propuesta por CICATUR-OEA (1978).

El trabajo se estructura de la siguiente manera: luego de la introducción se desarrolla el marco teórico-conceptual de la investigación. A continuación, se describe la metodología empleada y luego, los resultados obtenidos. Finalmente, se esbozan algunas conclusiones.

MARCO TEÓRICO

Cambios en el paradigma turístico mundial y el auge del turismo de proximidad

La actividad turística resulta extremadamente vulnerable a crisis de cualquier índole, dada su exaltada interacción con todos los aspectos de la sociedad. De esta forma, puede ser afectada por

catástrofes naturales, inestabilidad política, recesiones económicas, problemas sanitarios, entre otros. Es por esto que el sistema turístico se enfrenta a la imperiosa necesidad de adaptarse continuamente a shocks diversos y complejos, que impactan potentemente en su rentabilidad y supervivencia.

La crisis producida por el Covid-19 ha sido una de las más difíciles de sortear para el turismo. Diversos autores como Simancas Cruz *et al.* (2020), Haywood, (2020) y Assaf & Scuderi, (2020) concuerdan que las medidas adoptadas para aplacar la pandemia (cierre de fronteras y la interrupción del transporte), han perjudicado al sector ocasionando un descenso de los ingresos económicos generados y en los niveles de empleo. Asimismo, la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2020) informó que en el transcurso del año 2020 la actividad turística ha retrocedido 30 años, con caídas de más del 70% en llegadas de visitantes. Con esto, los destinos recibieron unos 1.000 millones menos de turistas internacionales.

No obstante, la OMT (2020) plantea como escenarios ampliados para 2021-2024 un repunte del turismo mundial en la segunda mitad de 2021, necesiándose entre dos años y medio y cuatro, para volver a los niveles de 2019. Paralelamente, en el informe “*Global Competitiveness Report: How Countries are Performing on the Road to Recovery*” (Foro Económico Mundial, 2020) se plantea que son 37 los países que se encuentran mejor preparados para la recuperación y para la futura transformación económica destacándose de Latinoamérica, Argentina, Brasil, Chile y México.

En este contexto, la mayoría de los países han configurado un nuevo modelo de política turística que incentiva la promoción del turismo doméstico, priorizando la preservación del medio ambiente, el interés por asesoramiento digital, la flexibilidad para cancelar viajes y una preferencia de destinos turísticos basada fundamentalmente en políticas sanitarias y seguimiento de protocolos. Es por esto que, una de las claves para incrementar la dinámica de la actividad, está constituida por la promoción nacional de estadías cortas, consolidando una tendencia donde la elección de los turistas está muy influenciada por la posibilidad de tener contacto con la naturaleza y poder mantener distanciamiento para evitar contagios.

Un factor clave a considerar en la reconfiguración del turismo post-pandemia es la naturaleza psico-sociológica en relación al comportamiento del turista: quién tiene una mayor cautela al momento de decidir cuánto, dónde y cómo viajar. Por lo expuesto hasta el momento, tanto los destinos como las empresas turísticas deben adecuarse a fin de dar respuestas a los nuevos escenarios modificando sus estrategias, ya que el modelo turístico hegemónico masivo está cuestionado y la seguridad sanitaria es un atributo aún más importante de lo que ya era. Se ha resignificado lo que involucra hacer turismo, potenciando un turismo de proximidad y el surgimiento de alternativas de desarrollo turístico.

En consecuencia, el *turismo de proximidad* fue la modalidad elegida al normalizarse el desarrollo de la actividad en el período post-pandemia Covid-19, ya que, dadas las restricciones de movilidad impuestas por los gobiernos, los turistas optaron por elegir destinos cercanos (Villaécija, 2020; Navarro

et al., 2020; Gutiérrez, 2020). Asimismo, el viajar a lugares cercanos permitió que los viajeros tuvieran una mayor percepción de seguridad, por la posibilidad de regresar rápidamente al lugar de residencia. Sumado al factor seguridad, se pueden destacar otros factores que pueden favorecer el crecimiento del turismo de proximidad, tales como una creciente conciencia ambiental y la reducción del poder adquisitivo de los viajeros.

En una primera aproximación, el turismo de proximidad comprende la oferta turística de lugares cercanos, sensible a su entorno y comunidad, comprometido con acciones de un enfoque sustentable y sostenible. Izcara & Cañadas (2020) hacen referencia al mencionado concepto en virtud de la tendencia de vacaciones en casa y señalan dos posturas definidas:

“La primera hace referencia a un período de vacaciones en el que en vez de ir de viaje te quedas en casa. Aquí, estarían incluidas las excursiones a destinos cercanos y actividades de ocio, pero pernoctando en la residencia habitual. En la segunda postura se consideran una práctica de turismo de proximidad y, por tanto, incluiría las pernoctaciones en alojamientos turísticos de localidades cercanas o en segundas residencias” (Izcara & Cañadas, 2020: s/p).

En dicho turismo, se prioriza una demanda de corta distancia geográfica por parte del turista doméstico, predominando las clases trabajadoras y medias. Entre las diferentes formas resultantes del término turismo de proximidad se pueden señalar el turismo interno, turismo de segunda residencia, turismo rural, turismo social, "*slow tourism*", "*staycation*" o algunas formas de turismo comunitario (Izcara & Cañada, 2020). Díaz Soria & Llurdés Coit (2013) sostienen que este tipo de turismo propicia la revalorización de los espacios habituales y, consecuentemente, el desarrollo local. En este sentido, el turismo de proximidad resulta propicio para fortalecer la relación entre identidad, turismo y territorios locales (Bustos Cara, 2001). Además, este tipo de el turismo brinda la posibilidad de relocalizar la actividad turística, acotar la movilidad y el consumo de materiales, y, por lo tanto, reducir la presión climática y energética mundial, frente al patrón turístico que ha reinado las últimas décadas bajo la razón de un consumo de recursos ilimitado (Cañada, 2020; Romagosa, 2020).

La situación en Argentina en 2020 tampoco fue propicia para el turismo. Sin embargo, siguiendo la trayectoria mundial, los registros de la temporada 2021 muestran que más de 12 millones de personas se movilizaron por todo el país desde el inicio de la temporada en diciembre del 2020 (Ministerio de Turismo y Deportes, 2021). Gracias a las medidas de cuidado adoptadas, tales como el acondicionamiento de los destinos y el acceso a centros de asistencia médica distribuidos por el territorio, se generó confianza en los turistas. El sector turístico ha logrado adaptarse en buena medida al nuevo contexto socioeconómico.

El patrimonio cultural intangible y las fiestas populares como propulsores del turismo de proximidad

El patrimonio es una construcción social, cultural e ideológica, conformada por elementos materiales e inmateriales que poseen un valor significativo, que es transmitido de generación en generación, caracterizando la sociedad de la cual formaron parte. Se habla de “*procesos de patrimonialización*”, lo que supone que un conjunto de actores promueve, negocia con otros, a veces situados a otras escalas, y legitima el reconocimiento del carácter sacro de ciertos objetos, conjuntos o manifestaciones culturales” (Zusman & Pérez Winter, 2018:231-232). Asimismo, debe considerarse que el patrimonio cultural no es el componente recibido del pasado (objeto o manifestación) en sí mismo, sino el vínculo que une a ese bien o expresión con la sociedad (sujeto) (Pinassi, 2017:58). Es decir que esos bienes cobran importancia cuando efectivamente son reconocidos como tales, revelando un vínculo de valoración, resultado del proceso de patrimonialización el cual consiste en incorporar valores socialmente construidos, en un tiempo y espacio determinado de una sociedad específica y forma parte de la llamada territorialización, a través de la cual se relaciona el territorio con la cultura del lugar. En este sentido, el proceso de patrimonialización es abarcativo, siempre y cuando las distintas partes intervinientes de la comunidad local se sientan identificadas con los elementos simbólicos a patrimonializar.

El patrimonio puede clasificarse en tangible o intangible. El primero refiere a todas las expresiones materiales de la cultura tales como los monumentos, edificios, objetos arqueológicos, religiosos y artísticos (García García y Rivas Badillo, 2007). En el segundo, se incluyen las tradiciones o expresiones vivas heredada de los antepasados y posteriormente transmitida a sus descendientes como tradiciones orales, actos festivos y usos sociales (UNESCO, 2017). Dentro de esta categoría se destacan las fiestas populares, dado que es un elemento importante de construcción social y representativo de la cultura de una comunidad que permite mantener el sentido de pertenencia cultural de las comunidades locales.

Resulta importante destacar que la incorporación de las fiestas al patrimonio inmaterial de un territorio, fue llevada a cabo durante la *Convención para la salvaguardia del patrimonio mundial inmaterial* (UNESCO, 2003). El valor cultural que poseen las fiestas populares reside en las tradiciones que representa, así como en los significados que le imprime la comunidad, más allá de su posible evolución a través de los años. Este tipo de eventos posibilita y promueve el sentido de pertenencia por parte de los lugareños, a la vez que preserva y valoriza la identidad local.

Si bien existen diferentes tipos de fiestas populares de acuerdo al motivo de celebración (Tabla 1), en todos los casos estas fiestas constituyen “... eventos organizados, actuales y tradicionales, que puedan atraer a los turistas como espectadores o actores” (CICATUR, 1978:3). Según Ortega (2010), involucran la difusión de un elemento cultural sea una exposición, un certamen, un festival o una feria de artesanía. Siguiendo esta línea, Shone sostiene que los eventos son “... fenómenos que surgen de

ocasiones no rutinarias y que tienen objetivos de ocio, culturales, personales u organizativos establecidos de forma separada a la actividad normal diaria, cuya finalidad es ilustrar, celebrar, entretener o retar la experiencia de un grupo de personas” (2001 citado en Cerezuela, 2003:3). Del Carril & Gill (2008:18) establecen que un evento es aquel “...suceso organizado con antelación, al que se invita a un cierto número de personas, y que se realiza en un lugar y con una finalidad determinada de antemano.” De acuerdo a la Secretaría de Cultura de la Nación (2009:1) las fiestas populares refieren a “... un hecho cultural colectivo que evoca un ser o un acontecimiento sagrado o profano a través de ceremonias, rituales, festejos o actos conmemorativos. La fiesta es transmitida por tradición, tiene permanencia y evoluciona en el tiempo, y la sociedad que la celebra la dota de significados”. Por su parte, Elías & Leonardi (2017:167) sostiene que “las fiestas populares son una clara representación de la tradición cultural de los territorios, que han sido incorporadas, ya hace muchos años, en los inventarios de recursos que sirven de base para el desarrollo de los espacios y destinos turísticos. En algunos casos, estas fiestas llegan a convertirse en un atractivo turístico en sí mismo”.

Tabla 1: Clasificación general de las fiestas populares de acuerdo al motivo de celebración

Tipo de fiesta	Descripción
Religiosas	Los visitantes asisten a ceremonias para expresar su devoción y/o a realizar peregrinaciones, siendo el motivo de celebración la necesidad de expresar el fervor religioso y reflejar sentimientos de acercamiento al mundo espiritual.
Cívicas	Forman parte de las fiestas patrias, se celebran para conmemorar la fundación de pueblos y ciudades y, en general, su organización se encuentra a cargo de las autoridades civiles y militares.
Artísticas	Divulgan expresiones culturales -música, danza, teatro, cine-, expresadas a través de presentaciones, exhibiciones y concursos.
Folklóricas	Evocan las creencias mediante mitos y leyendas que caracterizan el lugar, intentando revalorizar y proteger las tradiciones populares.
Productivas	Se realizan en torno a la actividad económica primaria, industrial o de servicios, característica de la localidad o región donde se realizan los festejos, ocasionando un flujo económico adicional y también la regeneración simbólica de la identidad y cultura del territorio (Pizano Mallarino, 2004).
Gastronómicas	El tema central son los alimentos o bebidas típicos de la región o localidad
Eventos en general	Agrupan fiestas populares en general que no pueden ser clasificadas en las categorías anteriores, y son tradicionales de una localidad o región. Por ejemplo, la Fiesta de la Primavera en Monte Hermoso.

Fuente: Gambarota & Tortul (2023) en base a Secretaría de Cultura de la Nación, actual Ministerio (2009).

Por lo expuesto, se puede decir que siempre se refiere a evento o acontecimiento programado como una celebración colectiva, es decir, que forma parte de una identidad que es compartida por una comunidad y es la valoración de este atractivo lo que motiva el desplazamiento de personas hacia el lugar donde se difunde.

En las últimas décadas los acontecimientos programados han adquirido una importancia creciente pues turistas y visitantes se encuentran interesados en conocer culturas singulares. Es por esto que se

han posicionado como un segmento cada vez más importante dentro del mercado, suscitando nuevas ofertas turístico-recreativas y diversificando las existentes. “Los acontecimientos programados estructuran parte de la oferta turístico recreativa de un determinado destino. En este sentido, configuran elementos atractores de visitantes, que dependiendo de la tipología del evento dicho perfil de la demanda variará” (Pinassi *et al.*, 2014:433).

Desde el punto de vista turístico, la realización de acontecimientos programados constituye una estrategia para impulsar la actividad turística-recreativa en una comunidad, persiguiendo la generación de ingresos económicos y el desarrollo sociocultural de la población local. Así, el turismo de proximidad basado en fiestas se presenta como una oportunidad de desarrollo económico, social y cultural en especial para las pequeñas localidades (según un rango de tamaños de población INDEC (2010) clasifica los asentamientos urbanos en: Pueblos chicos: las localidades de menos de 2.000 habitantes, con población rural agrupada; Pueblos grandes: localidades de entre 2.000 y 20.000 habitantes; Ciudades chicas: localidades entre 20.000 y 50.000 habitantes; Ciudades medianas: localidades entre 50.000 y 100.000 habitantes; Ciudades grandes: localidades entre 100.000 y 1.000.000 de habitantes; Metrópolis: entre 1.000.000 y 10.000.000 de habitantes y Megaciudad: más de 10.000.000 de habitantes) aledañas a las grandes urbes cuyos residentes buscan y gustan conocer y vivenciar diferentes culturas y tradiciones en un marco de alegría y celebración.

En el caso argentino, la CBB cuenta con ciertas características que podrían colocarla como principal proveedor de turistas de cercanía de las localidades vecinas más pequeñas. La CBB, con casi 300 mil habitantes (INDEC, 2010), es una ciudad intermedia, portuaria e industrial del sudoeste de la Provincia de Buenos Aires. Además, es cabecera del Partido homónimo que también contiene las localidades de General Daniel Cerri (aproximadamente 2000 habitantes, INDEC 2010) y Cabildo (casi 7000 habitantes, INDEC 2010). La CBB constituye un relevante nodo de comunicaciones, que la posiciona como uno de los focos económicos, sociales y culturales más sólidos y dinámicos del sur del país (Diez y Pasciaroni, 2018). Su oferta cultural es amplia y pujante, compuesta por artistas e instituciones culturales independientes y de gestión pública. Además, linda con los partidos de Coronel Rosales, Tornquist, Villarino y Coronel Pringles que nuclea diferentes localidades de menor envergadura (pueblos y pequeñas ciudades) con una cultura propia interesante.

En este contexto, la hipótesis que se plantea es que las pequeñas localidades de los partidos aledaños a la CBB podrían contar elementos de patrimonio cultural intangible, específicamente con fiestas populares locales programadas, que podrían impulsar el desarrollo turístico local.

METODOLOGÍA

Siguiendo a Santiago-Romero (2016), Figueroa-Sandoval (2017), Gambarota (2023), entre otros, para contrastar la hipótesis del trabajo se realiza un inventario de las fiestas populares que se realizan en las localidades de los partidos vecinos a la CBB. La información se presenta organizada en fichas adaptadas del modelo propuesto por CICATUR-OEA (1978) para inventariar atractivos turísticos. De

acuerdo a este modelo, las fiestas populares pertenecen a la categoría **acontecimiento programado** de atractivos turísticos. Este tipo “comprende todos los eventos organizados, actuales y tradicionales, que puedan traer a los turistas como espectadores o como actores”. A continuación, se sintetiza la metodología de registro de este caso específico.

La confección de un catálogo ordenado de lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área determinada consta de dos partes: (a) registro de información y (b) evaluación de los atractivos turísticos.

(a) El registro de la información se realiza en fichas que deben contener la siguiente información general:

- Nombre, categoría y tipo o subtipo
- Jerarquía (establecida en el paso b)
- Ubicación
- Número aproximado de visitantes
- Características que le dan interés turístico: tipo de acontecimiento (artístico, deportivo, otro) y subtipo (características generales del lugar de realización, fecha de realización, tipo de calidad del programa, precio de la entrada y causas del interés turístico).

Además de estos datos relevantes, se propone hacer un relevamiento del tipo de accesibilidad a los eventos. Se consideran las siguientes tres categorías de accesibilidad:

- Muy buena: caminos asfaltados en muy buenas condiciones.
- Buena: caminos asfaltados con irregularidades (pozos, grietas, lomos) o caminos de ripio.
- Regular: caminos de ripio, sin asfaltar o vecinales sin mantenimiento.

(b) Por su parte, la evaluación de los atractivos para establecer su interés turístico sobre bases objetivas y comparables se realiza asignándoles una jerarquía del 5 al 1, siendo 5 la más alta. Los criterios de evaluación son:

- Jerarquía 5 (interés internacional): atractivos excepcionales que tengan importancia notoria para el mercado turístico y que sean capaces de generar por sí solos flujos turísticos actuales o potenciales.
- Jerarquía 4 (interés nacional): atractivos excepcionales que por sus características particulares sean capaces, por sí solos o en conjunto con otros, de atraer turistas nacionales de larga distancia.
- Jerarquía 3 (interés provincial): atractivos con características particulares que por sí solos o en conjunto con otros de la misma naturaleza son capaces de motivar el interés de turistas de larga distancia, que se encuentran en la región por otros motivos. Incluye aquellos recursos que hayan sido declarados de interés provincial.

- Jerarquía 2 (interés local): estos atractivos tienen la capacidad de atraer flujos de turistas locales o regionales y están fuertemente vinculados a segmentos de turistas con características particulares, como pueden ser creencias religiosas, contacto con la naturaleza en estado casi inalterado o cuestiones culturales e históricas.
- Jerarquía 1 (sin interés): atractivos con escasos méritos frente al resto de las jerarquías pero que está incorporado subsidiariamente y de modo complementario en el folklore y/o costumbres del lugar.

En base a la metodología mencionada, la Figura 1 presenta el modelo de ficha sugerido para registrar la información de las fiestas populares.

Figura 1: Modelo de diagramación de las fichas de registro de los atractivos turísticos

Nombre del atractivo	[espacio para fotografías]	
Categoría	Tipo	Jerarquía
Localización	Partido	Localidad
Ubicación	Accesibilidad	Número de visitantes
Características		
Actividades		
Observaciones		

Fuente: Gambarota & Tortul (2023) en base a CICATUR-OEA (1978).

RESULTADOS

El área de estudio está constituida por las localidades de los partidos vecinos al Partido de Bahía Blanca. La mayoría son pueblos pequeños y algunos pueblos grandes con aproximadamente 5 mil habitantes (INDEC, 2010). Coronel Pringles, por su parte, cuenta con poco más de 20 mil habitantes (INDEC, 2010), por lo que se clasifica como una ciudad pequeña. La Tabla 2 y la Figura 2 representan esta información, se destaca que no en todas estas localidades se realizan fiestas populares.

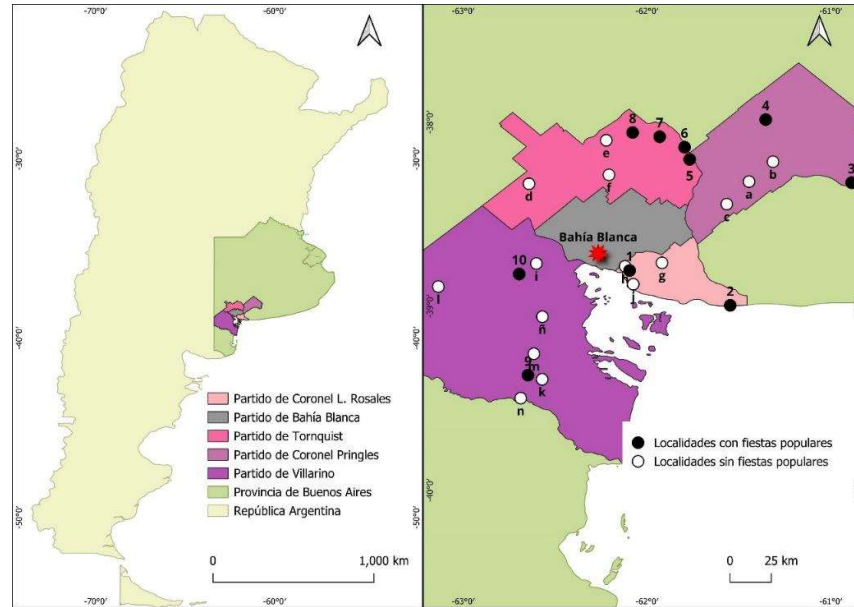
10 de las 26 localidades de los partidos vecinos a la CBB realizan fiestas populares programadas. Estas constituyen el foco de estudio del trabajo. La Tabla 3 presenta sus características principales considerando las fiestas populares allí realizadas.

Tabla 2: Localidades de los partidos vecinos al Partido de Bahía Blanca según realización de fiestas populares.

PARTIDO	LOCALIDAD	POBLACIÓN 2010 (INDEC, 2010)
Coronel de Marina Leonardo Rosales	Bajo Hondo	164
	Balneario Pehuen Co	681
	Punta Alta	58.315
	Villa del Mar	327
	Villa General Arias	1.845
Coronel Pringles	Coronel Pringles	20.263
	El Divisorio	46
	El Pensamiento	12
	Indio Rico	1.054
	Lartigau	22
Tornquist	Saldungaray	1.351
	Sierra de la Ventana	2.165
	Tornquist	6.473
	Tres Picos	82
	Villa Serrana La Gruta	52
	Villa Ventana	609
	Argerich	80
Villarino	Colonia San Adolfo	109
	Chasicó	203
	Hilario Ascasubi	3.427
	Juan Cousté	1.993
	Mayor Buratovich	5.372
	Médanos	5.245
	Pedro Luro	9.494
	Teniente Origone	145

Fuente: Gambarota & Tortul (2023)

Figura 2: Localidades de los partidos vecinos al Partido de Bahía Blanca según realización de fiestas populares programadas.



Localidades con fiestas populares: 1 Pehuén Co, 2 Villa del Mar, 3 Indio Rico, 4 Coronel Pringles, 5 Saldungaray, 6 Sierra de la Ventana, 7 Villa Ventana, 8 Villa Serrana La Gruta, 9 Hilario Ascasubi, 10 Coronel Pringles

Localidades sin fiestas populares: a El Divisorio, b El Pensamiento, c Lartigau, d Chasicó, e Tornquist, f Tres Picos, g Bajo Hondo, h Villa General Arias, i Argerich, j Punta Alta, k Colonia San Adolfo, l Juan Cousté, m Mayor Buratovich, n Pedro Luro, ñ Teniente Origone.

Fuente: Tortul & Gambarota (2023)

Tabla 3: Características de las localidades de interés y fiestas populares.

LOCALIDAD	CARACTERÍSTICAS	FIESTAS POPULARES
PEHUEN CO (1948)	Pequeña localidad balnearia de la costa atlántica. Su nombre significa pino y agua en lengua araucana. Se emplaza sobre un plano irregular, todas sus calles están sin asfaltar y muy forestadas con pinos y eucaliptos, las edificaciones no superan los tres pisos y las casas tienen jardín. La zona céntrica y comercial es reducida (Gambarota y Leonardí, 2023). Posee en su haber (costa) una gran riqueza paleontológica dado a que quedaron plasmadas huellas de animales extintos.	Fiesta hasta que salga el Sol y Fiesta provincial de la comida al disco "Amar y campo"
VILLA DEL MAR	Pequeña localidad marítima de pescadores artesanales. Linda con la Reserva Natural de Usos Múltiples "Bahía Blanca, Bahía Falsa, Bahía Verde", que comprende islas, planicies intermareales, canales y riachos que conforman un mega ecosistema de humedales de gran jerarquía por los procesos hidrológicos y ecológicos que en ellos ocurren y la diversidad biológica que sustentan. Su conservación es de gran relevancia para la sociedad dada su extraordinaria riqueza natural y singular belleza paisajística (Matamala <i>et al</i> , 2019).	Fiesta de los humedales
CORONEL PRINGLES	Localidad cabecera del partido homónimo. Su patrimonio natural, se caracteriza por la diversidad paisajística (llanura, sierra, cursos de agua) y la presencia de serranías en sus alrededores: sistema de Ventania y las Sierras de Pillahuinco. El patrimonio cultural-urbano, tiene su pilar en la obra del arquitecto Francisco Salamone, quien realizó, a mediados del siglo XX, distintas obras del estilo art-deco (Palacio municipal, el matadero y elementos arquitectónicos de la plaza central).	Fiesta Provincial de los lanares, actualmente fiesta del ovino.

INDIO RICO	Segundo núcleo urbano de importancia del partido. Este pueblo ofrece la belleza de sus paisajes, la cultura de sus instituciones, además de la increíble historia de su fundación y batallas. Fue declarada Pueblo Turístico en 2017, a través de un convenio firmado por la Secretaría de Turismo de la Pcia. de Buenos Aires en la Feria Internacional de Turismo.	Fiesta Provincial del cordero al disco
SALDUNGA RAY	Localidades serranas pertenecientes a la Comarca Turística de Sierra de la Ventana y Villa Ventana. Ofrecen actividades turísticas basadas en la naturaleza del paisaje serrano y arroyos como excursiones guiadas a caballo, avistaje de llamas, ñandúes, guanacos, antílopes, ciervos colorados, de las exóticas vacas "peludas" West Highland, que junto con los habituales animales de cría conviven en estancias. También se caracteriza por sus casas de té y cabañas tipo boutique. Además, se encuentra el Santuario de la Virgen de Fátima al que anualmente se realizan peregrinaciones con gran afluencia de fieles de distintos puntos del país.	Fiesta de la Vendimia
SIERRA DE LA VENTANA		Fiesta Provincial de los reyes magos
VILLA SERRANA LA GRUTA (1970)		Fiesta Provincial del árbol
VILLA VENTANA		Fiesta Provincial de la golondrina
HILARIO ASCASUBI	Lleva el nombre del poeta gauchesco argentino, Hilario Ascasubi (1807). El surgimiento como formación vecinal, resulta de la agrupación de agricultores y ganaderos del lugar, sumados a la presencia del personal ferroviario y sus familiares. Reunidos primeros pobladores, fuerzas vivas de la localidad y autoridades municipales del distrito, se acordó como fecha de fundación el 1 de septiembre de 1912, en concordancia con el paso del primer tren del lugar.	Fiesta Nacional de la cebolla
MÉDANOS	Es la ciudad cabecera y centro administrativo del partido homónimo. Fue fundada el 13 de abril de 1897; fecha del decreto que autorizó la inauguración del ramal ferroviario y habilitación de la estación. Su nombre fue cedido por la típica geografía del lugar. Constituye una pequeña localidad con un tranquilo ambiente de pueblo chico. Resulta relevante conocer el edificio municipal, su plaza central y la vieja estación de trenes donde hay un gran predio donde los jóvenes y las familias se reúnen para pasar las tardes.	Fiesta Nacional del ajo

Fuente: Gambarota & Tortul (2023).

A continuación, se presentan las fichas de inventario y evaluación de los dichos atractivos turísticos, de acuerdo a la metodología indicada.


Ficha de relevamiento 1: Fiesta hasta que salga el Sol, Pehuen C6

<p style="text-align: center;">Nombre del atractivo</p> <p>FIESTA HASTA QUE SALGA EL SOL</p>	 <p style="text-align: center;">Fuente:</p> <p style="text-align: center;">http://www.rosalesmunicipio.gob.ar/blog/2022/12/27/para-recibir-el-2023-el-municipio-invita-a-una-nueva-edicion-de-hasta-que-salga-el-sol-en-pehuen-co/</p>
---	--

Categoría: Acontecimiento programado	Tipo: Eventos	Jerarquía: 2
Localización: Urbana	Partido: Cnel. de Marina L. Rosales	Localidad: Pehuen Có
Ubicación: Playa Rosales	Accesibilidad: Buena	Nº de visitantes: + 6.000 (2023)
Características	Es la fiesta que organiza el Municipio de Coronel Rosales para recibir el año nuevo. Comienza a la 01:00 hs del 1 de enero y se extiende hasta el primer amanecer del año. Es un evento familiar y gratuito que en el 2023 celebró su 14 edición.	
Actividades	DJ's en vivo, parador	
Observaciones	No se realizó en el 2021 debido a la pandemia producida por el Covid-19. Se habilitan los baños públicos.	

Fuente: Gambarota & Tortul (2023) en base a Turismo Rosales y relevamiento propio.


Ficha de relevamiento 2: Fiesta Provincial de la Comida al Disco “Amar y campo”, Pehuen Có

<p>Nombre del atractivo</p> <p>FIESTA PROVINCIAL DE LA COMIDA AL DISCO “AMAR Y CAMPO”</p>	 <p>Fuente: http://www.rosalesmunicipio.gob.ar/blog/2023/10/26/platos-y-bandas-confirmadas-para-la-6-fiesta-de-a-mar-y-campo-el-11-y-12-de-noviembre-en-pehuen-co/</p>	
Categoría: Acontecimiento programado	Tipo: Gastronómica	Jerarquía: 3
Localización: Urbana	Partido: Cnel. de Marina L. Rosales	Localidad: Pehuen Có
Ubicación: Plaza Benito Carrasco y playón municipal	Accesibilidad: Muy buena	Nº de visitantes: + 5.000 (2023)
Características	<p>Es organizada por la comisión constituida por instituciones de Pehuen Có, gastronómicos y comerciantes, en forma conjunta con la Dirección de Turismo del Municipio. En el 2023 se celebró la 6ª edición.</p> <p>Se desarrolla durante un fin de semana en octubre o noviembre (dependiendo de las condiciones climáticas). La localidad se convierte en el escenario de la fiesta de la comida al disco de arado que atrae a los visitantes por el despliegue de sabores y los espectáculos musicales. Se podrá apreciar la utilización de todo tipo de carnes rojas y blancas, mariscos, verduras y hasta panificados dulces también en cocción de disco. Están presentes productores regionales del sudoeste, quienes presentan sus productos asociados a la oliva, quesos, cerveza artesanal, junto a artesanos que expondrán sus trabajos en materiales como madera, tela, vidrio, cerámica y metales, entre otros.</p>	

Actividades	Se monta un escenario por donde pasan artistas locales, bandas musicales de distintos estilos (folklore, tango, salsa y rock), escuelas de danzas, con una pantalla LED gigante de fondo. Espectáculos musicales, paseo de artesanías y productores locales con más de 50 puestos donde se presentan trabajos realizados en telar, hierro, maderas, cuero, vitrofusión, entre otros.
Observaciones	Se encuentra incorporada al calendario de fiestas populares gastronómicas

Fuente: Gambarota & Tortul (2023) en base a Turismo Rosales y relevamiento propio.


Ficha de relevamiento 3: Fiesta de los Humedales, Villa del Mar

Nombre del atractivo FIESTA DE LOS HUMEDALES	 <p>Fuente: http://www.rosalesmunicipio.gob.ar/blog/2023/02/10/este-domingo-villa-del-mar-se-prepara-para-vivir-la-14o-edicion-de-la-fiesta-de-los-humedales/</p>	
Categoría: Acontecimiento programado	Tipo: Eventos	Jerarquía: 2
Localización: Urbana	Partido: Cnel. de Marina L. Rosales	Localidad: Villa del Mar
Ubicación: Predio municipal	Accesibilidad: Buena	Nº de visitantes: 500 (2016) (Elías y Leonardi, 2017)
Características	Se realiza esta fiesta en conmemoración del "Día Mundial de los Humedales" (2 de febrero). Consiste en una celebración popular, sin fines de lucro, donde participa y disfruta la familia, niños y adolescentes. Se desarrolla entre los meses de febrero o marzo. En el año 2023 se realizó su 14ª edición. Las instituciones locales que participan de la organización de la fiesta son: FRAAM, la capilla Estrella de Mar, la Asociación de Fomento; las cooperadoras del Jardín de Infantes Nº 917 y de Escuela Nº 15; Rosales Municipio, a través de la Dirección de Turismo y la Delegación Municipal dependientes de la Secretaría de Coordinación y Gestión.	

Actividades	Se realizan charlas relacionadas a diferentes tópicos ambientales referidos al humedal, presentación de las Reservas Naturales del Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires y Programa Playas Limpias perteneciente al OPDS; talleres educativos, eco-canje, teatro de títeres, juegos ambientales, caminatas interpretativas por el humedal costero, observación de aves, actividades deportivas de bajo impacto, murgas, presentación de malabaristas, bailarines y grupos musicales locales.
-------------	---


Fuente: Gambarota & Tortul (2023) en base a Municipio de Cnel. Rosales.

Ficha de relevamiento 4: Fiesta Provincial de la Golondrina, Villa Ventana

<p>Nombre del atractivo</p> <p>FIESTA PROVINCIAL DE LA GOLONDRINA</p>	 <p>Fuente: https://tornquist.com.ar/fiesta-provincial-de-las-golondrinas/#:~:text=La%20Fiesta%20provincial%20de%20las,localidad%20serrana%20de%20Villa%20Ventana</p>	
Categoría: Acontecimiento programado	Tipo: Eventos	Jerarquía: 3
Localización: Urbana	Partido: Tornquist	Localidad: Villa Ventana
Ubicación: Plaza central de la localidad, "Plaza Salerno"	Accesibilidad: Muy buena	Nº de visitantes: + 20.000 (2023)
Características	Se realiza todos los años a mediados de enero en honor a la visita de las golondrinas a la Comarca Turística de Sierra de la Ventana. El evento es organizado por la Asociación de Fomento y Educación Cultural y Física de Villa Ventana, tiene una duración de dos días y la entrada es libre y gratuita. El año 2023 se correspondió con su 31ª edición.	
Actividades	Espectáculos variados, puestos de gastronomía típica y artesanos, espectáculos de música.	
Observaciones	Las golondrinas llegan desde la ciudad de San José de Capistrano, San Francisco, Estados Unidos, hacia Villa Ventana.	


Fuente: Gambarota & Tortul (2023) en base a <https://tornquist.com.ar/>

Ficha de relevamiento 5: Fiesta Provincial del Árbol, Villa Serrana La Gruta

<p>Nombre del atractivo</p> <p>FIESTA PROVINCIAL DEL ÁRBOL</p>	 <p>FIESTA PROVINCIAL DEL ARBOL Lunes 16 de Octubre 10.00 horas plantada de especies, 12.00 horas Almuerzo en el salon del Peregrino.</p> <p>INVITAMOS A VECINOS, ASOCIADOS Y AMIGOS.</p> <p>Fuente: https://www.facebook.com/events/villa-serrana-la-gruta/fiesta-provincial-del-%C3%A1rbol-en-villa-serrana-la-gruta/314219325713464/</p>	
<p>Categoría: Acontecimiento programado</p>	<p>Tipo: Eventos</p>	<p>Jerarquía: 3</p>
<p>Localización: Urbana</p>	<p>Partido: Tornquist</p>	<p>Localidad: Villa Serrana La Gruta</p>
<p>Ubicación: Predio del camping Asmara</p>	<p>Accesibilidad: Muy buena</p>	<p>Nº de visitantes: sin datos</p>
<p>Características</p>	<p>Tiene sus orígenes en el gran incendio forestal que se produjo en el año 1986 y arrasó con más de 3000 hectáreas de la zona. Se realiza la primera semana de julio, con el apoyo de la Sociedad de Fomento y Turismo de Villa Serrana La Gruta. Ya cuenta con más de 23 ediciones concretadas.</p>	
<p>Actividades</p>	<p>Durante la fiesta se procede a la reforestación de arbustos, pinos y plantas autóctonas de la zona en todas sus ediciones, remarcando la importancia del medio ambiente y de la forestación. Además, se realizan actividades recreativas y artísticas para toda la familia, y concursos de pintura, fotografía y literatura que tienen la temática de los árboles, la sierra y el medio ambiente como centro. Asimismo, hay puestos de artesanos, de producción local, y bandas de música en vivo.</p>	


Fuente: Gambarota & Tortul (2023) en base a <https://www.sierrasdelaventana.com/>

Ficha de relevamiento 6: Fiesta Provincial de los Reyes Magos, Sierra de la Ventana

<p>Nombre del atractivo</p> <p>FIESTA PROVINCIAL DE LOS REYES MAGOS</p>	 <p>Fuente: https://www.noticiasradioreflejos.com.ar/2021/otra-noche-de-alegria-y-fiesta-en-sierra-de-la-ventana-le-dio-la-bienvenida-a-los-reyes-magos/</p>	
<p>Categoría: Acontecimiento programado</p>	<p>Tipo: Religiosas</p>	<p>Jerarquía: 3</p>
<p>Localización: Urbana</p>	<p>Partido: Tornquist</p>	<p>Localidad: Sierra de la Ventana</p>
<p>Ubicación: Cerro del amor/ predio del Centro Cultural</p>	<p>Accesibilidad: Muy buena</p>	<p>Nº de visitantes: + 10.000 (2023)</p>
<p>Características</p>	<p>Se celebra todos los años en la primera semana de enero, el día 5 como antesala al 6 de enero que es la fecha en que se festeja el Día de los Reyes Magos. La atracción principal de esta fiesta es el descenso de los tres reyes magos del Cerro del Amor, que entregan juguetes y regalos sorpresa a los niños. La celebración tiene un origen religioso, ya que la tradición cristiana describe a los tres reyes magos como sabios orientales, que siguiendo la Estrella de Belén llegaron hasta el pesebre de Jesús. Allí le ofrecieron oro, como símbolo de riqueza, incienso como símbolo de alabanza y mirra, para presagiar los peligros que se avecinaban. El 2023 se celebró la 59ª edición de la fiesta.</p>	
<p>Actividades</p>	<p>Se realizan espectáculos, juegos, sorteos y kermeses, como preparación para el descenso de los reyes magos; muestras de títeres y obras de teatro para el entretenimiento de los más chicos. Luego se procede al descenso, en el que Melchor, Gaspar y Baltazar caminan las calles de Sierra de la Ventana regalando sorpresas y juguetes a los pequeños. Además, de un espectáculo de fuegos artificiales.</p>	


Fuente: Gambarota & Tortul (2023) en base a <https://www.noticiasradioreflejos.com.ar/>

Ficha de relevamiento 7: Fiesta Provincial de la Vendimia, Saldungaray

<p>Nombre del atractivo</p> <p>FIESTA PROVINCIAL DE LA VENDIMIA</p>	 <p>Fuente: https://www.sierrasdelaventana.com.ar/noticias-de-sierra-de-la-ventana/los-tekis-en-la-8-fiesta-provincial-de-la-vendimia/</p>	
<p>Categoría: Acontecimiento programado</p>	<p>Tipo: Gastronómicas/ Productivas</p>	<p>Jerarquía: 3</p>
<p>Localización: Urbana</p>	<p>Partido: Tornquist</p>	<p>Localidad: Saldungaray</p>
<p>Ubicación: Predio del ferrocarril</p>	<p>Accesibilidad: Muy buena</p>	<p>Nº de visitantes: +30.000 (2023)</p>
<p>Características</p>	<p>Su propósito es revalorizar la producción de vinos bonaerenses en toda la provincia. En 2023 se celebró la 8ª edición.</p>	
<p>Actividades</p>	<p>Realización de espectáculos culturales, degustaciones, charlas y exhibiciones sobre la industria vitivinícola provincial y ofertas gastronómicas.</p>	

Fuente: Gambarota & Tortul (2023) en base a <https://www.sierrasdelaventana.com/>

Ficha de relevamiento 8: Fiesta Nacional del Ajo, Médanos

<p>Nombre del atractivo</p> <p>FIESTA NACIONAL DEL AJO</p>	 <p>Fuente: Gambarota, D. (2020)</p>	
<p>Categoría: Acontecimiento programado</p>	<p>Tipo: Productivas</p>	<p>Jerarquía: 4</p>
<p>Localización: Urbana</p>	<p>Partido: Villarino</p>	<p>Localidad: Médanos</p>
<p>Ubicación: Predio del Ferrocarril</p>	<p>Accesibilidad: Muy buena</p>	<p>Nº de visitantes: +30.000 (2022)</p>

Características	<p>La localidad de Médanos es considerada la capital del ajo y anualmente organiza la fiesta Nacional del ajo. Las festividades se desarrollan a lo largo de un fin de semana e incluyen recitales, bailes populares y una misa de acción de gracias.</p> <p>La fiesta dura 3 días durante el mes de noviembre.</p> <p>Sus inicios se remontan en el año 1967 por el Círculo Católico con la finalidad de brindar un homenaje a los hombres y mujeres que trabajaron logrando que el ajo sea un producto importante en la economía.</p> <p>Se conmemora la época en la cual se sembraban los surcos y realizaban las distintas tareas a mano, sin la actual tecnología.</p> <p>El evento estuvo interrumpido durante los años 1981 y 2003 debido a problemas económicos. Nuevamente en 2004, por iniciativa del municipio, se volvió a festejar este evento. En 2022 se celebró la 57ª edición.</p>
Actividades	Espectáculos, patio de comidas, baile popular, elección de la embajadora, feria de artesanos, desfile de diferentes instituciones y carrozas alegóricas.
Observaciones	Posee baños químicos. No se realizó durante el 2020 y 2021 por la pandemia Covid-19.

Fuente: Gambarota & Tortul (2023) en base a <http://www.lanueva.com> & Gambarota, D. (2020).


Ficha de relevamiento 9: Fiesta Nacional de la Cebolla, Hilario Ascasubi

<p>Nombre del atractivo</p> <p>FIESTA NACIONAL DE LA CEBOLLA</p>	 <p>Fuente: https://www.fiestaspopulares.com.ar/fiesta-de-la-cebolla.php</p>	
Categoría: Acontecimiento programado	Tipo: Productivas	Jerarquía: 4
Localización: Urbana	Partido: Villarino	Localidad: Hilario Ascasubi
Ubicación: polideportivo del Club Social y Deportivo de H. Ascasubi	Accesibilidad: Muy buena	Nº de visitantes: +15.000 (2014)

Características	<p>Es una forma de homenajear el cultivo de cebollas como actividad económica de gran importancia para la zona y en especial a las personas que llevan a cabo la tarea de cultivar y cosechar esta verdura. La Fiesta de la Cebolla comienza a celebrarse en el año 1997 donde la Asociación de Productores Cebolleros (APROC) realizó una muestra sobre el cultivo de la cebolla, repitiéndose al año siguiente con mucha repercusión.</p> <p>Luego la comisión de festejos de Hilario Ascasubi retoma la idea de valorizar este cultivo en la zona y fue recién en 2009 que se decide retomar dicha muestra y declararla de interés municipal. En el año 2010 fue elevada a la categoría de interés regional y en el 2012 ya se la considera Fiesta Provincial. En 2023 se celebró la 14ª edición sin el apoyo del Municipio de Villarino.</p>
Actividades	<p>Muestra agroindustrial, encuentro de artesanos de todo el país, charlas y talleres técnicos sobre la producción de cebollas y la elección de la Reina de la Cebolla. También funcionan puestos de comidas, juegos y actividades para niños y se realizan bailes y espectáculos con reconocidos artistas.</p>
Observaciones	<p>Se cobra una entrada en concepto de bono contribución para el club.</p>

Fuente: Gambarota & Tortul (2023) en base a <https://www.fiestaspopulares.com.ar/>


Ficha de relevamiento 10: Fiesta Provincial del Cordero al Disco, Indio Rico

<p>Nombre del atractivo</p> <p>FIESTA PROVINCIAL DEL CORDERO AL DISCO</p>	 <p>Fuente: https://lavozdelpueblo.com.ar/noticia/102734-La-Fiesta-del-Cordero-al-Disco,-por-Ley,-ahora-es-Provincial</p>	
Categoría: Acontecimiento programado	Tipo: Gastronómicas /Productivas	Jerarquía: 3
Localización: Urbana	Partido: Coronel Pringles	Localidad: Indio Rico
Ubicación:	Accesibilidad: Muy buena	Nº de visitantes:
Características	<p>En 2022 se realiza el reconocimiento como fiesta provincial, lo cual permitió el acceso a mayor financiamiento público. Así, la edición 2022 coincidió con el 92º aniversario de la localidad de Indio Rico (19/2) y se cocinaron 17 corderos grandes. Además, el patio gastronómico también ofreció platos elaborados con carne de lanar y comidas tradicionales.</p>	
Actividades	<p>Principalmente gastronómicas. También cuenta con artistas y artesanos locales y bandas de música en vivo.</p>	

Observaciones	Tanto Coronel Pringles como Indio Rico fueron “capital del lanar” del país, condición que se fue diluyendo.
---------------	---

Fuente: Gambarota & Tortul (2023) en base a La Voz del Pueblo (2022).

Ficha de relevamiento 11: Fiesta Provincial de los Lanares, Coronel Pringles

Nombre del atractivo	 <p>FIESTA DEL ovino DOMINGO 23 DE ABRIL 2023 DESDE LAS 10 HS. - EX MATADERO MUNICIPAL (24 DE SEPTIEMBRE Y BVARD. D), CORONEL PRINGLES.</p>	
<p>FIESTA PROVINCIAL DE LOS LANARES, actualmente FIESTA DEL OVINO</p>	<p>Fuente: https://www.sudoesteba.com/2023-04-17/llega-la-fiesta-del-ovino-2023-a-coronel-pringles-5459/</p>	
Categoría: Acontecimiento programado	Tipo: Productivas	Jerarquía: 3
Localización: Urbana	Partido: Coronel Pringles	Localidad: Coronel Pringles
Ubicación: ex Matadero Municipal	Accesibilidad: Muy buena	Nº de visitantes: sin datos
Características	Esta fiesta, con una duración de dos días en la segunda quincena de marzo/abril, tiene por objetivo principal rendir tributo a los trabajadores y a los productores que contribuyen al progreso de la región con su trabajo en los lanares.	
Actividades	Se realizan diversas actividades recreativas y culturales entre las que se destacan los espectáculos artísticos, un certamen de jineteadas, doma y prueba de riendas, un concurso campero para alumnos de escuelas rurales que incluye el arreglo del caballo y la tijera, el cantor, la jineteada con recado completo y la yerra por equipos. Además se realiza el campeonato de esquila y la elección de la Reina de los Lanares.	
Observaciones	Si bien la celebración se realiza desde 1969, fue discontinuada su ejecución y se retomó en 2019 bajo el nombre Fiesta del Ovino.	

Fuente: Gambarota & Tortul (2023) en base a Fritz (2018).

CONCLUSIONES

En este trabajo se realiza un relevamiento a partir de fuentes de información secundarias orientado a evaluar el potencial turístico basado en el patrimonio cultural intangible de las pequeñas localidades de los partidos aledaños al Partido de Bahía Blanca. Específicamente se intentó conocer si estas localidades pueden utilizar sus fiestas populares como herramienta de desarrollo turístico y económico local.

Se encuentra que 10 de las 26 localidades de los partidos vecinos a la CBB realizan fiestas populares programadas de diferente tipo, jerarquía y en diversos momentos del año, que pudieran ser de interés para los residentes de las localidades cercanas y de la CBB. En particular, se realizan 11

fiestas populares programadas en 10 localidades diferentes. 6 de ellas son fiestas de jerarquía 3 que denotan un interés provincial con potencial para atraer turistas de larga distancia. Asimismo, se destacan 2 fiestas de jerarquía 4, es decir de interés nacional, y otras 2 de jerarquía 2 o de interés local. En general, se trata de fiestas que aluden a un recurso natural de importancia local o a fiestas de tipo gastronómico/ productivo que reivindican la producción de alimentos o bebidas de la región. Todas ellas son fiestas orientadas a la familia, donde se puede disfrutar de diversas actividades secundarias como ferias de artesanos, comidas típicas y música en vivo.

En suma, se considera que los cuatro partidos vecinos al partido de Bahía Blanca, tienen en su haber un patrimonio cultural intangible, específicamente fiestas populares, capaces de atraer turistas locales y regionales que podrían utilizarse como herramienta al servicio del desarrollo turístico y económico local. No obstante, se reconoce el faltante de información en algunos casos. Quedará así pendiente para trabajos futuros realizar un relevamiento propio para indagar con mayor profundidad sobre el potencial turístico de dicho patrimonio, en particular para conocer su impacto económico y valor social y patrimonial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Assaf, A. & Scuderi, R.** (2020). Covid-19 and there covery of the tourism industry. *Tourism Economics*, 26 (5), 731-733. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/1354816620933712>.
- Bustos Cara, R.** (2001). Identidad, turismo y territorios locales. La permanente construcción de valores territoriales. *Aportes y Transferencias*, 5(1), 11-28.
- Cañada, E.** (2020). Turismos de proximidad, un plural en disputa. *Alba Sud*, 08-07-2020. Recuperado de <http://www.albasud.org/blog/es/1236/turismos-de-proximidad-unplural-en-disputa>.
- Cerezuela, B.** (2003). La información y documentación deportiva y los grandes eventos deportivos. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB. Recuperado de: http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp086_spa.pdf [10 de octubre de 2015].
- Centro Interamericano de Capacitación Turística, Organización de Estados Americanos, CICATUR-OEA** (1978). Metodología de Inventario Turístico. México
- Del Carril, A. & Gill, E.** (2008). *Cómo organizar eventos exitosos y fiestas inolvidables*. Editorial: Aguilar. Uruguay.
- Díaz Soria, I. & Llurdés Coit, J. C.** (2013). Reflexiones sobre el turismo de proximidad como una estrategia para el desarrollo local. *Cuadernos de Turismo* 32, 65-88.
- Diez, J. I., & Pasciaroni, C.** (2018). Análisis del sistema productivo de Bahía Blanca desde una mirada histórica. Trayectoria, estado actual y perspectivas. *H-industri@:R de historia de la industria, servicios y empresas en AL*, (22),71-94.
- Elías, S. & Leonardi, V.** (2017). El impacto de la Fiesta de Humedales de Villa del Mar en la economía y la identidad local. *Transitare Revista de Turismo, Economía y Negocios*, N°1 (3), 163- 187. Universidad de Anáhuac. Disponible en: <<http://transitare.anahuacoaxaca.edu.mx/index.php/Transitare/article/view/42/25>>

- Figuroa-Sandoval, B.** (2017). Patrimonio cultural de una localidad con potencial turístico en el altiplano potosino. *Agro Productividad*, 10(9).
- Foro Económico Global** (2020). Global Competitiveness Report: How Countries are Performing on the Road to Recovery. Recuperado de http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2020.pdf
- Fritz, C.** (2018). *Revalorización del Patrimonio Cultural de Coronel Pringles asociado a la Fiesta de los Lanares*. Tesina Lic. en Turismo. Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca.
- Gambarota, D.** (2023). Propuestas para diversificar la actividad turística de Pehuen Có (Argentina) a partir del análisis de sus atractivos. *Revista Pilquen. Sección Ciencias Sociales*, 26(1), 24-45.
- Gambarota, D. & Leonardi, V.** (2023). La acción comunitaria en los recursos paleontológicos de Pehuen Có, Buenos Aires (Argentina). *Pampa Revista Interuniversitaria de Estudios Territoriales*, N° 27.
- Gambarota, D.** (2020). Estrategia de desarrollo territorial termal en el Sudoeste Bonaerense. Tesis de doctorado en Geografía, Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca.
- García García, D. A. & Rivas Badillo, N.** (2007). *Usos turísticos del patrimonio industrial ferroviario en la ciudad de Puebla*. Tesis Licenciatura. Administración de Hoteles y Restaurantes. Departamento de Turismo, Escuela de Negocios y Economía, Universidad de las Américas Puebla. Disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/garcia_g_da/capitulo_2.html
- Gutiérrez, M.** (2020). Italia se suma a la oleada europea de barreras turísticas a España. *La Vanguardia*, 12-08-2020. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/economia/20200812/482792230505/italia-se-sumaa-la-oleada-europea-de-barreras-turisticas-a-espana.html>.
- Haywood, K.** (2020). A post COVID-19 future - tourismre-imagined and re-enabled. *Tourism Geographies*, 22(3), 599–609.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INDEC** (2010). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas. Disponible en: http://www.indec.gob.ar/ftp/censos/2010/CuadrosDefinitivos/P2-D_6_56.pdf. Consultado el 12/04/2023.
- Izcarra, C. & Cañada, E.** (2020). Staycation: ¿una forma de entender el turismo de proximidad? <http://www.albasud.org/blog/es/1203/staycation-una-forma-de-entender-el-turismo-deproximidad?fbclid=IwAR2OopmG1K0Q7zY1hiDW9AwNIrbhDWkAm16DxulxegkgSjzSM7Kgvx68KU> (Consulta 21/04/20).
- La Voz del Pueblo** (2022). "Indio Rico tuvo su primera Fiesta Provincial del Cordero al Disco". *Diario La voz del pueblo*, 21/02/2022 <https://lavozdelpueblo.com.ar/noticia/117361-Indio-Rico-tuvo-su-primera-Fiesta-Provincial-del-Cordero-al-Disco%0A>
- Matamala, R.; Leonardi, V.; Iozzo, S. & Santiago, C.** (2019). Activación del patrimonio natural en Villa del Mar (Buenos Aires, Argentina). Propuesta de acondicionamiento de un sendero turístico-recreativo. *Aportes y Transferencias*, Vol. 17 N° 2, 29-47.

- Ministerio de Turismo y Deportes** (2021). Temporada de verano 2021: más de 12 millones de personas se movilizaron por todo el país. Argentina: argentina.gob.ar/turismoydeportes. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/noticias/temporada-de-verano-2021-mas-de-12-millones-de-personas-se-movilizaron-por-todo-el-pais>
- Navarro, E., Ortega Palomo, G., y Torres Bernier, E.** (2020). Propuestas de reflexión desde el turismo frente al COVID-19. Incertidumbre, impacto y recuperación. Málaga: Universidad de Málaga. Recuperado de https://www.i3t.uma.es/wpcontent/uploads/2020/03/Propuestas-Reflexiones-TurismoImpactoCOVID_i3tUMA.pdf
- Organización Mundial del Turismo** (2020). El turismo retrocede a niveles de 1990 con una caída en llegadas del más del 70%. unwto.org. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-retrocede-a-niveles-de-1990-con-una-caida-en-llegadas-del-mas-del-70>
- Ortega, C.** (2010). Los eventos: funciones y tendencias. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Pinassi, A.** (2017). Patrimonio cultural, turismo y recreación. El espacio vivido de los bahienses desde una perspectiva geográfica. Bahía Blanca: Edius.
- Pinassi, A., Schenkel, E. & Martín Varisto, Y.** (2014). Los acontecimientos programados como alternativa de desarrollo turístico. *Rosa dos ventos*. 6(3), 428- 445. Universidade de Caxias do Sul. Disponible en: <http://ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/2701>
- Pizano Mallarino, O.** (2004). La fiesta, la otra cara del patrimonio: valoración de su impacto económico, cultural y social (Vol. 8). Convenio Andrés Bello. Bogotá, Colombia.
- Romagosa, F.** (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies*, 22(3), 690-694.
- Santiago-Romero, H.** (2016). Análisis del potencial agroecoturístico de Santiago Matatlán, Valle de Tlacolula, Oaxaca, México. *Agro Productividad*, 9(10).
- Secretaría de Cultura de la Nación.** (2009). Fiestas populares de interés turístico en la Argentina. Informe técnico conceptual: Definición de criterios para la distinción turística de las fiestas populares. Buenos Aires: Laboratorio de Industrias Culturales.
- Simancas Cruz, M., Hernández Martín, R., & Padrón Fumero, N.** (2020). *Turismo pos-COVID-19. Reflexiones, retos y oportunidades*. Universidad de la Laguna.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO** (2003). Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de París. Disponible en: <https://ich.unesco.org/es/convenci%C3%B3n>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO** (2017) *¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?* Disponible en: <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>
- Villaécija, R.** (2020). Una veintena de países Schengen ya tiene cuarentenas o restricciones a los viajes a España. *El Mundo*, 10-09-2020. Recuperado de <https://www.elmundo.es/economia/2020/09/07/5f54c7d3fc6c83e1138b4607.html>
- Zusman, P. & Winter, C. P.** (2018). Las áreas rurales y el patrimonio histórico-cultural. In: **Castro, H. & Arzeno, M.** (Coords.). *Lo rural en redefinición. Aproximaciones y estrategias desde la geografía*, 231-252. Buenos Aires: Biblos.

TURISMO DE CERCANÍA EN EL NOROESTE ARGENTINO.

El caso de las comunidades rurales de Yacoraite y Los Perilagos en la provincia de Jujuy

Viviana Mabel MARTÍNEZ,

Jorge Omar RAMOS

Sofía Soledad VELASQUEZ

Andrea Lorena VARGAS

INTRODUCCIÓN

En el marco de un mundo que se recupera paulatinamente de los estragos de la pandemia por Covid-19, especialmente en Argentina, que además enfrenta complejidades económicas, el turismo de cercanía emerge como una nueva oportunidad a la vez que presenta desafíos para los actores locales. En el caso de la provincia de Jujuy, durante los primeros meses de la pandemia, esta nueva modalidad de turismo estuvo enmarcada en el Programa Jujuy para los Jujeños llevado adelante por el Gobierno Provincial en coordinación con prestadores de diferentes regiones. En términos generales se observa desde entonces, una marcada tendencia a visitar destinos retirados de los centros urbanos pero caracterizada por una mayor brevedad temporal y espacial. En este sentido, lugares vinculados al turismo cultural y de naturaleza fueron los más demandados en la provincia, dando lugar con el correr del tiempo a que destinos como Yacoraite y los Perilagos fueran vistos con gran interés para la promoción de políticas que permitieran las inversiones en dichos territorios.

Sin embargo, en este marco se generaron tensiones y conflictos de intereses entre las comunidades locales, el sector privado y las autoridades gubernamentales. La diversidad étnica y cultural de estos territorios agrega una capa de complejidad a este fenómeno de cercanía. Comunidades indígenas y campesinas se hallan en una encrucijada entre la preservación de sus territorios y la oportunidad de aprovechar las coyunturas económicas que las nuevas modalidades de turismo presentan.

Este trabajo explora cómo las dinámicas turísticas emergentes impactaron en Yacoraite y los Perilagos, conduciendo a transformaciones significativas en su entorno natural, el tejido social local y la economía regional, como resultado del interés de inversores extracomunitarios. Por lo tanto, por medio de un análisis se busca poner en relieve cómo el turismo de cercanía catalizó el desarrollo de emprendimientos turísticos que se contraponen a los intereses de las comunidades locales y donde la falta de políticas orientada a un desarrollo sostenible ha propiciado temor e incertidumbre entre las comunidades afectadas frente a la posible aparición a futuro de fenómenos como la turistificación y la gentrificación.

TURISMO DE CERCANÍA EN JUJUY EN EL CONTEXTO DEL COVID-19

El turismo de cercanía, al ser una modalidad emergente, ha sido objeto de diversas definiciones por parte de varios autores, y este trabajo se basa en las contribuciones de algunos de ellos para lograr una aproximación comprensiva de esta modalidad. Según Ziperovich (2021) el turismo de cercanía, tan ponderado en tiempo de pandemia, rompe con los moldes tradicionales incorporando grandes posibilidades de actividades turísticas y recreativas en territorios cercanos a las grandes urbes. Particularmente, la ubicación de la ciudad de San Salvador de Jujuy, como un punto de distribución, facilita el acceso a múltiples atractivos turísticos en sus diferentes regiones en breves lapsos temporales, posibilitando a los visitantes regresar al punto de partida en pocas horas.

A la vez, Izcara & Cañada (2021) consideran que la proximidad o cercanía son categorías ambiguas y relativas, relacionándolas con distancias de hasta unas tres horas en transporte terrestre, lo que permitiría ir y volver al lugar de salida en un mismo día. Por consiguiente, estos autores coinciden que esta modalidad se caracteriza por la proximidad geográfica entre una determinada oferta turística y el lugar de residencia de sus visitantes. En el caso de Jujuy, existen numerosos circuitos que incluyen gran variedad de atractivos que se pueden visitar en un solo día, sin necesidad de pernoctar.

El caso específico de Uquía como turismo de cercanía en Jujuy es abordado por Orellana & Villarrubia (2023) en su estudio titulado "Resignificaciones del turismo cultural de cercanía vinculado con elementos patrimoniales inmateriales", en donde se señala que el pueblo aspira a consolidarse como un destino turístico. En contraste con destinos más concurridos, Uquía se presenta como una alternativa atractiva para aquellos que buscan seguridad sanitaria, descanso familiar y nuevas experiencias, optando por alejarse de los destinos turísticos convencionales. Se destaca la preferencia de los visitantes por pequeños alojamientos locales en lugar de grandes hoteles boutique, con la intención de vivir experiencias auténticas y distanciarse de las zonas turísticas más concurridas.

En virtud de estas definiciones es posible considerar al Programa *Jujuy para los Jujeños* implementado en mayo de 2020, como una política que surgió en respuesta para la reactivación de la actividad turística en el contexto de la pandemia por COVID-19 en correspondencia con esta nueva modalidad. Esta política permitió a los residentes jujeños explorar los destinos turísticos de su propia provincia, asegurando el cumplimiento de protocolos de circulación y bioseguridad establecidos por el Comité Operativo de Emergencia (COE). El propósito del programa fue fomentar el turismo intrarregional mediante la integración de servicios gastronómicos, alojamientos y actividades recreativas.

Así, Jujuy se convirtió en la primera provincia argentina en reactivar el turismo interno durante un período de circulación intermitente, intentando brindar asistencia a la planta turística en general. Ante las restricciones del turismo internacional y doméstico, "Jujuy para los jujeños" fomentó el turismo interno como una alternativa viable, ofreciendo a los residentes jujeños la oportunidad de explorar y

disfrutar de los atractivos de su propia provincia. Por medio de incentivos y promociones, este programa también permitió que estos viajes sean más accesibles para los residentes provinciales, quienes se convirtieron en los nuevos turistas locales.

MOTIVACIONES DE LOS NUEVOS TURISTAS LOCALES

El Gobierno de la provincia de Jujuy, con el propósito de mitigar la crisis del sector turístico y prevenir el cierre de empresas vinculadas al mismo, llevó a cabo un estudio exploratorio para identificar expectativas, preferencias y tendencias de los residentes jujeños hacia el consumo turístico. Este estudio tenía como objetivo determinar el perfil y las preferencias del nuevo público objetivo, contribuyendo así al diseño de políticas públicas. El Ministerio de Cultura y Turismo (MCyT) implementó dos encuestas digitales a nivel provincial durante el año 2020.

La primera encuesta, realizada en mayo antes del lanzamiento del programa, contó con 2293 encuestados. Los resultados indicaron una preferencia mayoritaria por viajar en familia (43%) y alojarse principalmente en cabañas (32%). Las regiones más destacadas fueron Quebrada (28.4%), Yungas (22%) y Valles (18%). En cuanto a las actividades recreativas, se observó una alta preferencia por actividades culturales y al aire libre. Solo el 20% optó por estancias de una noche, sugiriendo preferencia por viajes breves. La segunda encuesta, realizada entre el 12 y 15 de julio tras la implementación del programa, recopiló 616 casos. Los resultados revelaron que un alto porcentaje de turistas (72%) realizó viajes diurnos, siendo principalmente residentes de San Salvador de Jujuy. Las localidades más visitadas incluyeron Tilcara, Humahuaca y Purmamarca, seguidas en menor medida por destinos en los Valles. En cuanto a los servicios turísticos contratados, la gastronomía ocupó el primer lugar, superando ampliamente a otros rubros. Además, se observó que más de la mitad de los turistas (76%) participaron en el programa sólo en una ocasión.

En consecuencia, los resultados obtenidos revelaron que el comportamiento del turista jujeño concuerda con los patrones característicos del turismo de cercanía, evidenciándose en la preferencia por viajes de un día y la escasa elección de pernoctación. Las actividades más seleccionadas se corresponden con los tipos de turismo destacados en las regiones más votadas, siendo estos destinos objeto de análisis en el presente trabajo. Este estudio exploratorio en Jujuy puso de manifiesto la resiliencia del sector turístico, destacando su capacidad para adaptarse al nuevo contexto al transformar prácticas tradicionales y responder a las demandas del perfil actual de los consumidores. Los datos recopilados proporcionaron valiosos insights que reflejaron una clara consonancia con los patrones característicos del turismo de cercanía.

En este contexto, conforme a la perspectiva de Civitaresi & Colino (2018), la resiliencia adquiere relevancia al implicar capacidades más allá de la mera resistencia de una ciudad ante fenómenos adversos. Según estos autores, la resiliencia implica la habilidad para reconstruir el rumbo, adaptarse y/o transformarse positivamente ante nuevas condiciones, sin la pretensión de restablecer una

estabilidad perdida. En Jujuy, se perfilaba un enfoque de turismo de cercanía centrado en la revitalización de las conexiones interregionales, sujeto a las cambiantes condiciones sanitarias.

YACORAITE Y LOS PERILAGOS: CARACTERÍSTICA Y DEFINICIONES DE DOS FENÓMENOS EMERGENTES EN EL TURISMO DE CERCANÍA

A raíz de las interrupciones en la movilidad derivadas de la pandemia, destinos en la Provincia de Jujuy, que ostentan un significativo potencial cultural y natural, aunque menos solicitados, resurgieron como opciones para los visitantes locales. Dos de estos destinos destacados fueron Los Perilagos, ubicado en el Departamento El Carmen, correspondiente a la Región de Valles, y Yacoraite, situado en el Departamento Tilcara, dentro de la Región Quebrada. Aunque ambos destinos presentan características geográficas, socioculturales y naturales distintas, se han experimentado situaciones particulares en cada uno de ellos. La nueva modalidad de turismo propició la presentación, por parte del Gobierno Provincial, del Proyecto de Eco-urbanización Sectorial Ecoparque La Ciénaga en el caso de Los Perilagos, región habitada por comunidades campesinas. Mientras tanto, en Yacoraite, se establecieron infraestructuras (domos) destinadas a la actividad turística por parte de inversores ajenos a la comunidad originaria.

Turismo y territorio: el dilema del desarrollo en Yacoraite.

En cuanto a Yacoraite, esta es una localidad situada en el departamento Tilcara (Jujuy), próxima a la Ruta Nacional 9 al norte de Huacalera (Figura 1). Su población ha experimentado reubicaciones a nuevas zonas de cultivo debido a la pérdida de tierras por crecidas estivales, por lo que se han implementado proyectos para mejorar el riego y suministro de agua en la zona.

Figura 1: Localización Geográfica de Yacoraite



Fuente: Elaboración propia.

Según el censo de 2001, Yacoraite cuenta con una población de 138 habitantes, y se reconoce la existencia de múltiples comunidades indígenas: Comunidad Aborigen de Yacoraite, Comunidad de San José de Yacoraite y Comunidad El Angosto de Yacoraite, reflejando así su característica conformación poblacional. Pertenecientes al Pueblo Kolla, cada una de estas comunidades mantienen sistemas propios de organización social y cultural, y a la vez enfrentan desafíos similares en cuanto a la preservación de su territorio y su cultura, en particular frente a proyectos de desarrollo turísticos, así como otros de índole socio-económica.

En particular, la Comunidad Aborigen de Yacoraite forma parte del Registro de Comunidades Aborígenes de la Provincia de Jujuy, habiendo obtenido su personería jurídica provincial desde el año 2003. El conflicto en este destino se inició alrededor de diciembre de 2020 y fue desencadenado por la instalación no consultada de domos en tierras ancestrales por parte de empresarios foráneos, identificados como Rizotti Quevedo, Luis Austi e Ignacio Wiso.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a las autoridades comunitarias, estos empresarios obtuvieron un permiso de la Comisión Municipal de Huacalera para iniciar el proyecto turístico-inmobiliario; no obstante, la comunidad de Yacoraite, liderada por su presidenta Noemí Espejo, argumentó que este permiso fue concedido sin el consentimiento previo, libre, oportuno e informado de la comunidad tal cual lo garantiza la Constitución Nacional (CN), Artículo 75 inc 17, y tratados internacionales como el Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), lo que llevó a presentar denuncias penales y solicitar la intervención del Gobierno Provincial, incluyendo la Secretaría de Pueblos Indígenas y el Ministerio de Turismo. Sin embargo, la respuesta del gobierno hasta la fecha no ha sido clara ni concluyente, exacerbando la sensación de vulnerabilidad de la comunidad y resaltando la necesidad de un diálogo más efectivo y acciones concretas por parte de las autoridades.

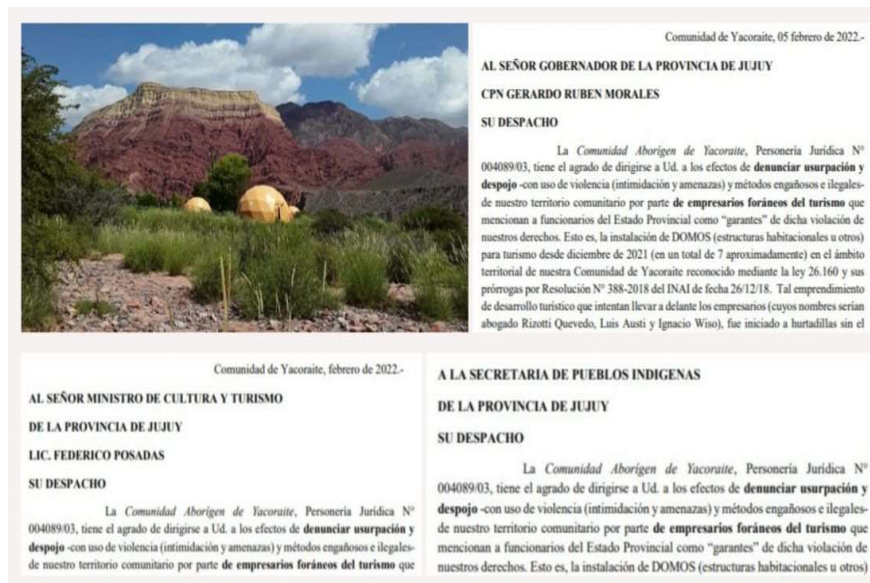
Según la investigación de Troncoso (2009) titulada "PATRIMONIO Y REDEFINICIÓN DE UN LUGAR TURÍSTICO: La Quebrada de Humahuaca, Provincia de Jujuy, Argentina", la oferta turística desarrollada en la Quebrada de Humahuaca, tras su incorporación en la lista de Patrimonio de la Humanidad (UNESCO, 2003) estaba orientada a la presentación de nuevos productos y servicios que hasta entonces no se ofrecían en el destino, abarcando aspectos no solo relacionados con la hotelería, sino también en términos de gastronomía y excursiones. El objetivo principal de esta iniciativa era atraer a un turista de alto poder adquisitivo mediante la provisión de servicios exclusivos, atención personalizada y el diseño de productos específicos adaptados a las exigencias de los turistas. De este modo, la situación en Yacoraite ilustra claramente dicha dinámica, donde por medio de la instalación de domos se muestran esfuerzos por introducir nuevos elementos turísticos en la región.

Por lo tanto, este conflicto no solo plantea preocupaciones legales y territoriales, sino también evidencia el impacto cultural y ambiental que tales proyectos pueden tener. La implantación de infraestructuras turísticas en zonas de valor cultural y natural es percibida, por la comunidad, como un

factor que conduce a una alteración irreversible de sus prácticas tradicionales, los sitios sagrados y la biodiversidad local, los cuales son considerados fundamentales para la identidad y la subsistencia de la comunidad.

En este sentido, la situación en Yacoraité subraya la importancia de desarrollar modelos de turismo de cercanía que sean inclusivos y respetuosos con las culturas y el medio ambiente locales, contruidos sobre la base de la consulta y el consentimiento de las comunidades afectadas (González, 2021). Los desafíos actuales que enfrenta esta comunidad en relación con el desarrollo turístico y la protección de su territorio evidencian la necesidad de políticas públicas que no solo respeten, sino que también promuevan activamente los derechos de las comunidades indígenas. La evolución de este conflicto proporciona un claro ejemplo de las tensiones que pueden surgir en la intersección entre el desarrollo turístico y la preservación de los derechos culturales y ambientales de las comunidades indígenas, resaltando la urgencia de enfoques más sensibles y participativos en la gestión de estas dinámicas (Imagen 1).

Imagen 1: Fotografía de la denuncia por parte de la Comunidad Aborigen de Yacoraité.



Fuente: <https://www.jujuydice.com.ar/>

Los Perilagos: desarrollo, ambiente y comunidad en disputa.

La región de Los Perilagos, situada al sur de la provincia en el departamento El Carmen, correspondiente a la Región Valles, se destaca geográficamente por su integración en el sistema de diques, entre los cuales se incluyen La Ciénaga, Las Maderas, Catamontaña, Los Alisos y los Molinos. La población de esta zona se caracteriza por su arraigo a la tierra y la práctica de sistemas agrícolas tradicionales. Estas actividades no solo sirven como medios de subsistencia, sino también reflejan una

profunda conexión con la identidad cultural de las comunidades, preservando prácticas gauchescas transmitidas de generación en generación.

Este enclave geográfico, enmarcado por la presencia de cuerpos lacustres y su proximidad a centros urbanos como El Carmen y San Salvador de Jujuy, ha propiciado la afluencia de visitantes, convirtiéndose en un espacio de recreación y encuentro para la población urbana, especialmente durante la temporada estival. Cabe señalar que la ciudad de El Carmen, debido a su cercanía, se promociona como un centro turístico, capitalizando la conexión con los atractivos naturales de Los Perilagos para potenciar su atractivo turístico regional (Figura 2).

Figura 2: Localización geográfica de Los Perilagos



. Fuente: Creación propia.

En cuanto a su denominación como Área Protegida de Los Diques, su origen legal se remonta a la Ley N° 4199/86 y su modificatoria a través de la Ley N° 5378/03. Esta legislación declaró la zona de expropiación de los Diques Las Maderas y La Ciénaga como "Zona de Paisaje Protegida", reconociéndola como un área modificada con atractivos naturales destinados al esparcimiento y al turismo. Posteriormente, la Ley N° 5365 designó a los Diques La Ciénaga, Las Maderas, Catamontaña, Los Alisos y los Molinos como "Área Natural Protegida de Diques", clasificándolos como "Reserva Natural de Uso Múltiple". Esta categorización implicaba una gestión orientada principalmente a la utilización de los recursos y servicios ambientales para satisfacer las necesidades de la comunidad local y regional en términos ambientales, sociales, técnicos y económicos. En 2017, la Ley N° 6049 introdujo un cambio significativo al transformar el área en un "Área de Desarrollo Sostenible de los Diques". Esta nueva modificación generó el conflicto entre las comunidades campesinas y los objetivos del Gobierno Provincial. Durante este período, la implementación de un Plan Maestro provocó

controversias al ser denunciado por las comunidades campesinas debido a la falta de consulta, contraviniendo normativas nacionales e internacionales (Imagen 2).

Imagen 3 : Fotografía de Los Perilagos durante la entrevista con miembros de la comunidad campesina, 2023



Fuente: Elaboración propia

Así, la Organización Campesina de los Perilagos, alineada con el Movimiento Nacional Campesino Indígena, sigue expresando en la actualidad su preocupación por estos desarrollos, resaltando el riesgo de la degradación ambiental y la pérdida del entorno natural considerado el "pulmón ambiental" de la zona. Según los testimonios recabados, la comunidad local ha manifestado su inquietud por las acciones de la Agencia de Desarrollo Sostenible de los Diques, interpretándolas como una amenaza directa a la subsistencia y a la herencia cultural de las familias locales.

Este conflicto no es aislado, se enmarca en un contexto más amplio de tensiones que surgieron entre 2017 y 2018, cuando el gobierno provincial modificó el estatus de la zona de reserva natural para transformarla en un área de desarrollo sostenible. Esta reasignación ha sido objeto de impugnación a través de un amparo ambiental, actualmente a la espera de resolución en la Corte Suprema de Justicia de la Nación. De acuerdo con los datos proporcionados por la comunidad local, se argumenta que la verdadera intención detrás de esta reetiquetación es facilitar la venta y el desarrollo inmobiliario, lo que amenaza la conservación y los derechos de las comunidades tradicionales.

De este modo, la comunidad de los Perilagos intentó detener en distintas ocasiones el avance del loteo de los territorios en pugna, los cuales son considerados por los pobladores locales como propios como resultado del derecho de posesión territorial. En particular, durante la pandemia, por medio de un amparo ambiental, la comunidad campesina consiguió la anulación de la factibilidad ambiental y la licitación en Los Perilagos; sin embargo, el Gobierno Provincial reactivó el proyecto en 2021, haciendo caso omiso del masivo rechazo expresado en una audiencia pública. En la actualidad, las comunidades

campesinas, compuestas por más de 100 familias continúan oponiéndose al proyecto, considerándolo un atropello contra sus modos de vida centrados en la agricultura y la ganadería. A pesar de sus esfuerzos anteriores, los intentos por mejorar su calidad de vida han sido infructuosos, destacándose así la persistente tensión entre el desarrollo y la preservación de las formas de vida tradicionales (Imagen 3)

Imagen 3: Fotografía de la protesta llevada a cabo por las comunidades campesinas de Los Perilagos, 2018.



Fuente: Movimiento Nacional Campesino de Jujuy.

Yacoraite y Los Perilagos: ¿hacia un desarrollo turístico sostenible?

La situación en Yacoraite y Los Perilagos refleja una realidad más amplia que el turismo de cercanía, donde las dinámicas de desarrollo se contraponen con las necesidades de conservación y respeto a las comunidades tradicionales. Para abordar estos casos, es fundamental hacer referencia al desarrollo turístico sostenible, un concepto definido a través de la Carta del Turismo Sostenible, la cual fue concebida durante la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible en Lanzarote en 1995. A través de esta declaración, se busca que dicho desarrollo sea abordado desde la perspectiva ecológica, económicamente viable y equitativa en términos éticos y sociales, especialmente en beneficio de las comunidades locales. Sin embargo, en la práctica, la realidad en Yacoraite y Los Perilagos evidencia desafíos significativos para la implementación efectiva de estos principios, ya que persiste un conflicto entre las dinámicas de desarrollo turístico y la preservación de los territorios comunitarios y su autogestión.

Por otra parte, la creciente popularidad de estos destinos entre los turistas locales y, por ende, la consideración de estos territorios como un potencial turístico (Boullón, 2006) ha incrementado la llegada

de visitantes, no así de turistas nacionales y extranjeros. Sin embargo, este espacio turístico potencial, de acuerdo al gobierno provincial, puede constituirse en un destino turístico a partir de la aplicación de políticas públicas fundadas principalmente en el desarrollo económico, apartándose de los aspectos socioculturales y ambientales. No obstante, en los casos mencionados, el turismo de cercanía también puede convertirse en una fuerza disruptiva, ya que es necesario tener en cuenta la capacidad de carga del destino. La planta turística de Los Perilagos y Yacoraite no cuenta con infraestructura y planta turística necesarias para gestionar adecuadamente el aumento de visitantes, lo que puede generar impactos negativos en el entorno y en la calidad de la experiencia turística.

CONSIDERACIONES FINALES

El turismo de cercanía en Jujuy, especialmente en espacios y comunidades rurales como las de Yacoraite y Los Perilagos, destaca una tensión fundamental entre el desarrollo turístico y la conservación de la cultura y el medio ambiente locales. Mientras presenta oportunidades económicas, también revela desafíos críticos en cuanto al respeto y protección de las comunidades indígenas y campesinas y su entorno natural. Este fenómeno enfatiza la necesidad de enfoques sostenibles y respetuosos en el desarrollo turístico, que equilibren los beneficios económicos con la conservación cultural y ambiental, e involucren activamente a las comunidades locales en la toma de decisiones. En este sentido el desarrollo sostenible no solo debe ser visto de los anteojos de lo económico, ambiental y cultural sino también desde la consulta previa, libre, oportuna e informada, más aún en territorios con alto componente étnicos que tienen una relación espiritual con los territorios donde se ubican

El turismo de cercanía, al enfocarse en destinos a poca distancia de los centros urbanos y en experiencias auténticas, tiene el potencial de ofrecer beneficios económicos a las comunidades locales. Sin embargo, el caso de Yacoraite muestra que, sin una consulta previa, libre, oportuna e informada, el turismo de cercanía puede convertirse en una fuente de conflicto y despojo. Por tanto, es imperativo que los proyectos turísticos se desarrollen de manera sostenible y con un respeto por los derechos y la cultura de las comunidades indígenas, asegurando que sean los beneficiarios directos y los guardianes de su propio patrimonio cultural y natural.

El turismo de cercanía en espacios y comunidades rurales como Yacoraite y Los Perilagos en la provincia de Jujuy se presentó como una nueva oportunidad de desarrollo económico y cultural en el contexto de la pandemia por COVID-19. Este modelo de turismo, que se caracteriza por promover experiencias auténticas y sostenibles en proximidad a los centros urbanos, demostró ser una alternativa viable para la reactivación del sector turístico en regiones y espacios rurales.

A pesar de que el turismo de cercanía en Jujuy, en el contexto de la pandemia, estuvo inicialmente dirigido a residentes locales con un poder adquisitivo limitado, este fenómeno condujo al redescubrimiento de destinos escasamente demandados. Por ende, el potencial natural y cultural patrimonial de estas regiones despertó el interés de inversores no locales, orientados hacia un turismo

de alto poder adquisitivo. Sin embargo, este enfoque generó tensiones y conflictos de intereses entre las comunidades locales, el sector privado y las autoridades gubernamentales, propiciando temor e incertidumbre entre las comunidades afectadas frente a la posible aparición de fenómenos como la turistificación y la gentrificación.

En este contexto, la afirmación de Soria y Coit (2013) cobra relevancia, ya que señala que muchas iniciativas turísticas de desarrollo local en general no consideran las demandas de las comunidades locales.

Por lo tanto, este trabajo de investigación considera que la construcción e implementación de políticas turísticas deben realizarse desde un enfoque endógeno que promuevan activamente la participación de las comunidades indígenas y campesinas involucradas, junto con la adopción de criterios de sostenibilidad, son pasos cruciales hacia un turismo de cercanía que beneficie a todos los actores involucrados.

El turismo de cercanía en Yacoraite y Los Perilagos ejemplifica la intersección entre el desarrollo turístico y la preservación de los derechos culturales y ambientales de las comunidades locales. Para garantizar un desarrollo turístico sostenible en estas regiones, es fundamental adoptar enfoques sostenibles, participativos y éticos que respeten la identidad cultural, el patrimonio natural y las necesidades de las comunidades locales. La implementación de políticas públicas que promuevan activamente los derechos de las comunidades indígenas y campesinas, junto con la adopción de criterios de sostenibilidad, son pasos cruciales hacia un turismo de cercanía que beneficie a todos los actores involucrados.

En Jujuy, esta modalidad de turismo se presentó en los anteriormente mencionados espacios y comunidades, como una nueva oportunidad de desarrollo económico y cultural en el contexto de la pandemia por COVID-19. Caracterizada por el fomento de experiencias auténticas y su proximidad a centros urbanos, esta tendencia ha demostrado ser una alternativa viable para la diversificación de la oferta turística provincial, a la vez que ha generado cuestionamientos acerca del tipo de desarrollo a implementar

Si bien durante la pandemia el turismo de cercanía en la provincia se orientó inicialmente a residentes jujeños cuyo poder adquisitivo es, en su mayoría, limitado respecto a la demanda nacional e internacional. Por lo tanto, este fenómeno condujo a la visibilización de destinos poco conocidos con atractivos con gran potencial, natural y cultural. Consecuentemente, el interés de inversores no locales, enfocados en un turismo de alto poder adquisitivo encontró acompañamiento de autoridades gubernamentales provinciales y municipales. Sin embargo, este enfoque generó tensiones y conflictos de intereses entre las comunidades locales, el sector privado y el gobierno, causando inquietud y desconcierto frente a la eventual manifestación de situaciones vinculadas a la turistificación y la gentrificación.

Por otra parte, cabe señalar que la adopción de criterios de sostenibilidad se presenta como un paso crucial hacia cualquier modalidad de turismo especialmente en territorios con gran componente multiétnico y pluricultural como la Provincia de Jujuy, donde se requiere una construcción endógena sobre cualquier actividad que las afecten, en especial el turismo.

En conclusión, Yacoraité y Los Perilagos ilustran la intersección entre el desarrollo turístico y la preservación de los derechos culturales y ambientales de las comunidades locales. Para asegurar un desarrollo turístico sostenible en estas regiones, es esencial adoptar enfoques sensibles, participativos y éticos que respeten la identidad cultural, el patrimonio natural y las necesidades de las comunidades locales. Se destaca la importancia de continuar con la implementación de políticas públicas que promuevan activamente los derechos de las comunidades indígenas y campesinas, junto con la adopción de criterios de sostenibilidad. Estos pasos son cruciales hacia un turismo de cercanía que beneficie a todos los actores involucrados, asegurando un equilibrio armonioso entre el desarrollo turístico y la preservación de los valores locales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Boullon, R.** (2006). Espacio turístico y desarrollo sustentable. Centro de Investigación Turística, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata. **Civila Orellana, V. & Villarrubia Gómez, A.P.** (2023). "Uquía Argentina, siempre estuvo cerca. Resignificaciones del turismo cultural de cercanía vinculado con elementos patrimoniales inmateriales". En Schlüter, R. G. & Puig, A. (coord.), Turismo en tiempos de cambio: los desafíos del Siglo XXI. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Buenos Aires.
- Civila Orellana, V., & Villarrubia Gómez, A.P.** (2020). Lazo social y gobernanza participativa en Jujuy: Turismo y patrimonio en pandemia y pospandemia. *Troncoso*, 18, 144-160.
- Civitaresi, H. M., & Colino, E. D. V.** (2018). Turismo, transformaciones territoriales y resiliencia: Bariloche como evidencia de una ciudad turística intermedia Argentina.
- Díaz Soria, I., & Llurdés Coit, J. C.** (2013). Reflexiones sobre el turismo de proximidad como una estrategia para el desarrollo local. *Cuadernos de Turismo*, (32), 65-88.
- Izcara, C., & Cañada, E.** (2021). Transformar el turismo desde la proximidad: ¿Cómo abordamos el debate en Cataluña? Serie Informes en Contraste, núm. 19. Alba Sud Editorial.
- Ramos, et al.** (2023) ¿El territorio de quién es? Turismo, Eco Parque, estado y familias Campesinas/Indígenas. Problemáticas en torno al desarrollo urbanístico en los Perilagos, Jujuy. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy. (inédita)
- Ziperovich, A.** (2021). Las potencialidades del turismo rural en espacios periurbanos. En P. Walter & G. Gallo (Eds.), *Biocorredores y turismo de cercanía: Memoria de seminarios realizados en 2021 (Capítulo II)*.

Páginas Web Consultadas

Jujuy Dice. (2019). Audiencia por el intento de desalojo en los Perilagos zona de los diques. Disponible en: <https://www.jujuydice.com.ar/noticias/jujuy-3/audiencia-por-el-intento-de-desalojo-en-los-perilagos-en-la-zona-de-los-diques-46855>. Consultado el 25 de noviembre de 2023.

Página 12. (2022). Jujuy: Comunidad originaria Yacoraite denuncia la construcción de un emprendimiento turístico en sus tierras. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/406120-jujuy-comunidad-originaria-yacoraite-denuncia-la-construccion>. Consultado el 30 de noviembre de 2023.

Página 12. (Sin fecha). El gobierno de Jujuy insiste con la venta de tierras de una. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/475232-el-gobierno-de-jujuy-insiste-con-la-venta-de-tierras-de-una>. Consultado el 12 de diciembre de 2023.

Jujuy Al Momento. (Mayo 2023). Conflicto en los Diques: crónica de una embestida contra el ambiente y las comunidades. Disponible en: <https://www.jujuyalmomento.com/diques/conflicto-los-diques-cronica-una-embestida-contra-el-ambiente-y-las-comunidades-n153669>. Consultado el 5 de diciembre de 2023.

El Expreso de Jujuy. (2023). El Carmen: FAMILIAS CAMPESINAS, RECHAZAN PROYECTO INMOBILIARIO EN ZONA DE LOS DIQUES. Disponible en: <https://elexpresodejujuy.com.ar/contenido/12788/el-carmen-familias-campesinas-rechazan-proyecto-inmobiliario-en-zona-de-los-diqu>. Consultado el 22 de diciembre de 2023.

Jujuy Dice. (2023). Yacoraite: instalaron domos en sus territorios y pidieron ayuda al gobernador; sin ayuda, conviven con usurpadores. Disponible en: <https://www.jujuydice.com.ar/noticias/jujuy-3/yacoraite-instalaron-domos-en-sus-territorios-y-pidieron-ayuda-al-gobernador-sin-ayuda-conviven-con-usurpadores-51736>. Consultado el 18 de noviembre de 2023.

Documentos y Convenciones de Consulta

Área Natural Protegida “Los Diques”. Ley N° 5.365.

Carta de Turismo Sostenible, C. (1995). Conferencia mundial de turismo sostenible. Lanzarote, Islas Canarias, España.

Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia de Jujuy. (2001). Censo 2001.

Gobierno de la Provincia de Jujuy. (2019). Proyecto “Ecoparque La Ciénaga”, Plan Maestro del Área de Desarrollo Sostenible de Los Diques- El Carmen.

Ley N° 5365. Área Natural Protegida “Los Diques”

Ley N° 6049. Transformase el Área Natural Protegida “los Diques”, creada por Ley No 5.365, en Área de Desarrollo Sostenible de los Diques.

Ley N° 6299. Modificación del Artículo 17 de la “Ley N° 6049”

Ley No 5198. Marco para la Actividad Turística.

Ley N° 5319. Reglamentaria De La Ley Marco Para La Actividad Turística N° 5198.

Ley No 6.177/2.020. “Emergencia Turística en la Provincia de Jujuy”

Proyecto Final. Eco Parque La Ciénaga, El Carmen, (2022). Jujuy

Plan Maestro Manejo Sustentable, cuenca los Pericos Manantiales. (2004). Jujuy.

Resolución N° 461 – SCA/19 – Pre Factibilidad Ambiental, (2021). Jujuy.

Sentencia definitiva. C-164.01/2020 caratulado: “Amparo colectivo/ambiental_ Arias Cardozo, Hernan y otros c/ Estado Provincial – Agencia de Desarrollo Sostenible de los Diques y otros”, (2020).

Reuniones asistidas

Audiencia pública para el “Proyecto Integral de Servicios y Alojamiento con Fines Turísticos y Desarrollo Inmobiliario” en la comunidad campesina de Los Perilagos Audiencia por proyecto turístico (eltribuno.com)

DOOM TOURISM Y PATRIMONIO RURAL CONSTRUIDO

Una visión del patrimonio ferroviario en Argentina

Regina G. SCHLÜTER

INTRODUCCIÓN

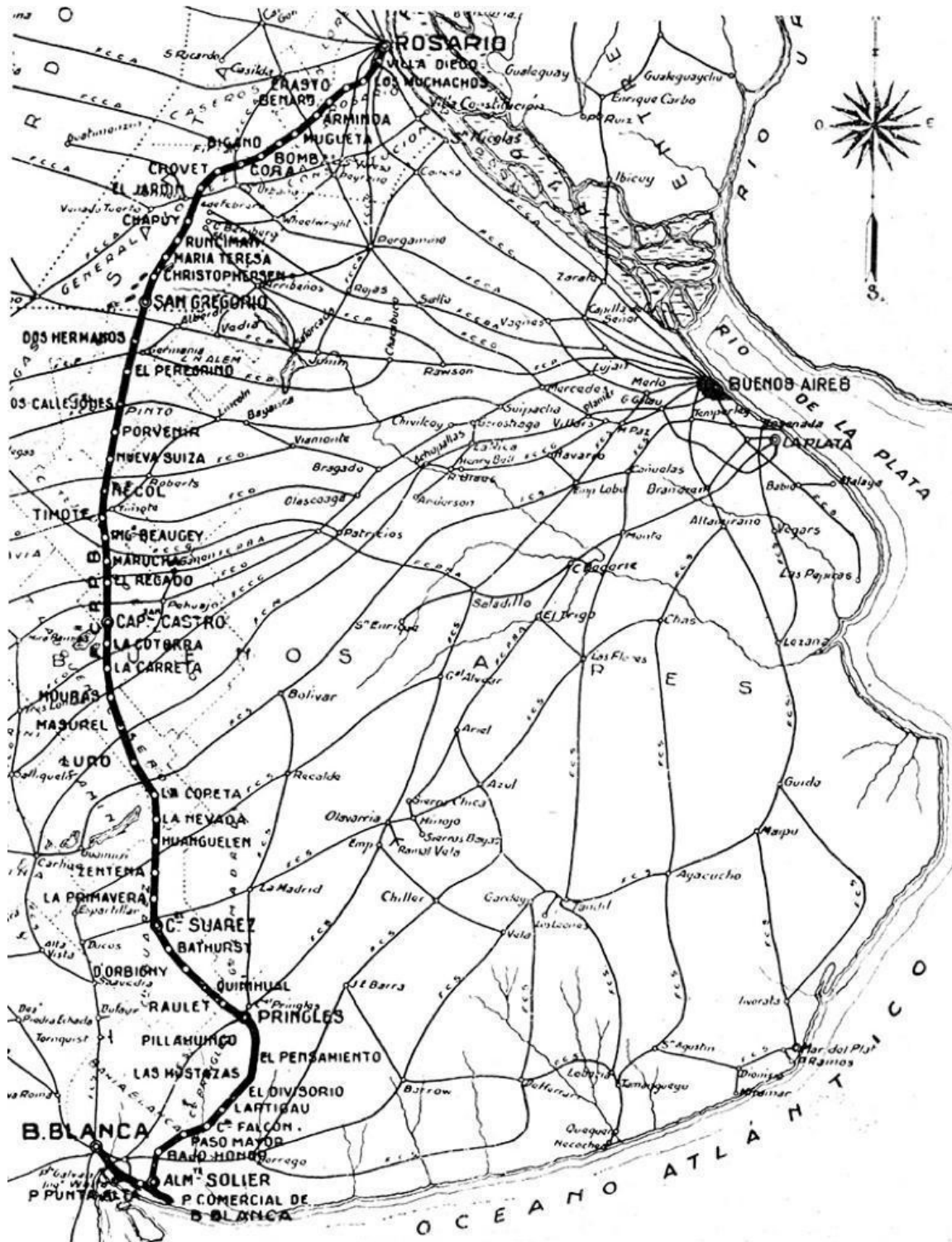
Con la aparición del calentamiento global surgió una nueva forma de turismo denominada en inglés *Doom Tourism*; más conocida como la última oportunidad para visitar un sitio que está en camino de desaparecer. Inundaciones, sequías, deshielos y otras formas de problemas climáticos se engloban en esta forma de turismo (Frew, 2003).

Myron Madden (2019) amplía el concepto haciendo referencia a cinco destinos muy populares como por ejemplo Machu Picchu, Perú, debido en este caso, a la contaminación y al exceso de visitantes, o el Parque Nacional Los Glaciares, en el estado de Montana (EEUU) los que pronto no podrán ser visitados. Lemelin et al. (2010) hacen referencia a los operadores turísticos que se empeñan en enviar contingentes a áreas sensibles, en particular el Ártico, para ser testigos de su desaparición. Johnson (2013) afirma que la necesidad de contar con una última oportunidad de visitar un lugar a punto de desaparecer agrava la situación al añadir una presión adicional. Si se piensa que ver estos lugares puede crear una conciencia de conservación, en realidad no se observa que la situación mejore sino que, por el contrario, empeora.

Diferentes autores, incluyendo a Lemelin et al (2010); mencionan la similitud que existe entre *Doom Tourism* y turismo oscuro, concepto ampliamente estudiado por Korstanje (2016; 2015; 2011). También se pueden incorporar al término *Doom Tourism* a los sitios patrimoniales que desaparecen por desidia y/o negligencia de la población o de entes gubernamentales que no actúan en su conservación. La finalidad en estos casos es que el continuo deterioro incentive su destrucción para luego apropiarse de los terrenos con otros fines.

Este es el caso al que se hará referencia en el presente trabajo cuyo eje lo constituyen las estaciones de la línea férrea que, desde las proximidades de la ciudad de Bahía Blanca en el sur de la provincia de Buenos Aires, Argentina, se dirigía hacia la ciudad de Rosario, provincia de Santa Fe, Argentina (Ver Mapa 1). Fue desactivado en 1977, aunque algunos tramos siguieron funcionando solamente como ferrocarril de carga hasta 1992 cuando una gran inundación hizo irreversibles las vías entre Huanguelén y la estación La Nevada. A medida que el tren dejó de detenerse en las estaciones éstas fueron sufriendo luego un gran deterioro por falta de mantenimiento pero, principalmente, por saqueos.

Mapa 1: Recorrido del FC Francés desde Puerto Belgrano a Rosario



Fuente: Chalier, G. 2014

Estas estaciones fueron redescubiertas al ir disminuyendo las restricciones de desplazamiento impuestas por la pandemia del COVID 19. Los habitantes de los lugares próximos comenzaron a huir de sus hogares por el día, recorriendo caminos de tierra, volviendo a acercarse a viejos almacenes/pulperías y estaciones ahora abandonadas y que en otras épocas fueron su lugar de pertenencia. El deterioro generó una sensación de impotencia pero en la medida de las posibilidades llevó a crear acciones para revertir la situación negativa que se observaba. Con el fin de la pandemia apareció una nueva forma de turismo: el cicloturismo (*bike tourism*) practicado por jóvenes que con la mochila al hombro recorrían caminos de tierra en busca de aventuras. Al principio no se alejaban demasiado de su lugar de residencia, aunque pronto se unieron a estas excursiones jóvenes de diferentes lugares de la ciudad y de la provincia de Buenos Aires.

En este artículo se hará referencia solamente a las estaciones del sudoeste de la provincia de Buenos Aires, Argentina, localizadas en los partidos de Coronel Rosales, Coronel Pringles y Coronel Suárez. Forma parte de un trabajo en curso mucho más extenso que comprende a la primera estación de gran porte que por algunas décadas formó parte de este servicio ferroviario, y los problemas surgidos por las inundaciones que se originaron en un área de lagunas denominadas Las Encadenadas.

LOS FERROCARRILES EN ARGENTINA- ESTACIONES, TURISMO Y GASTRONOMÍA

Los ferrocarriles tuvieron un rol clave en el desarrollo y consolidación del modelo económico de Argentina entre finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX. Entre otras razones, porque facilitaron la incorporación al territorio nacional de nuevas tierras para la actividad agrícola y ganadera al dinamizar los traslados y la comunicación (Museo Roca <https://museoroca.cultura.gob.ar/>). Su diseño fue realizado en forma radial convergiendo en el puerto de Buenos Aires (Mapa 2), hacia el cual llegaban los productos de la rica región cerealera. Fueron construidos prácticamente en su totalidad por capitales ingleses –con una muy escasa participación de franceses y belgas- lo cual mereció grandes críticas por parte de Raúl Scalabrini Ortiz (2009) uno de los principales estudiosos del tema.

También el ferrocarril fue considerado de vital importancia para el desarrollo de centros turísticos. Por ello, para fomentar al turismo lo primero en que se pensaba fue en la construcción de un hotel de lujo y la llegada del ferrocarril al sitio. Es así como con el arribo del tren en 1888 y en 1934, respectivamente, se desarrollaron los dos más importantes centros turísticos de Argentina: Mar del Plata sobre la Costa Atlántica de la provincia de Buenos Aires y San Carlos de Bariloche, en el norte de la Patagonia. Los trenes brindaban confort y seguridad, y al considerar lo precario de los caminos de la época, eran el transporte ideal.

Asimismo, cuando se avanzaba con la construcción de diferentes ramales se descubrían lugares sumamente pintorescos y, próximo a la estación ya diseñada, se instalaba un importante hotel. La empresa de capitales británicos contaba para este fin con una cadena propia, la Compañía

Sudamericana de Hoteles (Schlüter, 2003). Uno de ellos fue el Sierras Club de Sierra de la Ventana (provincia de Buenos Aires).

Mapa 2: Configuración de la traza de los ferrocarriles ingleses en relación al ferrocarril francés (traza gruesa) en el área próxima a Rosario



Fuente: Minervino 2014

Después de la Primera Guerra Mundial la economía de Gran Bretaña quedó debilitada y no se lograron hacer las inversiones necesarias para un mantenimiento de gran calidad. La situación empeoró después de la Segunda Guerra Mundial y, en 1948, el gobierno argentino nacionalizó a todas las líneas férreas, incluso a los pocos ramales franceses y belgas. Los ramales cambiaron de nombre por el de un prócer cuyo accionar fue relevante en el territorio por donde pasaba el ramal. En el sudoeste de la provincia de Buenos Aires, donde operaba el Ferrocarril del Sud, los ramales cambiaron por FC Roca mientras que el único que se construyó con capitales franceses, es decir la línea de Puerto Belgrano a Rosario, cambió su nombre por línea Mitre.

Los ferrocarriles alcanzaron su apogeo después de la nacionalización con el incremento de sus recorridos, alcanzando unos 47.059 kilómetros de vías en 1960 (Thunnard, 2016). El mismo autor señala que Argentina hizo después lo mismo que muchos países con importantes sistemas ferroviarios: no le veían el sentido a realizar grandes inversiones para modernizar la flota cuando el transporte por carretera iba ganando adeptos y desplazando lentamente a los ferrocarriles. El cierre de los ferrocarriles comenzó a partir de 1976 con la llegada al poder del gobierno cívico militar y se profundizó a partir de 1989 con el gobierno del entonces presidente Carlos Menem. Algunas líneas fueron totalmente desafectadas, otras pasaron a transportar exclusivamente cargas. Otras más afortunadas ofrecían servicios de pasajeros en forma espaciada debido al mal estado de las vías.

Muchos pueblos fueron abandonados lentamente quedando en algunos casos sólo algunas personas mayores. En ocasiones estas personas no bajaron los brazos y encontraron alternativas para devolver la vida a los pueblos (Schlüter; Norrild & Navarro, 2013). Un tema muy estudiado debido al éxito logrado es Tomás Jofré, en las cercanías de la ciudad de Buenos Aires, que se convirtió en un importante polo gastronómico. La localidad prosperó en todos los sentidos (Navarro & Schlüter, 2010). Otro caso similar próximo a la ciudad de Buenos Aires es el de Carlos Keen. Se comenzó restaurando la estación y una vez terminadas las tareas se incentivó la llegada de grupos interesados en el patrimonio histórico cuyos integrantes enseguida buscaron complementar la visita con un buen almuerzo. Así, al igual que en el caso de Jofré, se fueron instalando restaurantes especializados en carne y pasta mientras la afluencia de personas fue creciendo.

Estos dos ejemplos no son los únicos de recuperación de estaciones ferroviarias con el aporte de la gastronomía. La cercanía a la ciudad de Buenos Aires y su conurbano conforman una densidad poblacional muy grande y con recursos suficientes para este tipo de escapadas (Schlüter & Navarro, 2011). Con la llegada del COVID 19 dejaron de ser “escapadas” para convertirse, una vez levantada la cuarentena, en destinos de cercanía.

En el sudoeste de la provincia de Buenos Aires se dio un caso similar con la puesta en valor de la estación Faro, en un área próxima a la ciudad de Bahía Blanca. La estación fue totalmente reacondicionada como broche de oro de la Ruta de los Olivares y, con el apoyo de la Universidad Nacional del Sur, sumado a la cooperación de organismos públicos y privados que dieron origen al Museo Histórico y Centro Cultural de Faro (Pinassi, 2023).

Línea Puerto Belgrano (Oeste provincia Buenos Aires) – Rosario (Sur provincia Santa Fe)

Fue un ferrocarril construido con capitales franceses y, a diferencia de los británicos, corría de norte a sur (Coleman, 2021). Unía Rosario (con puerto sobre el río Paraná) con Puerto Belgrano, sobre el Océano Atlántico, muy próximo a la ciudad de Bahía Blanca. Comenzó a funcionar en 1910, aunque Chalier (2015), al igual que Coleman (2021), vieron que contaba con muy pocas posibilidades de éxito.

Una de las razones fue que a lo largo de sus 800 kilómetros -si se exceptúa a Rosario- únicamente Coronel Suárez, Coronel Pringles y Punta Alta, al sur de la línea, contaban con poblados de alguna importancia, pero ninguno de ellos superaba en ese momento los 10.000 habitantes. El resto de la traza pasaba por parajes desolados y las estaciones estaban prácticamente en medio del campo. De allí que el tráfico no fuese el esperado, alcanzando solamente cubrir el 60% de los gastos derivados de la explotación del ramal (Chalier, 2015).

Chailier (2015) también hace referencia en su ponencia a las dificultades encontradas para la traza de la línea:

El tendido de las vías a través de las llanuras rara vez presentaban obras de ingeniería de la magnitud requerida por la línea Rosario-Puerto Belgrano, dados los muchos cruces ferroviarios y la naturaleza del terreno, pródigo en cursos de agua de diverso tamaño. Existían a lo largo de la línea treinta y tres puentes de longitud variada, allí donde las vías debían salvar las de otras compañías, cuyo largo total era de 857 metros. Asimismo había cuarenta y cuatro puentes que cruzaban ríos, que totalizan 271 metros en su tendido, además del más largo de ellos: el del Sauce Grande, con armazón de hierro y 266 m de extensión y que hoy todavía puede verse en todo su esplendor (Fotografía 1).

Fotografía 1: Ingreso a los siete puentes sobre el río Sauce Grande



Foto: Cristian Jara, 2023

Minervino (2014) señala que:

Como en toda obra ferroviaria, el tendido ocupó toda una franja de terreno a lo largo de sus casi 800 kilómetros de recorrido, conformando una especie de ciudad lineal donde aparece, en toda su extensión, el apoyo necesario para el funcionamiento del tren y de sus cargas. Esto derivó en la ejecución de 56 estaciones, distribuidas una cada 15 kilómetros, conformadas por el edificio para pasajeros –con sectores de boletería, salas de espera, oficina del jefe, telégrafo–, los galpones de acopio, sanitarios, casillas de señales y tanques de agua. La mayoría de esas construcciones brindan hoy crudo testimonio del abandono y el olvido de la línea. Muy pocas se han salvado del vandalismo, otras pasaron a ser parte de pueblos fantasmas y muchas aparecen perdidas en el medio de la llanura. Su arquitectura –similar a la desarrollada por los ingleses (ladrillera, cubierta de teja, volúmenes puros)–, tiene como particular detalle de diseño que su cubierta sobre los andenes termina “a contrapendiente” dando un rasgo singular a las mismas (Fotografía 2).

Fotografía 2: Detalle característico del techo sobre el andén. Estación El Pensamiento



Foto: Cristian Jara, 2023

No obstante, hay que destacar que los techos que se observan en el sudoeste bonaerense son de chapa; otro detalle visible es que las paredes son de ladrillo a la vista y los marcos son de color blanco en vez del clásico turquesa, celeste o verde, de los ingleses.

Alrededor de estas estaciones aisladas en el medio del campo se fueron formando pequeños poblados con sus escuelas, clubes sociales y deportivos y almacenes que hacían a la vez de pulperías donde se podía tomar una tradicional caña -o alguna otra bebida alcohólica- al mismo tiempo que adquirir los víveres necesarios para completar la dieta cotidiana. Pinassi (2023b) señala que

... los almacenes de ramos generales y las pulperías, junto a los clubes rurales, han cobrado protagonismo en los pueblos y parajes. Conforman puntos de encuentro e intercambio social de las clases trabajadoras. Hoy en día atraviesan un proceso de revalorización patrimonial y turística que los transforma en espacios de ocio popular, no solo para visitantes, sino principalmente para la población rural que los utiliza como sitios de recreación y esparcimiento.

En 1977 le alcanzó la privatización al ramal. Pero más que una privatización fue un cierre definitivo, sugiriéndose también que se levantasen las vías para que nunca más circulara. Los ferroviarios junto con sus familias fueron trasladados a Rosario y a Retiro (ciudad de Buenos Aires) y quienes se negaban a irse eran despedidos sin derecho a indemnización alguna (Horni, 2017).

Se decía que este medio de transporte no tenía más cabida en un mundo donde otros se mostraban más competitivos. Pero la verdadera razón estaba fundada sobre el resultado de una muy mala administración y de una falta de mantenimiento conveniente. Cabe agregar además que muchos

de aquellos que contribuyeron a hacerlo caer ocupaban cargo en el gobierno siendo a su vez, empresarios del transporte de ruta; colectivos y camiones. Muchos creen que esta fue la real causa de tamaña decisión (Horni, 2017:85).

El cierre del ferrocarril incidió en la disminución de la población de los pequeños pueblos que se habían creado a su alrededor. Archetti (2009:5) *señala que la muerte del tren y el triunfo del auto y el camión, así como los cambios tecnológicos pampeanos, trajeron una fuga constante de población y cierto aislamiento. Esto último porque el tren no fue reemplazado por rutas mejores o sea que a la mínima lluvia los caminos se vuelven intransitables para autos normales.*

Pero lo que realmente llevó a su desaparición fueron los cambios en el mundo rural que hicieron que los campos se fueran despoblando y las familias que antes los habitaban se trasladaran a las localidades próximas. Hubo un cambio en la agricultura que favoreció a las oleaginosas frente a los cereales (Barsky & Gelman 2009) pero de mayor impacto fue la disminución del área ganadera que precisaba de mano de obra permanente frente a la agricultura que requería muy escaso mantenimiento ya que los alambrados y los molinos dejaron de tener importancia y los trabajos que debían realizarse eran muy estacionales. No obstante, según Ratier (2009) quien se crio en el campo, sin importar adonde la vida lo llevara, nunca olvida sus raíces y siempre se consideraba “de campo”.

Con el cierre del ferrocarril las estaciones fueron saqueadas y lo que no se pudo robar se destruyó. Muy difícil imaginar tanto odio y tanta maldad (Horni 2017). Esto no sucedía sólo en los pequeños pueblos rurales sino también en las ciudades donde incluso el daño fue mayor. Un ejemplo es Coronel Pringles donde una vez que todo había sido robado se instalaron personas y el lugar se convirtió en un basural y desarmadero de coches haciendo muy peligroso circular por el área. La situación mejoró con una intervención oficial y los ocupantes ilegales fueron desalojados. Actualmente el lugar, si bien destruido, presenta un rasgo de prolijidad.

DE PUNTA ALTA A ZENTENA. UNA VISIÓN DE DIFERENTES REALIDADES

El área analizada se extiende desde Punta Alta, en las inmediaciones de Puerto Belgrano, hasta Zentena, perteneciente al partido de Coronel Suárez. Abarca tres municipios: Coronel Rosales, Coronel Pringles y Coronel Suárez. En Bajo Hondo, Coronel Pringles y Coronel Suárez hay sendas estaciones pertenecientes al F. C. Roca

En estos municipios prácticamente todas las instalaciones ferroviarias, tanto de los pueblos como parajes contaban con la misma disposición. A partir de la década de 1990 la empresa y todos sus activos fueron concesionados a Ferroexpreso Pampeano (FEPSA), una empresa privada dedicada al transporte de cargas.

Para las localidades en estudio la empresa tiene su sede en la ciudad de Olavarría, centro de la provincia de Buenos Aires. Está bajo responsabilidad de FEPSA el rectángulo que encierra todos los edificios y aspectos relacionados con el servicio, cubriendo una superficie de 20 hectáreas. Va desde la estación hasta las señales, torres de agua y viviendas del personal, etc. Es por esta razón que cuando se otorga permiso de radicación a personas que se comprometen a habitar y cuidar de las estaciones se les asigna el terreno circundante para que realicen una actividad adicional, como por ejemplo tener ovejas, criar animales de corral o realizar un huerto de manera que puedan contar con un ingreso de dinero.

A lo largo del recorrido analizado se encuentran las estaciones que se mencionan a continuación.

Partido de Coronel Rosales

ALMIRANTE SOLIER: UN EJEMPLO A SEGUIR

La estación Almirante Solier, en Punta Alta, localidad muy próxima a Bahía Blanca, fue a partir de 1959 punta de rieles y está perfectamente restaurada. Es sede de muy variadas actividades culturales que incluyen al tango. En lo que era la entrada de pasajeros hay un muy cuidado jardín; la parte del andén también está excelentemente bien cuidado (Fotografía 3) y aunque ya no hay vías permite un muy buen estacionamiento vehicular.

Fotografía 3: Antiguo andén de Almirante Solier



Foto: Cristian Jara, 2023

BAJO HONDO: UNA TRISTE DESPEDIDA

Es una localidad que cuenta con 164 habitantes cuya vida transcurre en los alrededores de la estación del FC Roca. Si bien circulan trenes, al ser de carga y no detenerse, no se hace necesario que la estación se mantenga abierta. Bajo Hondo también cuenta con un molino harinero en el que se produce alimento balanceado. La estación del FC Mitre se encuentra a corta distancia - aproximadamente 600 metros- y sin ninguna vivienda en sus proximidades. El daño sufrido es muy grande (Fotografía 4), no quedando posibilidades de recuperación. En el mismo predio es posible observar más de veinte cerdos y dos caballos, fuertemente custodiados por cuatro perros atados a sendas cadenas.

Fotografía 4 Destrucción de la estación Bajo Hondo



Foto: Cristian Jara, ,2023

PASO MAYOR: ALEJADA DE LAS MIRADAS

Ya no es más accesible para realizar visitas dado que ha sido incorporada a un campo cuyo acceso está restringido por una tranquera con un gran candado unido a una cadena protegida de manera tal que se hace muy difícil cortarla. Según comentarios en el mundo rural ese sería el destino de todas las estaciones que no cuentan con una pequeña población a su alrededor.

Desde el camino real que conecta las estaciones y corre paralelo a la vía, se puede observar la estación, la escuela y una vivienda. Probablemente se busque evitar ocupaciones ilegales que terminen en una destrucción total, como que también alberga a personas de hábitos poco deseables que alteren la tranquilidad del área.

PARAJE LOS SIETE PUENTES

No obstante, lo más destacado de Paso Mayor son los Siete Puentes, de los cuales seis tienen estructura tipo jaula y uno es abierto (Fotografía 5). Se encuentra sobre el río Sauce Grande y su extensión es de 266 metros. El Sauce Grande era un río caudaloso antes de la construcción de la represa Paso de las Piedras que abastece de agua a la ciudad de Bahía Blanca.

Fotografía 5: Siete puentes sobre el río Sauce Grande



Foto: Cristian Jara, 2023

En 2010 el Concejo Deliberante del partido de Coronel Rosales lo declaró "Patrimonio Arquitectónico, Histórico y Cultural" del municipio. En el 2012 fue declarado patrimonio histórico provincial por la legislatura de la provincia de Buenos Aires. Sin embargo, pronto se quedó sin uno de sus tramos ya que FEPSA lo utilizó para colocarlo sobre la ruta 18, al sur de Rosario, donde uno de los puentes se había dañado. La Comisión Nacional Reguladora de Transporte exigió su restitución en un plazo no mayor a los 30 días, caso contrario se iniciaba acciones legales. Finalmente el puente fue restituido en el plazo solicitado.

Hasta hace pocos años los puentes permanecieron escondidos e ignorados, a lo que se sumaba un camino en mal estado. Pero en la actualidad se observa mucha actividad en Coronel Falcón, una estación muy próxima sobre un camino bien mantenido. Ya se observan residuos (al menos sobre el puente para automóviles) al igual que restos de fogatas bajo el primer puente.

Partido de Coronel Pringles

CORONEL FALCÓN

La primera estación ni bien se ingresa al partido de Coronel Pringles es Coronel Falcón. Por ahora continúa siendo una verruga en el paisaje pero de todas es la que está mejor conservada (Fotografía 6). Sin embargo, la calle que se encuentra sobre el camino por el cual se puede ingresar a la estación está adquiriendo mucho movimiento al haberse construido dos casas de calidad, enmarcadas por una nueva forestación que hace a la vez de cerco. Una vivienda de gran porte hace de oficinas administrativas de campos próximos y la otra es la vivienda de la hija de uno de los dueños.

Fotografía 6: Coronel Falcón



Foto; Claudia Susana Martín, 2023

La escuela primaria no ha sido modificada, pero, a diferencia de otras escuelas rurales, una gran distancia la separa de la localidad de Coronel Pringles, lo que lleva a que las maestras permanezcan en el lugar durante la semana. El viejo almacén fue transformado en vivienda y todas las compras de insumos para la vida cotidiana se realizan en la vecina localidad de Cabildo. Es deseable que todo este movimiento pueda llegar a ser muy positivo y desanime a potenciales depredadores.

Dado el carácter agrícola que está adquiriendo el lugar probablemente sería una buena opción que la estación se convierta en un centro de asesoramiento para los productores de la zona o se instale un criadero de semillas (si la superficie de los alrededores lo permite).

LARTIGAU: REINADO DEL ROCK Y DEL BLUES

Es un pequeño pueblo que se desarrolla detrás de la estación y se mantiene vivo gracias a los esfuerzos de las docentes de la escuela primaria y el jardín de infantes. Recientemente realizaron el festival de la niñez en el club Juventud Unida.

Si bien la estación muestra efectos de saqueo no presenta señales de desaparecer ya que forma parte del pueblo. De todas formas, dadas las características de la población, sería un sitio ideal para ser transformado en un centro cultural ya sea por la historia del blues como la epopeya del ferrocarril y de los habitantes de los distintos pueblos a los que ese ferrocarril dio origen.

Fue escenario de muy importantes festivales de blues entre 2014 y 2018. Contó con la presentación de destacados grupos musicales y la asistencia de personas provenientes de todo el país siendo, *el lugar, un contexto ideal, entre vías y encrucijadas desérticas, para llevar el blues de vuelta sus orígenes* (Diario El Orden de Pringles 23/09/2021). Sobre este festival se hizo un documental que fue presentado en Coronel Pringles en septiembre de 2021 (Imagen 1).

Imagen 1: Lartigau Blues Festival



Fuente: Diario El Orden de Coronel Pringles 23/09/2021

EL DIVISORIO Y EL PODER DE LA ESCUELA

Creció con la llegada del ferrocarril llegando a contar con aproximadamente 300 a 400 habitantes. El número fluctuaba en el verano con la llegada de las personas que participaban de la cosecha de trigo, una actividad que al principio fue secundaria ya que la cría del ganado ovino y bovino era la más importante de la zona.

Según una nota del Diario de Pringles del 17 de septiembre de 2023, *allá por la década del 40 "El Divisorio" tenía una vida comercial activa. Había tres almacenes de Ramos Generales -de los cuales dos tenían bar-, [...] Por ese entonces había dos peluquerías y una tienda. El paraje contaba además con dos hoteles, [...] Había una panadería, y un taller mecánico. En Divisorio además había dos herrerías y carpinterías [...] Además de los comerciantes había muchos habitantes que eran personal del ferrocarril. Más adelante se hizo una cancha de pelota que también tenía bar. En la Escuela de*

Divisorio había una sola maestra que tenía a su cargo todos los grados, de primero a sexto, y tenía la tarea de enseñar a los casi 60 alumnos que concurrían a la escuela del paraje.

Con el cierre del ferrocarril la población disminuyó drásticamente y en la actualidad quedan sólo 5 familias. Sin embargo, la escuela primaria y el jardín de infantes -a través de sus actuales maestras- no se dieron por vencidas y concentran todas las actividades de las escuelas rurales de la zona en las fechas patrias, al igual que la jura de la bandera de los alumnos de cuarto grado.

Otra actividad que promueve es el Festival de Destrezas Criollas que se realiza anualmente y que convoca a gran cantidad de personas (Fotografía 7). Todo lo que se recauda es utilizado para ir componiendo los galpones que con el tiempo se fueron deteriorando. El esfuerzo es coordinado por la escuela pero cuenta con la colaboración de las familias de los residentes y de las personas que viven en los campos cercanos. La gastronomía típica es un elemento muy importante del evento.

Fotografía 7: Esperando turno para participar



Foto: Cristian Jara, 2023

La estación -al igual que todas las de la línea- fue brutalmente saqueada pero FEPSA autorizó a un matrimonio a vivir en una de las casas de los ferroviarios para criar algunos animales típicos de las chacras de la zona. La condición fue que mantenga el sitio cuidado y que lentamente vaya arreglando partes, al menos de la vivienda. Asimismo, se autorizó a otro interesado a construir un horno a leña donde pretende hacer pan casero para vender por Internet. Esa actividad la complementa con un huerto de productos orgánicos que se está desarrollando más allá de las expectativas.

LAS MOSTAZAS MUY PRÓXIMA AL ADIÓS

Estación ubicada entre El Divisorio y El Pensamiento que muestra grandes señales de deterioro. Recientemente en el campo lindero se instaló un importante y muy moderno *feedlot* para el engorde de

terneros y posterior venta a frigoríficos. En el mismo se encuentra una importante cantera que está rodeada de alambre para su protección y en dicha cantera se encuentran los vehículos utilizados en el momento del cierre. Las piedras de la cantera fueron usadas por la empresa ferroviaria para trabajos relacionados con el mantenimiento de las vías como también transportadas hacia otros destinos. En la actualidad estudiantes de geología de la Universidad Nacional del Sur, con sede en Bahía Blanca, la visitan como complemento de sus estudios.

EL PENSAMIENTO: SOÑAR ES GRATIS

Repite todas las historias anteriores. La estación saqueada hasta su máxima expresión y una escuela con muy pocos alumnos provenientes de los campos cercanos. Queda en pie el viejo almacén y el dueño, propietario de un tradicional almacén en la localidad de Coronel Pringles, buscó por Internet a una persona que se hiciera cargo del bien cuidado edificio para la venta de productos alimenticios y binde servicio de comida los fines de semana.

Así, la familia que se haga cargo del almacén de El Pensamiento se insertará en el circuito rural de la zona. Allí, revivirá las tardes de peones rurales que toman un trago, mientras juegan a la baraja y comentan los problemas de la próxima cosecha. Los fines, en tanto, quizás lleguen decenas de turistas a fotografiar el pueblo de 4 habitantes. Qué mejor que ofrecerle un plato de comida para que la visita sea completa (Raul Alfano en Infobae, 17 de setiembre de 2023).

La búsqueda de la persona que se hiciese cargo del almacén se enmarcó en el Proyecto Pulpería y, si bien se ofrecieron 30 candidatos por mail, en todos los meses transcurridos no se han observado resultados. Mientras la estación se deteriora los árboles que crecen en su interior encuentran un escape entre las paredes. El proyecto apunta a los cicloturistas (*bike tourism*) pero para captar a este mercado sería muy positivo hacer que se instale un matrimonio en la estación y transforme una parte de la misma en alojamiento *bike friendly*. El terreno que la empresa ferroviaria asigna para esas tareas podría servir para hacer un huerto y criar aves de corral lo cual, además de darle un toque campero, serviría para alimentar a los visitantes.

Al igual que en El Divisorio, en El Pensamiento la escuela juega un rol preponderante. La enseñanza se asocia a la conservación del entorno natural y, enmarcado en ese concepto, durante el año 2023 se realizaron acciones para juntar fondos y enviar a 12 alumnos al Bioparque Temaikén, en Escobar, una localidad próxima a la ciudad de Buenos Aires.

PILLAHUINCO UNA IDEA INNOVADORA

Es la estación más próxima a Coronel Pringles. Ofrece una propuesta novedosa y que mantiene a la estación muy bien cuidada: la cría de cerdos (Fotografía 8). El concesionario del predio vive en una de las casas que pertenecían a la empresa ferroviaria y cumple con el requisito de mantener todo en orden e ir arreglando todos los elementos que se han ido rompiendo a través del tiempo. Asimismo, se le permite tener otros animales como gallinas, ovejas, etc. En el edificio de la estación se instaló una

paridera de cerdos y la visita se ha hecho muy popular para la compra de lechones que, asados, son uno de los platillos favoritos para cualquier celebración.

Fotografía 8: Los cerdos encontraron su lugar



Foto: Cristian Jara, 2023

PRINGLES: LA OPORTUNIDAD PERDIDA

De la estación Pringles sólo quedan paredes deterioradas y el recuerdo de lo que fue en 1977, en momentos del cierre (Fotografía 9).

Fotografía 9: Estación Pringles en 1977 en momentos del cierre



Fuente: Horni, 2017

Se mantiene el alcantarillado del antiguo camino de acceso. Este camino prácticamente no tiene tránsito y a los costados crece un pajonal. Las obras no son visibles para los que no saben de su existencia, pero su técnica atrae a estudiosos que llegan de visita interesados en poder observar una forma de construcción que ha caído en desuso.

De Pringles a Suárez: la ruta de las pupilas

La docencia es una de las actividades a las que tradicionalmente podían acceder las jóvenes hasta muy entrada la década de 1960 al no contar en ese entonces Coronel Pringles con formación para el magisterio se dirigían a Coronel Suárez. Debían permanecer pupilas en el colegio por un tiempo prolongado y, dado el estado del camino, el tren fue el medio de transporte más utilizado para regresar de visita al hogar. Sólo Raulet no pertenece al partido de Coronel Suárez.

Otro factor que influyó en la utilización del tren fue que por ese entonces Coronel Pringles se dedicaba a la cría de lanares. Fue una actividad de suma importancia, contando a su vez con “campos de veranada” de dos importantes estancias de la provincia patagónica de Chubut. La esquila fue la principal actividad económica, pero al declinar el precio de la lana los dueños de los campos se comenzaron a dedicar a la agricultura, encontrando en los pueblos de alemanes del Volga, próximos a Coronel Suárez, a las personas con grandes conocimientos del tema. Así fue como sus familias se mudaron a Coronel Pringles, pero mantuvieron fuertes lazos con las de Coronel Suárez, determinando un continuo desplazamiento entre las dos localidades con el tren como el transporte por excelencia.

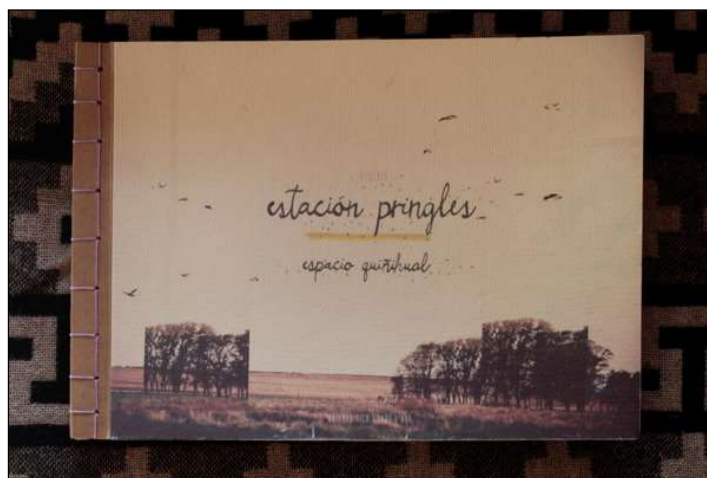
RAULET Y LA PAZ DEL CAMPO

Sólo quedó la estación y los galpones. Todo se encuentra muy bien cuidado por la familia que lo habita. El predio está cercado pero la tranquera está sin llave. No hay problemas en acercarse y sacar fotos y sólo hay unos patos y gansos que salen al encuentro con algunos graznidos.

QUIÑIHUAL Y EL PROYECTO PRINGLES

Proyecto Estación Pringles – Espacio Quiñihual

Imagen 2: Libro para el proyecto -Estación Pringles - Espacio Quiñihual



Fuente: Schlüter; Navarro & Adriani, 2015

La estación Quiñihual fue remodelada bajo la dirección de un renombrado arquitecto de Pringles. El denominado *Proyecto Pringles - Espacio Quiñihual* (Imagen 2 y 3) consistía en la invitación a escritores europeos para que durante varios meses viviesen en el edificio de la vieja estación y escribiesen sus historias sobre “la inmensidad y soledad de las pampas”. También se realizaban, mediante un convenio con la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Buenos Aires, visitas de estudiantes de esa universidad (Schlüter, Navarro & Adriani, 2015) Tuvo un gran éxito y llegaron escritores de diferentes partes del mundo pero también tuvo un trasfondo político.

Imagen 3: Difusión de actividades en el Espacio Quiñihual



Fuente: Schlüter, Navarro; & Adriani, 2015

Es por eso que con el cambio de gobierno habido en 2015 fueron retirados los subsidios que el proyecto recibía de diferentes organismos del Estado y fue cancelado. Lamentablemente con la interrupción de este proyecto ya se ve un cambio en el entorno, cambio que no es demasiado positivo en cuanto al avance de la naturaleza, pero hasta el momento no se registran daños a la propiedad.

En Quiñihual todavía existe el antiguo almacén y pulpería (Fotografía 10) que es atendido por Pedro Meier, hijo del primer dueño. Se crio frente a la estación conociendo todas las historias de los buenos tiempos del paso del ferrocarril.

Entre las 18 y las 21 horas recibe a los visitantes como si fueran huéspedes de la familia brindando un trago a quien lo solicita, aunque se recomienda llamar previamente por teléfono. La noche sigue siendo el punto de encuentro a la vieja usanza de la gente del campo que termina sus tareas. Al ser todos caminos de tierra los controles de alcoholemia no son un problema grave. Dado que con este

establecimiento no se persigue una actividad comercial la fuente de ingresos son los animales que cría en el terreno circundante y algunas hectáreas que siembra. Durante el día se pueden ver vacas y ovejas pastando libremente.

Fotografía 10: Exterior e interior del almacén / pulpería



Foto; Cristian Jara, 2023

D'ORBIGNY: UN PUEBLO QUE QUIERE RENACER

Es un pueblo muy distinto a los demás por el empuje que muestra la presencia de la oficina de turismo con indicaciones de los dos principales atractivos de reciente creación (Fotografía 11).

Fotografía 11: Señalización de la oficina de turismo y de las calles



Foto; Cristian Jara, 2023

Al costado del camino de tierra que une a las diferentes estaciones ya se observa una trama urbana con muchos terrenos baldíos que esperan personas que desean instalarse. Cuenta con calles a las que se les ha dado nombre, pero no numeración. Bien al frente se observa una pequeña ermita con reminiscencias del noroeste argentino que la da un toque muy distintivo. Cruzando la calle se encuentra la estación habitada por un alambrador y su compañera junto con una pequeña hija, ávida de sacar fotos a los visitantes. Pero toda la simpatía no alcanza para disimular el descuido y la suciedad que rodea a la estación. En ese entorno se encuentra la estatua del bolsero.

Detrás de la estación se encuentra el antiguo club social y la escuela. Según Vesco (2021:35) *viven pocos y dos instituciones sostienen el esqueleto de la localidad, el Club Social y Deportivo D'Orbigny y la escuela Dr. Angel Gallardo. Esta última genera el poco y vital movimiento que queda.*

La planta de silos con el movimiento de maquinaria y vehículos, sumados a los gansos que disfrutaban caminar frente a los galpones, indican que hay vida en el pueblo (Fotografía 12).

Fotografía 12: Planta de acopio de granos



Foto: Cristian Jara, 2023

BATHURS: UNA VERRUGA EN EL PAISAJE

Hasta hace unos años estaba ocupada por un grupo de personas que había transformado el entorno en un basural. Ahora se encuentra sola en medio del paisaje, pero bien cuidada y hasta con cortinas en las ventanas.

SUÁREZ: HAY TANTO PARA HACER

Se encuentra deteriorada a pesar de haber sido declarada Sitio Histórico Municipal (Fotografía 13). Es difícil encontrar una explicación por la cual no ha sido convertida en un espacio cultural, teniendo en cuenta el rico patrimonio de la ciudad de Coronel Suárez. Aún no ha sido destruida ya que allí viven trece familias con la bendición del municipio. Evidentemente debe haber un conflicto entre la empresa del ferrocarril y el municipio, aunque es importante tomar nota que si tarda en resolverse es probable que la estación se pierda.

Fotografía 13: Antiguo andén de la estación Suárez



Foto: Cristian Jara, 2023

Suárez y después

LA PRIMAVERA: UN LUGAR EN EL MUNDO

El padre del actual ocupante, trabajador del ferrocarril, fue despedido en 1977 con el cierre de la línea. Al no contar con ingresos ni lugar donde ir se instaló con su familia en la estación y se dedicó a realizar trabajos de campo ocasionales. La permanencia en el lugar hizo que, a diferencia de otros sitios, el predio de la estación con sus construcciones no haya sufrido daños y se encuentre en perfecto estado de conservación.

El actual ocupante siguió los pasos del padre y hace 50 años que permanece en el lugar haciendo “changas” en los campos de los alrededores, con la intención de continuar por muchos más. El predio está cercado y con una tranquera que permanece abierta, custodiada por perros muy interesados en hacerse amigo de los visitantes y no en atacarlos.

ZENTENA: CUSTODIADA DENTRO DE UN CAMPO

El 24 de agosto 2023 un equipo que incluía camiones y sofisticado equipo se dedicó a quitar la galería sobre el antiguo andén que debido a los vientos y el paso del tiempo se había deteriorado. Menos de un mes después lucía sobre la ruta un gran cartel (Fotografía 14) presentando un certificado de defunción de la estación, cuando en realidad se estaban haciendo trabajos de restauración, debido a que el paso del tiempo había dejado sus marcas. También se incorporó la electrificación rural.

Fotografía 14: Contaminación visual con errores en el texto



Foto: Cristian Jara, 2023

No se comprende el sentido de colocar un cartel muy próximo al ingreso del municipio de Coronel Suárez indicando la muerte de la estación. Pero lo que realmente llama la atención de ese cartel es que se indica que el ramal fue clausurado en 1949, un año después de la nacionalización, cuando lo que ocurrió fue que en ese año se desafectó del uso del ferrocarril la imponente terminal de Bahía Blanca (Minervino, 2014), haciendo que Almirante Solier pasase a ser punta de rieles

Dada la cercanía a la ruta y para evitar actos de vandalismo el predio de la estación fue incorporado al campo contiguo y, como medida de seguridad, ahora cuenta con un cerco de alambre y una tranquera con cadena y candado que se cierra cuando no se encuentra nadie en el predio. Sin embargo, son muchas las personas que se acercan a hacer fotografías ya que la estación con su entorno presenta la perfecta integración del ferrocarril con el mundo rural (Fotografía 15).

Fotografía 15: Zentena. Integración con el entorno rural



Foto: Cristian Jara, 2023

COMENTARIO FINAL

Visitar un sitio a punto de desaparecer debido al calentamiento global significa para muchos ser testigo de algo que fue y que nadie volverá a ver. Pero, si bien continuamente se habla del tema, para la mayoría es un hecho en el cual no tenemos injerencia aunque afecte nuestra vida cotidiana (calor extremo, inundaciones, huracanes, etc.). Pero la situación cambia cuando se trata del patrimonio construido ya que tiene un significado para la sociedad a la que pertenece.

Un dicho popular afirma que no se ama lo que no se conoce y lo que no se conoce no se protege. Ese es el caso del ferrocarril al que se acaba de hacer referencia. Hay escasa bibliografía sobre el tema; pocos saben que su origen no fue inglés sino francés y que su nombre después de la nacionalización no fue FC Roca sino FC Mitre.

De las 17 estaciones analizadas sólo una –Almirante Solier– sobresale por su excelente estado de mantenimiento. Ciertamente el hecho de que se encuentre en un medio urbano influyó en su transformación en un centro cultural. Sin embargo, las otras dos estaciones, Pringles y Suárez, pertenecientes a las dos más importantes localidades -24.244 habitantes y 42.676 habitantes, respectivamente según el Censo 2022- a lo largo de los 800 kilómetros de recorrido del tren no gozaron de la misma suerte. La estación Pringles ya es irre recuperable y la que se encuentra en Coronel Suárez presenta un continuo deterioro.

Las dos estaciones del partido de Coronel Rosales que se encuentran a continuación de Almirante Solier ya no se pueden visitar. Una –Bajo Hondo– directamente ha sido destruida; la segunda –Paso Mayor– ha pasado a formar parte de un campo y se encuentran alejadas del camino.

La escuela juega un rol muy importante en la supervivencia de la estación dado que es el inicio de un pequeño poblado. Atrae alumnos de los campos vecinos y brinda posibilidades educativas a estas familias que residen en el lugar y carecen de oportunidades para ir a una ciudad o poblado más cercano.

Al estar en su mayoría habitadas –excepto Coronel Falcón, Las Mostazas y El Pensamiento en el partido de Coronel Pringles y Quiñihual en Coronel Suárez–, registran alguna actividad. Lartigau, cuyo deterioro es solucionable con pintura y algo de albañilería permite ver cómo era la configuración interna de las estaciones. Falta alguien con un poco de creatividad para transformarla en algo para el beneficio de los visitantes, como por ejemplo un pequeño museo, una cafetería o ambas cosas a la vez de manera que quien transita por el lugar tenga un momento de recreación gastronómico-cultural. La estación Quiñihual, reconstruida para un proyecto cultural, y las cabañas que se encuentran a su alrededor servirían para una propuesta de turismo rural o un alojamiento *bike friendly*. Le agrega atractivo el hecho de contar con un sitio donde es posible que -previa solicitud- se prepare un cordero asado o se pueda pasar en cualquier momento a tomar una copa para conversar entre amigos.

No obstante, la mejor manera de conservarlas es asignándoles una función (escuela, museo, biblioteca, etc.) como sucede con muchas estaciones del FC Roca, o como es el caso de Almirante Solier y lo fue en su momento Quiñihual.

Una diferencia positiva entre el *doom tourism* relacionado con el cambio climático y la pérdida del patrimonio es que si a este último se lo toma a tiempo es posible actuar y revertirlo. Esto se observa claramente en el paraje El Divisorio y en D'Orbigny donde, con el esfuerzo de las maestras de la escuela primaria y del jardín de infantes, están comenzando a dar vida a sus respectivas localidades.

Se trate de *Doom tourism* o de turismo rural lo más importante a tener en cuenta es que funcionan como una ruta o un circuito integrado. No tienen peso en forma individual, lo que hace necesaria una coordinación entre ellas para lograr su difusión.

Lo más importante es no olvidar que todo gira alrededor de las estaciones del ferrocarril como verdadero hilo conductor y no en torno a la escuela, el club social o el almacén del abuelo, fundamentales para su existencia pero no para asignarles una función turística.

Agradecimiento: A Nicolás Kugler por su valiosísima colaboración la que fue de gran importancia para la realización de este artículo

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Archetti, E. P.** (2009) Prólogo en H. Retier "Poblados bonaerenses. Vida y milagros", Editorial La Colmena. Buenos Aires
- Barsky, O. & Gellman, J.** (2009) Historia del agro argentino. Desde la conquista hasta comienzos del siglo XXI. Sdamericana, Buenos Aires
- Chalier, G.** (2014) Capitaux français dans la Pampa: le chemin de fer de Rosario à Puerto Belgrano. *Revue d'Histoire des chemins de fer* 45 : 35-56
- Chalier, G.** (2015) À la recherche du port perdu: el Ferrocarril Rosario Puerto Belgrano y la búsqueda de una salida al mar en la bahía Blanca. 6tas. Jornadas Internacionales Interdisciplinarias de Estudios Portuarios "La Historia de los puertos, las ciudades y las regiones: Espacio y Territorio, Política, Economía, Sociedad, Cultura y Relaciones Internacionales". Rosario 20 y 21, de agosto
- Coleman, A. H.** (2021) Mi vida de ferroviario inglés en la Argentina. 1887 -1948. Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca
- Frew, E.A** (2003) Climate change and doom tourism: Advertising destinations before they disappear. La Trobe University, Melbourne
- Horni, M. T.** /2017) Nobleza de roble. Edición del Autor, Punta Alta
- Johnson, M.** (2023) What is doom tourism? A consumer psychology perspective <https://www.neuroscienceof.com/branding-blog/consumer-psychology-doom-tourism>
- Korstanje M. E** (2016) The rise of Thana Capitalism and tourism. Abingdon, Routledge

- Korstanje, M.** (2015) *The Anthropology of dark tourism Exploring the contradictions of capitalism* Centre for Ethnicity & Racism Studies
- Korstanje, M. E. (2011). "Detaching the elementary forms of dark-tourism." *Anatolia*, 22(3), 424-427.
- Lemelin, R, H; Dawson, J; Stewart, E, J; Maher, P.J.** (2010) Last-chance tourism: The doom, and gloom of visiting vanishing destinations. *Current Issues In Tourism* 13(5):477-493. DOI:10.1080/13683500903406367
- Madden, M.** (2019) *What is doom tourism? Probably not what you think.* Chattanooga Times Free Press,
- Minervino, M.** (2014) *La colosal y fallida obra que unió dos puertos.* *Obras y Protagonistas*, año 23, número 223 Mayo
- Museo Roca** (s/f) *La importancia del ferrocarril en la Argentina de finales del siglo XIX.* <https://museoroca.cultura.gob.ar/noticia/la-importancia-del-ferrocarril-en-la-argentina-de-finales-del-siglo-xix/>
- Navarro, F. & Schlüter, R.** (2010, *El turismo en los pueblos rurales de Argentina. ¿Es la gastronomía una opción de desarrollo?* *Estudios y Perspectivas en Turismo* 19(6): 909 - 929 (www.estudiosenturismo.com.ar). ISSN 1851 – 1732
- Pinassi, A.** (2023a) *Nuevos rurales como dinamizadores patrimoniales y turísticos. Un "Faro" de esperanza en Buenos Aires.* Documento Alba Sud
- Pinassi, A.** (2023b) *Comunidades patrimoniales en lucha: recuperación de los clubes rurales como espacios de ocio popular* Documento Alba Sud
- Ratier, H,** (2007) *Poblados bonaerenses. Vida y milagros,* Editorial La Colmena. Buenos Aires
- Scalabrini Ortiz, R.** (2009) *Historia de los Ferrocarriles Argentinos,* Lancelot, Buenos Aires
- Schlüter, R.** (2003) *El turismo en Argentina, Del balneario al campo,* Ciet, Buenos Aires
- Schlüter, R.; Navarro, F; & Adriani, L;** (2015) *Apuntes sobre la región Sudoeste, Diagnóstico de la actividad turística en cinco municipios de la provincia de Buenos Aires: Tornquist, Puan, Coronel Pringles, Saavedra y Coronel Suárez.* Ciet, Documento de Trabajo
- Schlüter, R; Norrild, J. & Navarro, F.** (2013) *Pequeños pueblos y turismo rural en Argentina. Análisis y perspectivas.* En: González Hernández, M; León González, C; De León Ledesma, J. & Moreno Gil, S. (coords.) *Turismo Rural y en Áreas Protegidas,* Editorial Síntesis, Madrid, España, pp. 231 – 244 – ISBN 978-84-995887-1-1
- Schlüter, R. & Navarro, F.** (2011) *Sustentabilidad y turismo en comunidades rurales. Desafíos de los pequeños polos gastronómicos argentinos.* En: *Sociedad, naturaleza y turismo.* Arnaiz Burne, S.M. & Virgen Aguilar, C. R. (coord.) Universidad de Guadalajara, México, pp. 7 – 26.
- Thunnard, D.** (2016) *TRENspotting en los ferrocarriles argentinos.* Editorial Marea SRL Buenos Aires
- Vesco, L.** (2021) *Desconocida Buenos Aires. Historias de Frontera.* Editorial El Ateneo, Buenos Aires

LA GESTIÓN DEL TURISMO Y LA ARTESANÍA COMO POTENCIAL DE ATRACCIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LOS TERRITORIOS RURALES

Eunice LOPES

INTRODUCCIÓN

Al estudiar el territorio y su proceso de uso desde el punto de vista cultural y turístico, partimos de su potencial endógeno y su posible valorización a nivel socioeconómico. El objetivo de este artículo es comprender las prioridades del desarrollo socioeconómico sostenible y qué herramientas de revitalización se utilizan para reforzar el atractivo cultural y turístico, a través de los recursos endógenos del territorio – barco de tres tablas – embarcación tradicional.

Así, la pregunta central de investigación es la siguiente: ¿qué tipo de recurso endógeno se valora para el atractivo territorial basado en artesanías para la diferenciación territorial? Desde esta perspectiva, se desarrollará un marco y descripción del lugar para comprender el contexto socioeconómico.

Otra pregunta es: ¿la valorización de la artesanía contribuye a una imagen que configura el territorio, a través de prácticas y técnicas resultantes de su historia y del aporte dinamizador de los actores locales? En esta dinámica, se entiende que el dominio del saber hacer, a través de la artesanía local asociada a las características endógenas del territorio, se presenta como un aporte a la reflexión sobre esta cuestión.

La organización del artículo es la siguiente. La Parte 1 proporciona una breve descripción regional y local de la región donde se ubica este estudio de caso, así como las condiciones económicas y sociales. La parte 2 se centra en el trabajo de campo sobre todo el proceso involucrado en la técnica de construcción de los barcos conocidos como abreis, barcos tradicionales de tres tablas construidos en Dornes, Ferreira de Zêzere, en el centro de Portugal.

La última parte de este estudio proporciona una breve conclusión, presentando los resultados considerados más relevantes para este trabajo.

EL TERRITORIO Y SU MARCO SOCIOECONÓMICO

El desarrollo regional y local es un tema que ha sido objeto de diferentes enfoques a lo largo de las últimas décadas, ya que tiene en común la búsqueda de la sostenibilidad de los espacios rurales en sus aspectos culturales y naturales. Ha sido común que instituciones públicas y privadas vinculadas a la gobernanza impulsen políticas y programas dirigidos al desarrollo de las zonas rurales,

contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de las poblaciones. La gobernanza se configura como una referencia a los desafíos de muchos supuestos de la administración tradicional (Stoker, 2006).

De hecho, las zonas rurales más alejadas de los centros urbanos constituyen una de las principales preocupaciones de las políticas comunitarias. En política económica, las alianzas público-privadas comenzaron a analizarse a la luz del concepto de gobernanza, en el sentido amplio de considerar el papel del gobierno en la coordinación del sector económico (Pierre, 2005).

Esto demuestra la necesidad de adoptar medidas que reviertan las situaciones actuales, que apuntan a un abandono demográfico y una des caracterización sociocultural y ambiental, que ha afectado considerablemente a varias regiones más periféricas.

Por tanto, este contexto demuestra la necesidad de “un mercado de ocio y negocios sofisticado y el necesario soporte tecnológico, servicios y valores integrados que las empresas puedan ofrecer” (Puig et al., 2006: 128).

El análisis del espacio rural y sus paisajes ha sido a lo largo del tiempo una de las grandes preocupaciones relacionadas con espacios culturales rurales de distintos tamaños, en territorios muy despoblados y bastante frágiles en el sector empresarial. En esta medida, el papel de la gobernanza implica la articulación del comportamiento en relación con los asuntos colectivos de una comunidad, difundido a través de la multiplicidad de relaciones sociales (Healey, 2006).

De hecho, el análisis y desarrollo de políticas de gobernanza son cada vez más necesarios para fortalecer procesos sociales que puedan articular la sostenibilidad, la calidad patrimonial y ambiental, la eficiencia económica, la equidad social y territorial, la participación democrática y la responsabilidad cívica. El carácter pragmático de la gobernanza permite posicionarse en diferentes vectores de las ciencias sociales, en particular, dados los múltiples significados que se le atribuyen (Pierre, 2005).

En este contexto, resulta imperativo evaluar el potencial de las zonas rurales, especialmente en las áreas de patrimonio natural y cultural, con el convencimiento de que son un activo socioeconómico, que puede ser fundamental para revitalizar territorios que vienen disminuyendo en número de habitantes y servicios.

Desde una perspectiva socioeconómica, se hace pertinente rescatar la idea de la artesanía como una actividad para el desarrollo y la innovación del territorio, implícita en la forma de una microeconomía (Sennett, 2010), necesaria para la valorización y sostenibilidad del territorio. Los recursos patrimoniales (materiales e inmateriales) y el patrimonio ambiental constituyen los principales soportes para el desarrollo de una política de desarrollo rural integrada y sostenida.

La valorización del paisaje y de las actividades que allí se desarrollan, asociada a la mejora de las infraestructuras, podría convertir las zonas territorialmente frágiles en una fuerte alternativa a los destinos turísticos tradicionales, más buscados por los visitantes que buscan refugio en zonas más naturales junto a cursos de agua, lejos del modo de vida a los modos de vida urbanos.

De hecho, los factores culturales deben formar parte de los recursos turísticos de un territorio, a juzgar por el creciente interés de los turistas por lo tradicional y genuino (Moutinho et al., 2011).

También es necesario considerar que el turismo puede generar beneficios económicos para la población residente y al mismo tiempo puede afectar la calidad del destino, existiendo siempre dinámicas positivas y negativas a considerar.

La demanda turística está cada vez más informada sobre el destino y existe una evidente tendencia a buscar experiencias más tradicionales y la “romantización del destino” (Figueiredo, 2003), en particular, los destinos rurales.

Los factores económicos forman parte de la actividad turística y deberían tener un impacto significativo en términos de crecimiento económico. La creación de ingresos y empleos son probablemente las consecuencias más importantes del crecimiento y desarrollo de la actividad turística.

Pero, como ocurre con otras actividades económicas, su crecimiento depende de un conjunto de factores, incluidas las condiciones económicas locales y la oferta y la demanda, que en tiempos de crisis tienen un efecto directo en los viajes y el turismo, y, dando lugar a una contracción de las actividades culturales y demanda turística (Moutinho et al., 2011).

La oferta y la demanda, además de determinar el crecimiento de la industria turística, las condiciones económicas impulsarán el nivel de gasto individual en viajes y actividad turística y, como tal, en el mercado.

El estudio de caso presentado en este trabajo se encuentra en Ferreira do Zêzere, que es un municipio ubicado en la región Central de Portugal. Está integrado en el Médio Tejo que, además del municipio de Ferreira do Zêzere, incluye también los municipios de Abrantes, Alcanena, Constância, Entroncamento, Sardoal, Tomar, Torres Novas, Vila Nova da Barquinha y Vila Nova de Ourém (Mapa 1).

Mapa 1: Médio Tejo. Ferreira do Zêzere, Portugal



Fuente: Municipio de Ferreira do Zêzere (2022)

La región de Ferreira do Zêzere, morfológicamente, tiene una estructura geológica variada, formada por terrenos resultantes de la desintegración de esquistos, cuarcitas y areniscas, existentes en las afueras de Ferreira do Zêzere, tierras muy fértiles dada su proximidad al río Zêzere.

Sin embargo, aunque el subsuelo se considera morfológicamente pobre, lo que justifica la existencia de una cubierta agrícola y forestal en la región, también es rico en agua.

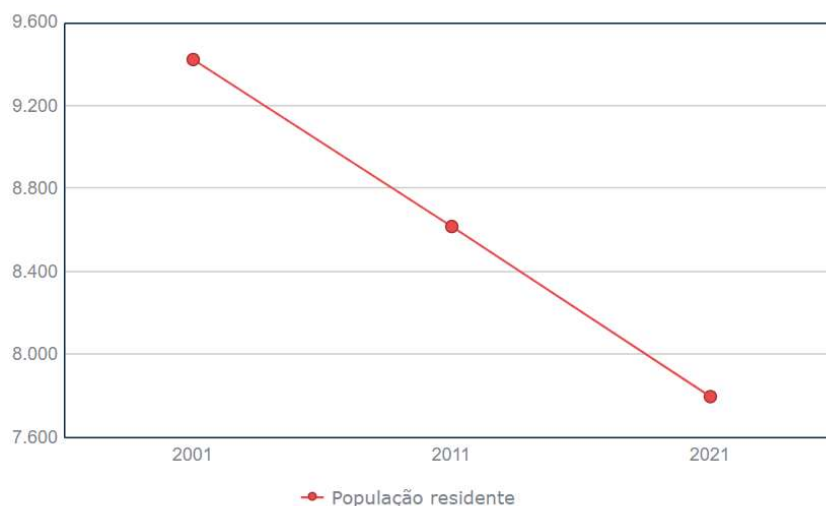
El ámbito forestal es responsable de la falta de grandes variaciones de temperatura en esta región, considerando que, en general, el clima es templado y húmedo.

Al ser una región relativamente plana, el relieve no habría influido en el desarrollo urbano de Ferreira do Zêzere. Su desarrollo estuvo desde temprana edad asociado a actividades del mundo rural, especialmente las ligadas a la agricultura y la silvicultura, con repercusiones en el crecimiento demográfico y económico.

La evaluación del grado de integración económica de un municipio en el marco regional, así como de las interdependencias territoriales, pasa por estudiar los flujos de personas, bienes y capitales que se establecen entre el municipio y el exterior.

En este sentido, el municipio de Ferreira do Zêzere vio disminuir sucesivamente su población residente (Gráfico 1), de 9.422 habitantes en 2001 a 7.801 habitantes en 2021 (una disminución del 17,2%).

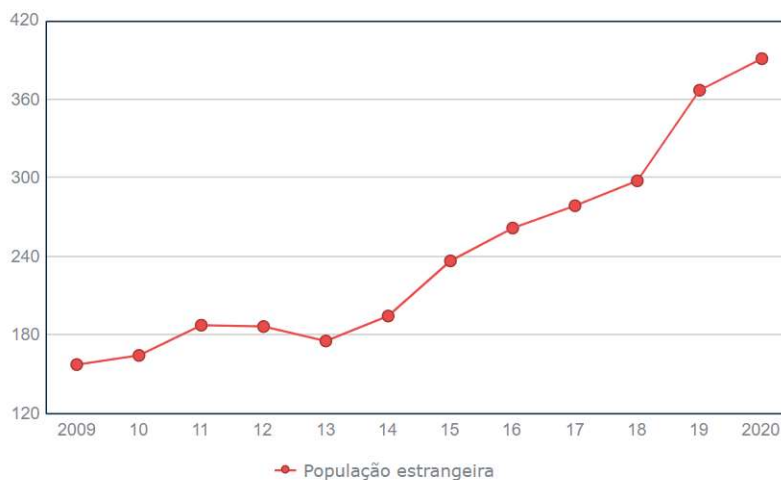
Gráfico 1: Ferreira do Zêzere. Población residente (2021)



Fuente: Pordata. Municipio de Ferreira do Zêzere (2022)

También se puede observar que en 2020, de los 7.956 residentes del municipio de Ferreira do Zêzere, 391 eran extranjeros, 233 más que en 2009 (Gráfico 2).

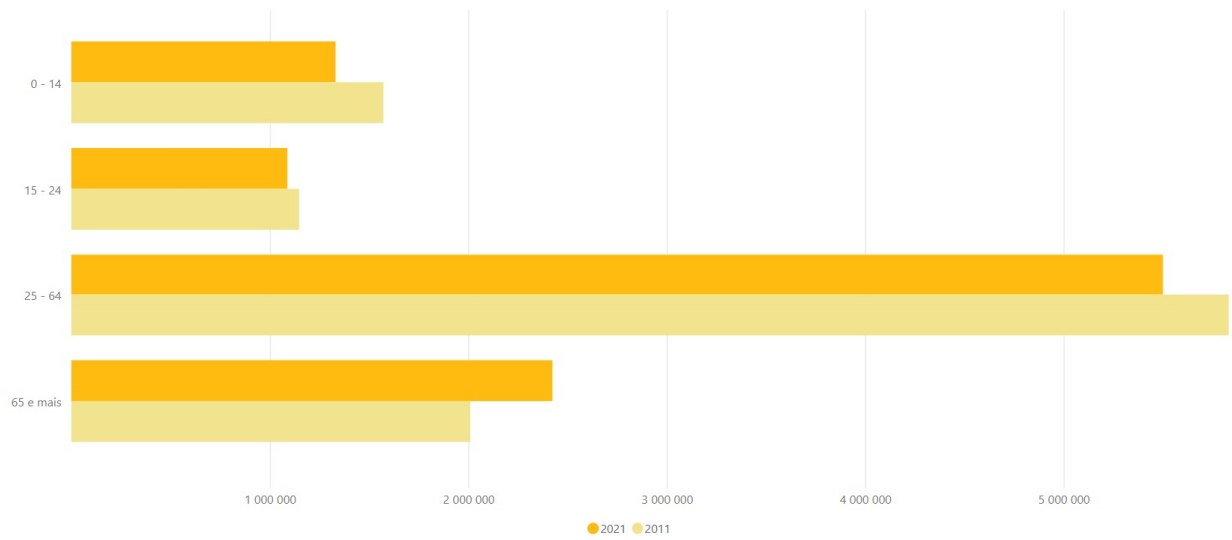
Gráfico 2: Ferreira do Zêzere. Población extranjera (2021)



Fuente: Pordata. Municipio de Ferreira do Zêzere (2022)

También en el municipio de Ferreira do Zêzere, por cada 100 habitantes, hay 11 jóvenes menores de 15 años, 56 adultos y 33 ancianos (Gráfico 3).

Gráfico 3: Ferreira do Zêzere. Grupo de edad (2021)



Grupo Etário	2021	2011
0 - 14	1 331 396	1 572 329
15 - 24	1 088 333	1 147 315
25 - 64	5 500 951	5 832 470
65 e mais	2 424 122	2 010 064

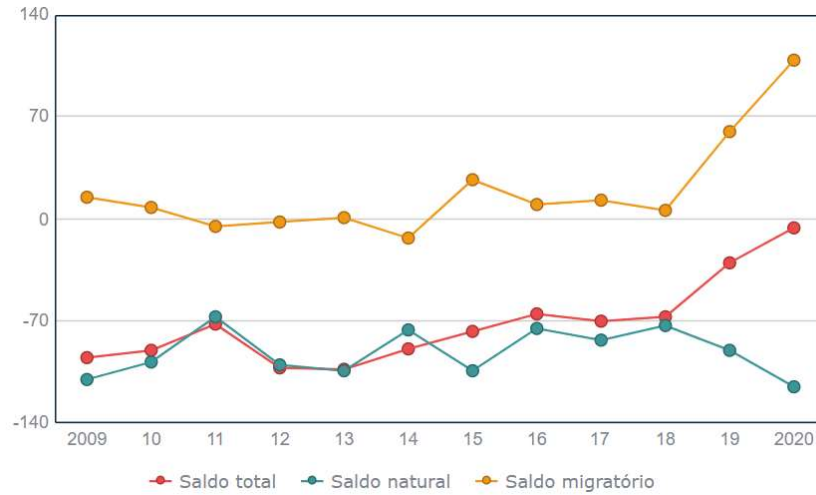
Fuente: Fuente: INE (2021)

La disminución de residentes y el envejecimiento de la población, asociado a un contexto de baja densidad, deben priorizar la articulación entre personas y territorio, destacando la importancia del empoderamiento y la participación de la población local en los intentos por incrementar el nivel y la calidad de la vida. vida y reducir las asimetrías socioeconómicas (Diniz & Gerry, 2009).

En 2021, el saldo migratorio fue positivo con alrededor de 109 personas más que el año anterior (Gráfico 4).

Las razones de las diferencias observadas en las figuras anteriores pueden estar asociadas a la estructura del tejido económico del municipio de Ferreira do Zêzere, muy fuerte en el territorio de estudio donde los recursos patrimoniales tradicionales deben asumir una fuerte preponderancia debido a la reducción demográfica, que en los últimos años se ha acentuado bastante.

Gráfico 4: Municipio de Ferreira do Zêzere. Balances anuales de población (2021)



Fuente: Pordata (2021)

LA ARTESANÍA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO SOSTENIBLE: EL CASO DE LA INTEGRALIDAD

Comprender el marco histórico y el entorno temporal del asentamiento humano en un espacio determinado es fundamental para evaluar las transformaciones físicas, económicas y sociales que produjeron las aglomeraciones y el territorio que hoy son objeto de observación. Es fundamental conocer y comprender lo que existe hoy en los territorios.

El vector socioeconómico se atribuye a todas las prácticas que relacionan situaciones, circunstancias y aspectos que afectan tanto al orden social como a la economía de una región. Ferreira do Zêzere fue un punto estratégico en varios momentos de la historia.

Se entiende que en este contexto existe cierta sostenibilidad social, ya que está en consonancia con las generaciones actuales y futuras en áreas como desarrollo y resiliencia comunitaria, competencia cultural, equidad (salud), adaptación y derechos humanos, derechos laborales, habitabilidades, capital social, equidad social, justicia social, apoyo social y responsabilidad social (Cardoso et al.; 2023: 3).

Porque es punto de paso de calzadas romanas, por motivos militares, por la riqueza de bosques autóctonos, así como por la calidad del suelo agrícola. También por motivos religiosos y la construcción del Presa de Castelo de Bode.

Ferreira do Zêzere siempre ha estado ligada al río que le da nombre (río Zêzere). Con los pocos recursos de los que disponía la población, los maestros carpinteros inventaron una embarcación adaptada a sus necesidades.

Sin puentes, la embarcación de tres tablas (abrangel) se utilizaba para pasar entre orillas para transportar personas y animales, utensilios agrícolas, madera, resina, para apoyar las actividades pesqueras y con fines recreativos.

La construcción de esta embarcación se lleva a cabo en el municipio de Ferreira do Zêzere, concretamente en la localidad de Dornes, con una embarcación de tres tablas -englobadora-, típica embarcación de madera de pino (Foto 1).

Todas las familias que vivían en los terrenos alrededor del embalse disponían de estas embarcaciones para transportar y transportar mercancías.

Foto 1: Técnicas de construcción del barco de tres tablas



Fuente: <http://wikitejo.mediatejo.pt>

El artesano José Alberto es el único guardián de un saber hacer que se ha transmitido localmente de generación en generación salvaguardando así las tradiciones locales.

Lo que significa que en términos de consumo turístico, este caso será, “el conjunto de formas de cultura tradicional y popular, es decir, obras colectivas que emanan de una cultura y se basan en la tradición” (Schlüter, 2006: 10).

En realidad, los barcos se construyen con tres tablas (Foto 2), de madera de pino -una de ellas se dobla hasta que se juntan los extremos-, miden cinco metros de largo y tardan, en promedio, dos días en estar listas y los pedidos son esencialmente por Pesca tradicional en el Presa de Castelo de Bode.

Foto 2: Barco de tres tablas – completo



Fuente: <https://andarilho.pt/>

El artesano José Alberto comenzó a construir embarcaciones a los 31 años después de aprender el oficio de su padre, manteniendo viva la forma en que las comunidades alrededor del río pasaban de una orilla a otra para ir a la huerta o transportar personas y mercancías.

Desde el punto de vista de analizar el contexto socioeconómico de la región donde se desarrolla este estudio de caso, cabe señalar que cuenta con un espacio propio donde la comunidad en su conjunto disfruta de relaciones económicas, políticas, industrias culturales y turismo con los bienes locales, mercado y recursos simbólicos que acaban configurando la «identidad del barco de tres tablas» en relación con las características singulares de este lugar.

Esto significa garantizar que el desarrollo del turismo no sólo contribuya a transformar el modelo socioeconómico de un lugar determinado, sino que también afecte sustancialmente a su realidad territorial (Vera-Rebollo, 2006).

La sostenibilidad del desarrollo de este tipo de embarcaciones es fundamental debido a la simultaneidad de rentabilidad económica, equidad social y preservación de los ecosistemas (Joaquim, 2000).

La artesanía, en la forma en que se produce, se considera una herramienta crucial para estudiar la cultura del propio lugar, permitiendo problematizar cómo los sectores tradicionales causan atractivo en la actividad turística (Arantes, 2006).

En la dinámica turística, el patrimonio cultural inmaterial es reconocido por los visitantes como un ícono identitario relevante del lugar. En este sentido, “cada individuo es portador del patrimonio de su propia comunidad” (Schlüter, 2006: 11).

Los residentes también lo ven como un elemento identitario de la región, que debe preservarse y valorarse ya que tiene efectos positivos sobre el crecimiento económico.

Esto significa que la planificación es esencial para el desarrollo económico, social, ambiental y productos turísticos culturalmente viables que beneficien a estas comunidades (Lopes, et al.; 2022:2).

Esta percepción sigue el contexto desarrollado por la UNESCO (2003) de que las prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y lugares culturales asociados a ellos- que las comunidades, los grupos y en muchos casos, los individuos lo reconocen como parte integral de su patrimonio cultural, generando un sentimiento de identidad y continuidad, contribuyendo así a promover el respeto a la diversidad cultural y la creatividad humana.

El turismo atraviesa contextos culturales y sociales y es, actualmente, una actividad económica global. De hecho, las necesidades de conocimiento y ocio están presentes en los viajes turísticos y afectan a los distintos sectores de actividad económica.

Por ello, la relación entre turismo y artesanía se reconoce y muchas veces se presenta como la tarjeta de presentación del destino.

El aumento del turismo ha sido un factor importante en la preservación de la artesanía tradicional (Cohen, 2001). Uno de los valores agregados de las artesanías es que sirven de testimonio para las comunidades en las que se producen (Lee, et al., 2009).

Además de la identidad, cabe destacar la importancia de la artesanía asociada al turismo, como medio de promoción del patrimonio cultural del destino.

En este sentido, se entiende que la preservación del patrimonio cultural (material e inmaterial) son prácticas identificadas en la reproducción de la vida social.

Este hecho es particularmente visible cuando los recursos patrimoniales se construyen basándose en prácticas y técnicas tradicionales.

En el caso concreto de la embarcación de tres tablas –integral– ubicada en Dornes, Ferreira do Zêzere (región Centro, Portugal), los conocimientos tradicionales se aplican a través de técnicas tradicionales de construcción ancladas en memorias ancestrales que han perdurado en el tiempo como un elemento “identitario y auténtico” y “de un lugar que termina siendo buscado por un mayor número de visitantes y turistas que quieren disfrutar de una experiencia tradicional.

El barco de tres tablones tiene un conjunto de pasos de construcción que comienzan con el “fondo o nado”, donde el artesano prepara las vigas de madera y alinea los dos tablones (Foto 3), seguido de los “tablones laterales” del barco “lateral o costero” e marcándolas y cortándolas (Foto 4).

Foto 3: Fondo o natación



Foto 4: Costados o costeros



Fuente: Projeto Registro (2017). Fundación María Días Ferreira

El “plegado del barco” (Foto 5) se realiza mediante fuego, donde los tablones de madera se doblan debido al aumento de temperatura.

En este procedimiento se colocan pesas para soportar el plegado. El siguiente paso es crear la “parte trasera y el asiento” del barco (Foto 6).

Foto 5: Plegado Figura



Foto 6: Parte trasera y asiento



Fuente: Projeto Registro (2017). Fundação Maria Dias Ferreira

El procedimiento también implica la creación del “arco” (Foto 7), y la “junta”, que son piezas de madera para reforzar y sostener las 3 tablas (Foto 8).

Foto 7: Arco



Foto 8: Junta



Fuente: Projeto Registro (2017). Fundação Maria Dias Ferreira

Ahora la creación del “rodamiento” (Foto 9), que es una pieza de madera que sirve para sostener el remo (uno de cada lado) y la “tortuga” (Foto 10), pieza de soporte para el remo. Finalmente, terminando el bote de tres tablas, observamos la “construcción del remo” (Foto 11), y el “calafateo” (Foto 12), con la aplicación de estopa de lino y un derivado de resina (sellador), para aplicar a las juntas de las tablas.

Foto 9: Rodamiento



Foto 10: Tortuga



Fuente: Projeto Registro (2017). Fundación María Días Ferreira

Foto 11: Remo



Foto 12: Calafateo



Fuente: Projeto Registro (2017). Fundación María Días Ferreira

La artesanía como motor del desarrollo local se presenta como una alternativa de generación de ingresos para la comunidad.

A través de la artesanía se valoran los rasgos culturales, así como su contexto económico, social y cultural.

Asimismo, permite resaltar la importancia de la artesanía – embarcación de tres tablas – como mecanismo de rescate y puesta en valor del patrimonio y de atracción de visitantes y turistas que buscan el destino – río Zêzere – para disfrutar del turismo fluvial a través de estas embarcaciones tradicionales (integral), que terminan fortaleciendo la identidad cultural local.

CONCLUSIÓN

La importancia de la gestión artesanal y turística en el desarrollo socioeconómico sostenible de un territorio, abordada en este estudio, resulta no sólo de su potencial para promover y aunar esfuerzos hacia la diversificación de la economía rural, sino también porque puede potenciar y valorar un serie de

recursos territoriales (artesanía, comercio local, servicios, etc.). También puede impulsar la creación de infraestructura que beneficie a los turistas y contribuya a la calidad de vida de los residentes.

En efecto, el objetivo de este estudio permitió comprender que las prioridades del desarrollo socioeconómico sostenible son fundamentales para el desarrollo del sector y la planificación de un destino.

Comprender, desde el principio, qué motiva a las personas a invertir en turismo rural y qué impactos tendrán las motivaciones, objetivos y estrategias en el “desempeño” de la comunidad respectiva, influye en gran medida en la experiencia de los turistas y el éxito del destino.

Al mismo tiempo, las herramientas de revitalización utilizadas para reforzar el atractivo a través de los recursos endógenos del territorio - embarcación de tres tablas - embarcación tradicional (abrange), permitieron comprender la falta de políticas por parte de los promotores de proyectos que puedan contribuir a la revitalización económica. y la creación de empleos locales.

La pregunta central de esta investigación respecto del tipo de recurso endógeno permitió comprender el territorio en materia de valoración de la artesanía –barco de tres tablas (cobertura), para el atractivo territorial a partir de la artesanía para la diferenciación territorial. Se argumenta, en este sentido, que cuando los residentes participan en el proceso de planificación, el desarrollo del destino tenderá a ser más sostenible, ya que los impactos sociales serán percibidos como apropiados por la propia comunidad y, por lo tanto, deben integrarse en la estrategia. todo el proceso de desarrollo territorial.

Otra pregunta de este estudio buscó comprender si la valorización de la artesanía contribuyó a la imagen del territorio, a través de prácticas y técnicas resultantes de su historia y del aporte dinamizador de los actores locales.

El estudio concluye claramente que el barco de tres tablas (cubierta), además de retratar una “auténtica experiencia turística tradicional”, podría representar el desarrollo sostenible de la comunidad local como un prometedor “refuerzo de identidad” en este sentido.

El énfasis de este estudio se puso no sólo en el artesano y la aplicación de técnicas tradicionales (patrimonio inmaterial), sino también en la escucha de algunos actores vinculados a la prestación de servicios turísticos y también a los propios turistas donde se desarrolla la experiencia turística y que asistir a la práctica del turismo fluvial, disfrutando de esta embarcación tradicional.

En este contexto, el turismo puede interferir con los tejidos económicos y sociales, la dinámica demográfica y de empleo, el patrimonio natural y cultural, el comportamiento de la población y la planificación y funcionamiento de los territorios.

Es en este sentido que este estudio adquiere su importancia, considerando la artesanía (embarcación de tres tablas), un agente de desarrollo local, que sin duda merecerá una mayor profundización por parte de otros estudios que se centren en la relación entre artesanía y turismo y en la percepción de los respectivos impactos por parte de la población local.

Como era evidente, el desarrollo socioeconómico del territorio estudiado incluye cuestiones relacionadas con los cambios demográficos, la democratización del turismo y la creciente urbanización de la población, cuya consecuencia es el descenso y el envejecimiento de la población.

En este sentido, los cambios demográficos deben ser objeto de reflexión sobre posibles decisiones de planificación y uso de los recursos e infraestructuras turísticas.

De hecho, los cambios demográficos alterarán el perfil de edad de los “nuevos turistas”, lo que hará necesario desarrollar “productos tradicionales” que satisfagan las necesidades emergentes de estos turistas, que buscan cada vez más experiencias pacíficas en sintonía con sus vectores naturales. social y local, que incluye el intercambio de experiencias y conocimientos entre visitantes y comunidades locales.

La imagen de la artesanía local, en este caso del barco de tres tablas (abrangel), constituye un recurso turístico importante, pues cuenta una historia y da testimonio de las vivencias de una comunidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arantes, A.** (2006) "Diversity, heritage, and cultural politics". *Theory, Culture & Society* 24 (7-8): 290-296.
- Cardoso, D.; Sousa, B.; Liberato, D.; Liberato, P.; Lopes, E.; Gonçalves, F.; & Figueira, V.;** (2023) "Digital communication and the crisis management in hotel management: A perspective in the Euroregion North of Portugal and Galicia (ERNPG)". *Administrative Sciences* 13: 191.
- Cohen, J. H.** (2001) "Tourism and Community Development". *Annals of Tourism Research*, 28 (2): 378-398.
- Diniz, F. & Gerry, C.** (2009) "A problemática do desenvolvimento rural". *Compêndio de Economia Regional. Volume I teoria, temáticas e políticas.* (Coord.) José Silva Costa e Peter Nijkamp. Cascais. Principia. Capítulo 14: 518-553.
- Figueiredo, E.** (2003) "Um rural para viver, outro para visitar - o ambiente nas estratégias de desenvolvimento para as áreas rurais". (PhD), Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Healey, P.** (2006) "Transforming governance: challenges of institutional adaptation and a new politics of space". *European Planning Studies*, 14 (3): 299-320.
- Joaquim, G.** (2000) "Turismo sustentável: o desafio da inovação e da tradição". In O. Simões, & A. Cristóvão, *TERN - Turismo em Espaços Rurais e Naturais*, Instituto Politécnico de Coimbra: Edições IPC: 57-64.
- Lee, Y., Kim, S., Seock, Y. K., & Cho, Y.** (2009) "Tourists' attitudes towards textiles and apparel related cultural products: A cross-cultural marketing study". *Tourism Management*, 30: 724-732.
- Lopes, E.; Araújo-Vila, N.; Perinotto, A.R.C.; Cardoso, L.** (2022) "Tourism and land planning in natural spaces: Bibliometric approach to the structure of scientific concepts". *Land* 11, 1930.
- Moutinho, L., Ballantyne, R., & Rate, S.** (2011) "Tourism environment, economic development, forecasting, and trends". In L. Moutinho (Ed.), *Strategic Management in Tourism*. Cambridge: Cabi: 1-19.
- Pierre, J.** (2005) "Comparative urban governance. Uncovering complex causalities". *Urban Affairs Review*, 40 (4): 446-462.
- Puig, A.; Ledesma, A & Noia, D.** (2006) "Los nuevos negocios turísticos". Buenos Aires: Editora Valleta: 128.
- Schlüter, R.** (2006) "Gastronomia e turismo". (ABC do Turismo), 2. ed., rev. São Paulo- Aleph:10, 11.
- Sennett, R.** (2010) "El artesanato". Barcelona, Editorial Anagrama.
- Stoker, G.** (2006) "Public value management. A new narrative for networked governance?" *American Review of Public Administration*, 36 (1): 41-57.
- Vera-Rebollo, J.F.** (2006) "Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: Propuestas para la creación de un sistema de indicadores. *Boletín la AGE*, 42, 155–178.

EL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LOS PUEBLOS MÁGICOS DE MÉXICO

Miriam Edith PÉREZ-ROMERO

Donaji JIMÉNEZ-ISLAS

Martha Beatriz FLORES-ROMERO

*José ÁLVAREZ-GARCÍA**

INTRODUCCIÓN

Sitios arqueológicos, espacios urbanos, inmuebles históricos, bienes muebles, tecnología, conocimientos tradicionales, creencias, mitos, rituales, festejos, así como lenguas y dinámicas sociales propias, son parte del complejo bagaje que desaparece por la presión y el cambio de valores (Quecha, 2015), sin embargo, dada la importancia y relevancia que tienen en la cultura de la humanidad en general y de cada nación en particular es indispensable su preservación.

El patrimonio es considerado en la actualidad como un recurso turístico de gran potencial (Medina, 2017). Entendido como capital social, reconoce la diversidad social y cultural, generando con ellos nuevos espacios de participación en la vida ciudadana (Caraballo, 2008). El patrimonio tiene su origen en el pasado, pero hasta la actualidad sigue en uso y se transmite a las generaciones futuras para su beneficio (UNESCO, s.f., a). El patrimonio es un acuerdo social sobre determinados elementos de la cultura que consideramos como representativos de nuestra producción y que, por este mismo motivo, son susceptibles de ser conservados y legados a las próximas generaciones (Medina, 2017).

La UNESCO clasifica al patrimonio en: patrimonio cultural, patrimonio natural, patrimonio cultural y natural subacuático, patrimonio cultural inmaterial y bienes culturales (UNESCO, s.f., a). En la Figura 1 se presenta la clasificación anterior además de una breve definición de cada tipo.

En lo que respecta al Patrimonio Cultural Inmaterial, en lo subsecuente PCI, fue hasta el año de 2003 que en Conferencia General de la UNESCO se aprobó la Convención para la Salvaguardia del PCI. Dicha convención tiene 4 finalidades: 1) Salvaguardar, 2) Garantizar el respeto, 3) Sensibilizar y 4) Fomentar (UNESCO, s.f., b). El PCI se entiende como los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y los individuos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural; se manifiesta en: 1) Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma, 2) Artes del espectáculo, 3) Usos sociales, rituales y actos

* *Autor por correspondencia*

festivos, 4) Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, 5) Técnicas artesanales tradicionales. (UNESCO, s.f., b).

Figura 1: Clasificación del patrimonio según la UNESCO



Fuente: Elaboración propia a partir de UNESCO (s.f., a)

Otro tema de interés en el presente trabajo son los Pueblos Mágicos de México, en lo subsecuente PM. Visto como un programa, se considera que impulsa la actividad turística en localidades con potencialidad, mediante el ofrecimiento de productos turísticos diferenciados y diversificados, basados en la utilización y optimización de la oferta existente (Shaadi, et al., 2017). También se ha considerado como un eslabón en la cadena de valor para lograr el desarrollo local a partir de la actividad turística, además de una herramienta que puede contribuir en las localidades a mejorar sus productos turísticos, fomentar nuevas formas de cooperación, incrementar la participación social y la competencia del destino (Arévalo & Armas, 2019). Finalmente, se ha visto como un programa que promueve el desarrollo sustentable mediante el turismo en localidades caracterizadas por la ruralidad, por medio de la puesta en valor de sus atractivos culturales –o, en su caso, naturales– y del mejoramiento de la infraestructura y los servicios turísticos (Muñoz, 2019).

Partiendo del panorama expuesto previamente, se planteó el objetivo de identificar el PCI con que cuentan las localidades reconocidas como PM. En este documento, después de este apartado introductorio, se encuentra el marco teórico, espacio en el cuál se profundiza en las denominaciones de PCI de la humanidad con que cuenta México; además del listado de PCI identificado a nivel nacional; también se mencionan los PM. En un tercer apartado está la metodología, aquí se describen el tipo de investigación, así como las herramientas utilizadas en el estudio. Enseguida se presentan los

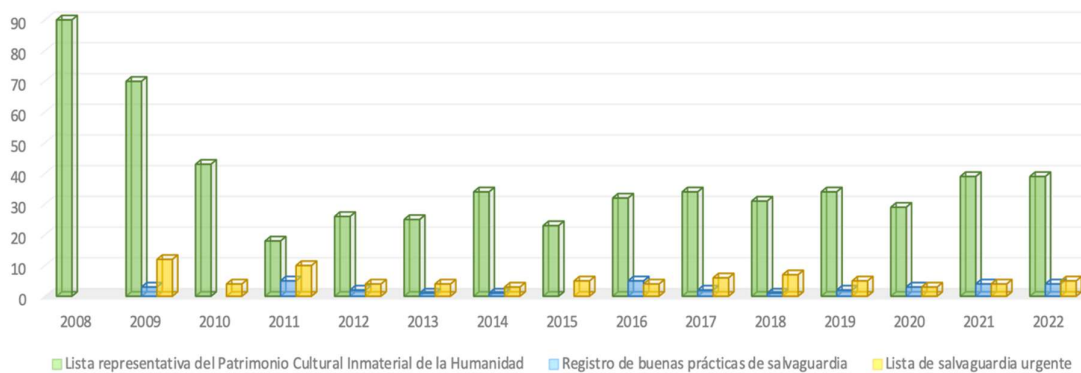
resultados, en este apartado se presenta el PCI que tienen los PM. Finalmente, se muestran las conclusiones del estudio.

MARCO TEÓRICO

El Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad

La lista representativa del PCI de la Humanidad de la UNESCO está conformada a la fecha por 567 registros. Además se han registrado 33 buenas prácticas de salvaguardia y también existe una lista de salvaguardia urgente que contiene 76 registros. En la Figura 2, se muestran los registros por año que se tienen en cada uno de los listados antes mencionados. Cabe señalar que aunque la convención para la Salvaguardia del PCI fue en el año 2003, pasaron 5 años para contar con los primeros registros en el listado, año 2008. En lo que respecta al registro de buenas prácticas de salvaguardia y al listado de salvaguardia urgente, los primeros registros se observan en el 2009 en ambos casos.

Figura 2: Registros en la lista del PCI de la humanidad, buenas prácticas de salvaguardia y lista de salvaguardia urgente



Fuente: Elaboración propia a partir de UNESCO (2003).

El Patrimonio Cultural Inmaterial de México

En lo que respecta particularmente a México, existen 10 registros en la lista representativa del PCI de la humanidad y 1 registro de buena práctica de salvaguardia, los cuáles se pueden observar en la Tabla 1 en función del año en que fueron incorporados al listado. En la Tabla 1 también se muestra la clasificación, según la forma de manifestación del PCI; se puede observar que la mayoría tiene dos o más clasificaciones, solamente el registro del proceso artesanal de la talavera no cuenta con clasificación alguna, sin embargo, podría considerarse dentro de las técnicas artesanales tradicionales, así como los conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.

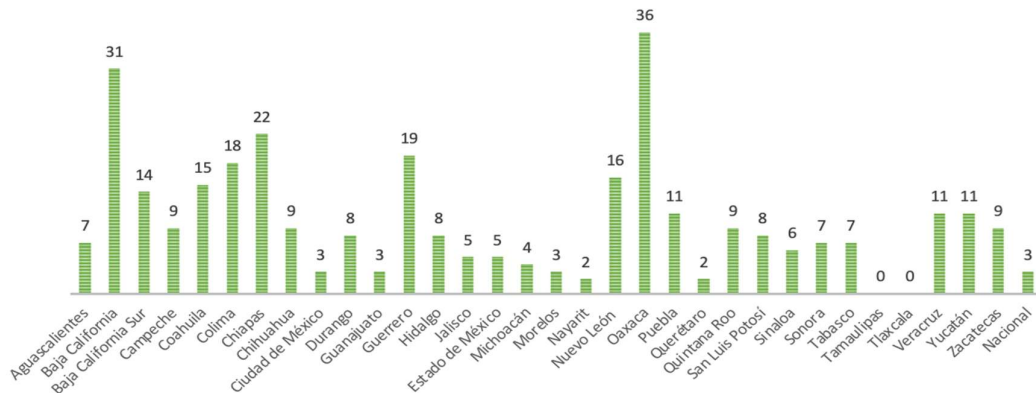
Tabla 1: PCI de la Humanidad y buenas prácticas de Salvaguardia, México

Año	PCI de la humanidad	Buenas prácticas de salvaguardia	Clasificación
2008	Las fiestas indígenas dedicadas a los muertos		Usos sociales, rituales y actos festivos. Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo
2009	La ceremonia ritual de los Voladores		Usos sociales, rituales y actos festivos. Tradiciones y expresiones orales. Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.
2009	Lugares de memoria y tradiciones vivas de los otomí-chichimecas de Tolimán: la Peña de Bernal, guardiana de un territorio sagrado		Tradiciones y expresiones orales. Técnicas artesanales tradicionales. Usos sociales, rituales y actos festivos. Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo
2010	La cocina tradicional mexicana: Una cultura comunitaria, ancestral y viva y el paradigma de Michoacán		Tradiciones y expresiones orales. Usos sociales, rituales y actos festivos. Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.
2010	La pirekua, canto tradicional de los p'urhépechas		Artes de espectáculo. Tradiciones y expresiones orales. Usos sociales, rituales y actos festivos.
2010	Los parachicos en la fiesta tradicional de enero de Chiapa de Corzo		Usos sociales, rituales y actos festivos. Artes de espectáculo. Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo. Técnicas artesanales tradicionales. Tradiciones y expresiones orales.
2011	El Mariachi, música de cuerdas, canto y trompeta		Artes de espectáculo. Tradiciones y expresiones orales. Usos sociales, rituales y actos festivos.
2012		Xtaxkgakget Makgkaxtlawana: el Centro de las Artes Indígenas y su contribución a la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial del pueblo totonaca de Veracruz, México	No aplica
2016	La charrería, tradición ecuestre en México		Artes de espectáculo. Usos sociales, rituales y actos festivos. Técnicas artesanales tradicionales.
2018	La romería de Zapopan: ciclo ritual de La Llevada de la Virgen		Tradiciones y expresiones orales. Artes de espectáculo. Usos sociales, rituales y actos festivos. Técnicas artesanales tradicionales.
2019	Procesos artesanales para la elaboración de la Talavera de Puebla y Tlaxcala (México) y de la cerámica de Talavera de la Reina y El Puente del Arzobispo (España)		Sin identificación

Fuente: Elaboración propia a partir de UNESCO (2023)

De manera adicional, México cuenta con el Sistema de Información Cultural (SIC), aquí se ha integrado un inventario del PCI del país. Dicho inventario está conformado por un total de 321 registros. En la Figura 3 se presenta el número de registros por cada estado. Se puede observar que el estado de Oaxaca es el que tiene la mayor cantidad de registros, 36, seguido de Baja California con 31. También se observa que los estados de Tamaulipas y Tlaxcala no tienen registro alguno y que existen 3 registros considerados nacionales.

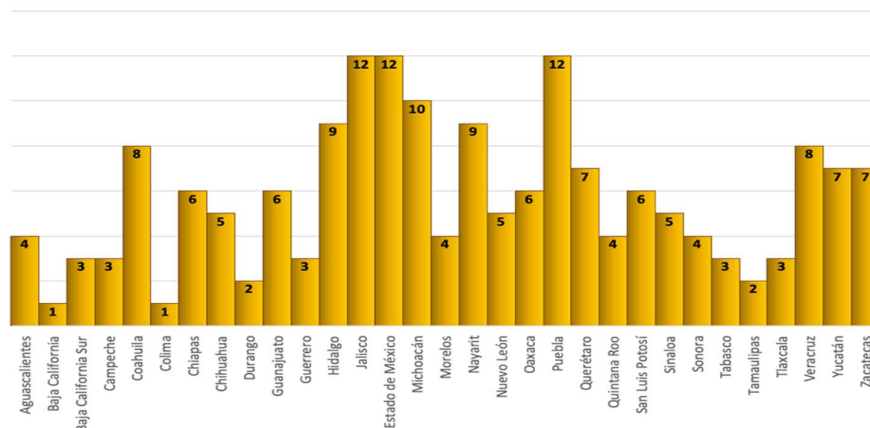
Figura 3: Registros en el inventario del PCI de México, por estado



Fuente: Elaboración propia a partir del SIC (2023).

Los Pueblos Mágicos de México

Figura 4: Número de nombramientos PM, por estado



Fuente: Elaboración propia.

Los PM ofrecen una forma única de descubrir la belleza natural y cultural de México, gracias a su impresionante riqueza histórica, cultural y natural, a la vez que brindan la posibilidad de desarrollar distintos tipos de turismo. Desde su origen, en el año 2001, y hasta la fecha se han otorgado 177 nombramientos Pueblo Mágico (Gutierrez, 2023). En la Figura 4 se muestran los

nombramientos PM para cada uno de los estados de México. Se observa que los estados de México, Jalisco y Puebla son los que tienen la mayor cantidad de nombramientos, 12 cada uno.

METODOLOGÍA

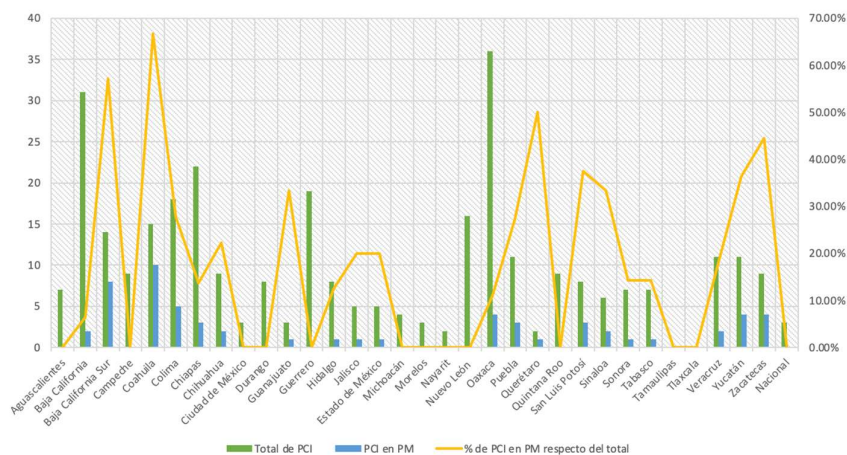
El método de investigación que se sigue es de tipo cualitativo, ya que de acuerdo a Bonilla & Rodríguez (2005) este método se orienta a profundizar casos específicos, además como señala Bernal (2010) su preocupación prioritaria es cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes; en este caso particular se buscó describir el PCI en los PM.

La investigación es de tipo descriptiva, documental y seccional. Descriptiva porque describe un aspecto característico de los PM, en este caso el PCI con que cada uno cuenta; además como lo señala Bernal (2010), la investigación descriptiva está soportada entre otras, en la revisión documental. Documental porque se recurrió a analizar información escrita sobre el PCI en México, siendo la principal fuente de información el Sistema de Información Cultural de México, y se relacionó con los PM. Con relación al tiempo se está realizando una investigación de tipo seccional o transversal, ya que la información obtenida se da en un momento del tiempo, en este caso en el año 2023.

RESULTADOS

En la Figura 5 se presentan por estado el número de registros del PCI de México, el número de registros del PCI que se encuentran en los PM y este segundo dato también se expresa en porcentaje. De manera total, se identificó que 59 de los 321 registros del PCI de México se encuentran en los PM, lo que representa en forma global el 18.38%. En la Tabla 2 se describen brevemente los 59 registros del PCI de los PM.

Figura 5: Número de registros del PCI por estado y en PM



Fuente: Elaboración propia a partir del SIC (2023).

Tabla 2: Descripción del PCI de los PM

Estado	PM	PCI	Breve descripción
Baja California	Tecate	Cultura alimentaria indígena kumiay de Juntas de Nejí	Algunos alimentos de su cultura son: caldo de conejo, víbora de cascabel asada, atole de bellota, carne seca de venado, caldo de huesos de venado, islaya, quelites, pinole, café de bellota, berro, flor de quiote, agua de chía y agua de manzana. Los elementos para cocinar los encuentran en el paisaje de desierto y cadena montañosa que habitan.
		Música kumiay en Juntas de Nejí	Uno de los elementos de la música kumiay, es la sonoridad de los instrumentos y sus prácticas musicales contemporáneas, suelen incluir una sonaja. Sus canciones y sus danzas están invariablemente relacionadas a lo religioso y a las festividades. Destacan canciones como: El guerrero, El que venía de muy lejos, Metida de sol, Tecolote, El coyote, El tío.
Baja California Sur	Todos Santos	Recolección y elaboración de dulce y jalea de pitahaya	La recolección de pitahaya data de la época prehispánica. La elaboración del dulce se remonta al periodo misional en el siglo XVIII cuando los padres misioneros destruyeron a los indios en algunas actividades artesanales y de producción. En la parte sur del estado de Baja California Sur esta actividad se vincula con el proceso histórico de ocupación y poblamiento de la región.
		Tlacuachadas en el arroyo de los San Juanes	Es un encuentro de familias de los poblados cercanos, tradicionalmente el encuentro es cada 13 de junio en el arroyo de los San Juanes. El encuentro servía para que los jóvenes de ranchos alejados conocieran a las jovencitas del pueblo o de otros lugares cercanos a él.
		Fiesta patronal dedicada a San Blas	Las fiestas de San Blas son la oportunidad para un intercambio cultural entre los diferentes ranchos de la región montañosa de la sierra central del sur de la península. Representa una oportunidad para el relajamiento antes del inicio del período más agudo de la sequía que cada año azota la región.
		Cestería de palma en El Triunfo, La Paz	La cestería se elabora al sur del estado, principalmente en la localidades de El Triunfo, San Moisés y San Fermín. Utiliza como materia prima las hojas de palma para generar productos como cestas, moldes para queso, sombreros, entre otros.
	Loreto	Elaboración de aceitunas sajadadas y machacadas y aceite de oliva	La elaboración de aceitunas en el poblado de San Javier, data del periodo misional en el Siglo XVIII, con la introducción del primer olivo en la Antigua California. La preparación de las aceitunas y el aceite de oliva, se realiza de manera artesanal.
		Almejas tatemadas de Loreto	Para su elaboración se utiliza la especie conocida popularmente como "chocolata" y se cocinan enterradas en una cama de grava.
		Talabartería o trabajo en piel: monturas, fundas de cuchillos, cueras, polainas en San Javier	La talabartería, se enfocó en la elaboración de implementos para el trabajo en el campo, tales como sillas de montar, reatas, cinturones, polainas, fundas para cuchillos y cueras.
		Cánticos religiosos: "Los gozos de San Francisco Javier" y "Las doce palabras torneadas" en Loreto, Baja California Sur	"Las doce palabras torneadas" y "Los gozos de San Francisco Javier" son cánticos religiosos cuya procedencia puede situarse cuando menos en el siglo XIX, pero es muy probable que provengan del periodo misional del siglo XVIII y que se hayan enseñado como una forma de doctrina.
Coahuila	Arteaga	Fiesta patronal dedicada a San Isidro Labrador en la Villa de Arteaga	Fiesta popular en honor a San Isidro Labrador, santo patrono de la Villa de Arteaga, la cual se celebra cada 15 de mayo para pedir lluvia y buenas cosechas.
		Contradanza en Arteaga	Se representa desde 1987. El baile se realiza típicamente durante las fiestas en honor a San Isidro Labrador. La danza se caracteriza por sus movimientos vivos y enérgicos, y se acompaña de música interpretada con instrumentos tradicionales como el violín, la guitarra y la pandereta.
		Danza de Caballitos en Arteaga, Coahuila	Esta danza consta de varios sones que se acompañan de violín y tambor (una pareja). Los integrantes se visten con ropa tradicional del pueblo (camisa de cuadros y pantalón de mezclilla) y portan un caballito adornado con manteles de puntos de cruz. La danza se realiza principalmente durante la fiesta popular, la cual se celebra el 8 de diciembre en conmemoración a la Santísima Virgen de la Concepción.

Patrimonio cultural inmaterial de los pueblos mágicos de México

Estado	PM	PCI	Breve descripción
Melchor Múzquiz		Kickapoo	Lengua indígena.
		Fiesta patronal dedicada a Santa Rosa en Múzquiz	Las fiestas dedicadas a la patrona del municipio inician con el novenario el 30 de agosto, día de Santa Rosa, momento de oración, reflexión y meditación.
		Fiesta del año nuevo de los kikapúes	Esta festividad la llevan a cabo los kikapúes de El Nacimiento en los primeros días de febrero.
		Caheyuye, canto tradicional del grupo mascogo	Los mascogos son una comunidad que ingresa a México procedente de los Estados Unidos junto con los grupos kikapoo y seminoles en el año de 1850. Algunos elementos culturales que subsisten en el grupo son: sus comidas festivas, pocas palabras de origen afro y seminol, así como sus cantos tradicionales (himnos espirituales o caheyuye) los que se cantan a capella acompañados únicamente por las palmas de las manos.
		Fiesta de aniversario de los mascogos en Coahuila: 19 de junio (Junethen Day)	Esta fiesta ocurre en agradecimiento por la donación de tierras realizada por el Presidente Benito Juárez García el 19 de Junio de 1850, y por la libertad que se les concedió, aunque- realmente no eran esclavos, pero a partir de la fecha fueron considerados mexicanos.
		Parras de la Fuente	Peregrinación de la Virgen de San Juan de los Lagos de la Hacienda de San Lorenzo a Parras, Coahuila
Viesca	Danza de la Conquista en Viesca, Coahuila	Esta danza representa la lucha que libraron los cristianos de España contra los musulmanes (moros) que dominaron España. Se baila durante el Aniversario de Viesca el 25 de julio de cada año.	
Colima	Comala	Danza de Morenos en Suchitlán, Colima	La Danza de Morenos utiliza 18 danzantes y es acompañada con música de vihuela. La ejecutan principalmente en domingo de Resurrección, aunque también suele presentarse el domingo de Pentecostés y el día de la Santa Cruz. Representa la defensa que hicieron los animales del cuerpo de Jesús mientras estuvo en el sepulcro.
		Producción de Bate	El Bate se elabora con la semilla del "chan" (<i>Hyptis suaveolens</i> , L.). El proceso consiste en recolectar la semilla, tostarla, molerla y remojarla para obtener un líquido espeso, mucilaginoso, que se enfría con hielo y al que al momento de beberse se agrega miel de piloncillo. Su preparación y venta es un oficio tradicional de las mujeres indígenas.
		Fiesta patronal dedicada a San Juan en Comala	Se celebra el 24 de junio en honor a San Juan.
		Los Pasaques en Suchitlán	Ritual que se celebra durante nueve días antes del martes de carnaval, día en que se lleva a cabo la celebración principal.
		Danza de la Conquista en Colima	Esta danza es la de mayor antigüedad en Colima, narra a través de coreografías, música y un coloquio o texto (que prácticamente ha desaparecido en todas las cuadrillas) la conquista española y la evangelización de los indígenas.
Chiapas	Chiapa de Corzo	Laca chiapaneca	La técnica de laqueado es de origen prehispánico. Es una técnica de decoración tradicional que se basa en la utilización de un aceite de origen vegetal extraído de la semilla de chía y de chicalote. La laca se aplica sobre superficies de madera o bules, pumpos o guajes.
		Danza de los Parachicos	Se lleva a cabo del 8 al 23 de enero. La celebración está enmarcada en una serie de actividades que van encadenadas: se festeja a San Antonio Abad, al Cristo de Esquipulas y a San Sebastián, que es el Santo Patrono de la localidad.
		Camino sagrado de los floreros o Topada de la flor	La tradición del "niño florero" combina la ritualidad indígena con la ceremonia católica del niño Dios, se destaca por la mezcla entre sacrificio y devoción en la que la fe lo es todo. La traída de la flor de indiluyarilú (flor del niño), es el preámbulo de las fiestas navideñas, esta flor se utiliza para hacer el nacimiento del niño Jesús en el templo de Santo Domingo de Guzmán.
Chihuahua	Creel	Rarajipari: la carrera de bola	Rarajipari, "Lanzar con el pie", es un ritual otorgado por Onorúame-Iyerúame (Padre-Madre, dualidad divina) a los rarámuri para dar fuerza al mundo y éste siga dando vueltas. Permite divertirse, compartir y –sí se puede– ganar al

Estado	PM	PCI	Breve descripción
	Guachochi	Odami (tepehuano del norte)	oponente lanzando una “komakali” (pequeña bola de madera) y demostrar así la resistencia del pueblo y del individuo. Lengua indígena.
Guanajuato	Mineral de Pozos	Úzai (Chichimeco jonaz)	Lengua indígena.
Hidalgo	Acaxochitlán	Hñähñu (otomí)	Lengua indígena.
Jalisco	Lagos de Moreno	Tejido en figuras en fibra de tule: Bandas musicales y nacimientos	La tradición de las figuras de tule es una de las más antiguas de México. El tule es una planta semiacuática que crece cerca de la Laguna y alcanza una altura de hasta tres metros. Para elaborar las figuras, se utiliza la técnica de cruzado o trenzado según la figura a realizar: charros, músicos, jinetes a caballo, campesinos, bailarinas y otras piezas.
Estado de México	Metepec	El Árbol de la vida de Metepec	En la década de 1930 el Árbol de la Vida se adoptó como una manifestación identitaria de la región, debido a su gran aceptación como obra de arte popular fuera del municipio y a la vasta especialización y habilidad que los artesanos fueron adquiriendo. El Árbol de la Vida surgió como la representación de la escena bíblica del Génesis, en esta pieza se plasman en figuras de barro el jardín del Edén, con Adán y Eva al centro, separados por el tronco del árbol y una serpiente enroscada, con la figura de Dios Padre mirándolos desde la parte superior, así como con el Sol y la Luna en cada uno de sus costados, además de flores, frutos, hojas y aves que terminan de ambientar la escena del paraíso.
Oaxaca	Huautila de Jiménez	Énná (mazateco)	Lengua indígena.
		Celebraciones en torno al Nindó Tokosho	Las peregrinaciones a este cerro sagrado, tanto familiares como colectivas, forman parte de la “costumbre” (tradición heredada) de los mazatecos. Dentro de su cosmovisión, los cerros y en particular el Nindo Tokosho, están habitados por deidades protectoras concebidas como dueños del lugar, a los que se llama Chikones.
		Textilería tradicional de Huautila de Jiménez, Oaxaca	Destaca el huipil elaborado en tela de manta y bordado con hilos de algodón multicolores, anteriormente se hacía en lienzo de telar de cintura. Los lienzos son unidos con listones de color azul y rosa y el remate de encaje. Este atuendo es acompañado con un refajo bordado con figuritas de animales en la parte de abajo para lucirlo como complemento de la vestimenta.
		Cerería en Teotitlán de Flores Magón, Huautila de Jiménez, Río Santiago, San Andrés Hidalgo, Agua de Lluvia, Palo de Marca	Varios artesanos realizan velas de cera, una tradición antigua, que utiliza como materia prima la cera de abeja.
Puebla	Chignahuapan	Textiles de lana en telar de pedal en Zacatlán, Tétela de Ocampo y Hueyapan	En Zacatlán, Puebla y zonas aledañas, se elaboran prendas de lana en telar de pedal. El proceso inicia con el trasquilado de borregos para obtener la lana, la cual es cardada e hilada a mano. Una vez obtenido el hilo se realiza el armado del telar. Con los lienzos elaborados se formarán cotones, gabanes, cotorinas y otras prendas para usarse en época de frío. Los diseños usados incluyen cabezas de caballo o venado, herraduras, sombreros, grecas aztecas, flores y otras figuras.
	Pahuatlán	Ceremonia ritual del volador en Pahuatlán, Cuetzalan, Tenampulco, Huauchinango, Naupan y Honey, Puebla	El juego del Volador es un ritual indígena originario de Mesoamérica que se caracteriza por el uso de aparatos giratorios y maniobras acrobáticas. Este ritual está asociado a la fertilidad. La fertilidad se representa mediante el descenso de los danzantes, que simbolizan la caída de la lluvia.
	Zacatlán de las Manzanas	Textilería. Bordado en pepenado en San Miguel Tenango, Puebla	Es una técnica única en el bordado dada la precisión para contar los hilos para formar las figuras que pueden ser flores, animales, estrellas u otro motivo según el pueblo que represente. El nombre de pepenado corresponde a que al momento de bordar la tela esta se frunce o pepena para luego jalar el hilo.
Querétaro	Amealco de Bonfil	Recuperación del bordado antiguo de San Ildefonso Tultepec	Diversos artículos textiles como manteles, servilletas y ropa se bordan con las técnicas de pepenado o hilván y “lomillo”, cabe resaltar que esta última es realizada por las mujeres de mayor edad debido a que es la técnica más antigua.
	Aquismón	Tének (huasteco)	Lengua indígena.

Estado	PM	PCI	Breve descripción
San Luis Potosí	Real de Catorce	La peregrinación a Wirikuta	La "Peregrinación a Wirikuta", se extiende a lo largo de los 550 kilómetros que median entre la región montañosa del Gran Nayar y el desierto de Wirikuta, a través de los estados de Zacatecas y San Luis Potosí. Los peregrinos reproducen la trayectoria de un mito original, según el cual los antepasados de los hombres surgieron del mar y emprendieron el viaje hacia Wirikuta para asistir al nacimiento del Sol, que iluminó por primera vez el mundo en la cúspide del Cerro El Quemado, en las inmediaciones del actual municipio de Real de Catorce.
	Ciudad del Maíz	Celebraciones de Semana Santa entre los pame o xi'úi	Se hace una representación de María y Jesús en la esquina de la capilla de San José, la gente arroja pétalos en señal que María encontró a Jesús, la gente baila y realiza cantos en señal de algarabía el viernes santo. El sábado de gloria toca el turno a las danzas con personas enmascaradas, quienes representan el mal. El domingo se queman figuras de pólvora y aparecen los diablos por las principales calles de la ciudad, con danzas de enmascarados; además de la participación de personas llamadas garrocheros o fariseos (paganos) que los acompañan con una valla con palos llenos de listones de colores, lo que significa que el mal se va y que de verdad queremos erradicarlo entre nosotros.
Sinaloa	El Fuerte	Los Colgazonos en Charay, Camajoa, Parnaso y La Constancia	Se trata de regalos que se hacen por las Pascuas. El primer día del año, bajo la sombra de la tradicional ramada, los fiesteros cuelgan al cuello de los matachines sargas de esquites o flores de maíz "chapalote", a modo de collar y en gratificación por lo ofrecido y vivido en las tradicionales fiestas. Dos o tres semanas posteriores al hecho, y en día domingo, los propios matachines corresponden a los fiesteros la cuelga, con canastos repletos de tamales, u otro manjar propio de la cocina yoreme, obligados a cargarlos sobre sus hombros o la nuca. Finalmente, cuando de nuevo han transcurrido dos o tres semanas, una vez más los fiesteros cuelgan sus collares de esquite a los matachines, de manera tal que son tres fiestas las que se realizan, expresión de júbilo "las colgazonos" que es como tradicionalmente las llaman.
	San Ignacio	Fiesta de La Taspana o Tlaxpana	La tradición de La Taspana se vive cada tercer domingo de octubre. Taspanar en el habla regional es referirse a la limpieza de maleza en un espacio, terreno, calle o callejón. Esta faena es particularmente amenizada por el ritmo de la música de viento y sus participantes intercambian horquetas, machetes y tamborazos.
Sonora	Álamos	Yoremnokki (mayo)	Lengua indígena.
Tabasco	Frontera	Yokot'an (chontal de Tabasco)	Lengua indígena.
Veracruz	Papantla	Ceremonia ritual de Volares en Veracruz	La danza del volador es, sin duda, una de las más antiguas, pues su origen es prehispánico. Originalmente su presentación coincidía con los ciclos solares y por lo tanto, con los ciclos agrícolas. Posteriormente, debido a fenómenos tales como el sincretismo o la colonización, esta danza se presentaba durante la celebración de las fiestas patronales, es decir, anualmente; sin embargo, en la actualidad se presenta con frecuencia en eventos cívicos y religiosos, en escenarios turísticos y en foros culturales nacionales e internacionales.
	Zozocolco de Hidalgo	Atoles, tamales y fermentados de maíz de la región del Totonacapan	El maíz como alimento es el más importante en la región del Totonacapan (Veracruz y Puebla). Sirve para hacer distintas variedades de atoles y tamales, para elaborar tortillas, o simplemente para comer hervido o asado, solo por mencionar algunos usos.
Yucatán	Izamal	Fiesta patronal dedicada a la Virgen de la Concepción en Izamal, Yucatán	En la fiesta tradicional de Izamal los festejos comienzan los primeros días del mes de diciembre, culminando el día 8 del mismo mes y están dedicados a la Virgen de la Concepción.
	Valladolid	Joyería de oro esmaltado en Valladolid, Yucatán	Entre las técnicas que identifican a la joyería tradicional yucateca, está el esmaltado, que consiste en dar color al oro con vidrio molido el cual se funde con calor y proporciona color al metal. Esta técnica conocida como "oro esmaltado" se aplica sobre todo, en aretes, anillos, pendientes y esclavas.
		Jarana maya	La música ha sido un elemento constante en el devenir histórico de la cultura maya y de la yucateca, erigiéndose la jarana como un componente fundamental en la formación de la identidad de estos grupos culturales.
		Fiesta patronal dedicada a la Santa Cruz Tuun (Xocén)	La celebración dura dos días, el 2 y 3 de mayo, se inicia con el rosario a la Santa Cruz y después se reparte "chicharra de cerdo" entre los que asistieron al recinto de la Santísima Cruz Tuun. En la noche se baila "la vaquería" que termina en la

Estado	PM	PCI	Breve descripción
			madrugada del día 3, en ella también se ejecuta "la danza de la cabeza de cochino".
Zacatecas	Nochistlán de Mejía	Música de los jaraberos de Nochistlán	Los jarabes en Nochistlán tienen tres partes y entre ellas se interpreta una diana, aplauso musical de algunas frases que se otorga a quienes realizaron hazañas en cualquier actividad. Los instrumentos del conjunto de jaraberos eran: violín primero, violín segundo, una guitarra séptima de trece cuerdas de metal y tambora, aunque podría tener variaciones en la misma región, como el arpa utilizada al inicio y después la vihuela y el guitarrón.
	Pinos	Fiesta de los Faroles	La Fiesta de los Faroles es celebrada en honor a la Purísima Concepción. Los habitantes del barrio de Tlaxcala antes del novenario iluminan la calle Tlaxcalita con cientos de farolillos tipo veneciano de diferentes tamaños y colores, colgados en cordones que cuelgan de extremo a extremo de la calle y complementan los adornos con unas pequeñas cazulejas de barro rellenas de cebo con una mecha de manta, las cuales son colocadas en los pretilos o cornisas de las casas y en las torres del Templo. El 8 de diciembre es el día principal de la fiesta.
	Villa Nueva	Fiesta de los Tastoanes en Zacatecas	La Fiesta de los Tastoanes, es una tradición que permanece como un recuerdo vivo de las luchas entre españoles e indígenas de la región. Los Tastoanes personifican a los indígenas que no cedían ante la religión católica. Los Tastoanes están inspirados en la tradición española de la lucha de moros contra cristianos, rodeada de múltiples leyendas.
		Música de tambora, tamborazo zacatecano	En sus orígenes, el tamborazo zacatecano constaba de una dotación musical básicamente compuesta por clarinete, trompeta, tarola y tambora, lo que le otorgó una sonoridad escandalosa, por lo cual se le conocía de manera coloquial como "albora güelles". En el tradicional tamborazo zacatecano sólo se combina la melodía con la parte rítmica, de manera ingeniosa, lo que le imprime su peculiar sonoridad. La identificación de esta agrupación es notable, pues al iniciar alguna interpretación, es la tambora la que se escucha en primera instancia, pasado un compás, entra toda la banda.

Fuente: Elaboración propia a partir del SIC (2023).

CONCLUSIONES

En el presente trabajo se identificó el PCI con que cuentan las localidades reconocidas como PM de México. De los 177 PM que existen a la actualidad, 34 de ellos tienen entre sus atractivos turísticos recursos identificados dentro del PCI en México, existiendo un total de 59 recursos de este tipo en tales localidades. A su vez, 2 de esos recursos se encuentran inscritos en el listado del PCI de la humanidad de la UNESCO: la danza de los parachicos de Chiapa de Corzo y la ceremonia ritual de los voladores de Papantla. Estos 59 atractivos pueden aportar una forma diferente de vivir un viaje a los PM, aportando más hacia un turismo de experiencias. Además, estos PM tienen la posibilidad de apoyarse en su herencia cultural para generar recursos que sirvan para mejorar las condiciones de vida de sus pobladores, al mismo tiempo que valoran, difunden, se apropian y hacen uso sostenible del bien cultural.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arévalo, J. & Armas, E.** (2019). Pueblos mágicos: implicaciones para del desarrollo local. En Impactos ambientales, gestión de recursos naturales y turismo en el desarrollo regional. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C, Coeditores, Ciudad de México. <https://ru.iiec.unam.mx/4730/>
- Bernal, C.** (2010). Metodología de la investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Pearson Educación.
- Bonilla, E. & Rodríguez, S. P.** (2005). Más allá del dilema de los métodos: la investigación en ciencias sociales. Norma.
- Carballo, C.** (2008). El patrimonio cultural y los nuevos criterios de intervención. La participación de los actores sociales. En Palapa, 3(1), 41-49
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=94811212006>
- Gutiérrez, J.** (2023). Sector nombra 45 nuevos Pueblos Mágicos, suman ya 177.
<https://www.jornada.com.mx/notas/2023/06/26/economia/sector-nombra-45-nuevos-pueblos-magicos-suman-ya-177/>
- Medina, F. X.** (2017). Reflexiones sobre el patrimonio y la alimentación desde las perspectivas cultural y turística. En Anales de Antropología, 51(2), 106-113.
<https://doi.org/10.1016/j.antro.2017.02.001>
- Muñoz, E.** (2019). Participación ciudadana y patrimonio cultural en la planificación turística de los pueblos mágicos (México): alcances y limitaciones. En Turismo y Sociedad, XXV, 29-50. <https://doi.org/10.18601/01207555.n25.02>
- Quecha Reyna, C.** (2015). La movilización etnopolítica afrodescendiente en México y el patrimonio cultural inmaterial. En Anales de Antropología, 49(2), 149–173. [https://doi.org/10.1016/s0185-1225\(15\)30006-0](https://doi.org/10.1016/s0185-1225(15)30006-0)
- Shaadi, R.M.A., Pulido, J. I., Rodríguez, I. M.** (2017). El producto turístico en los pueblos mágicos de México. Un análisis crítico de sus componentes. En Revista de Estudios Regionales, 108, 125-163. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=75551422005>
- Sistema de Información Cultural de México (2023). <https://sic.gob.mx>
- UNESCO** (s.f., a) Patrimonio, indicadores UNESCO de Cultura para el Desarrollo.
<https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>
- UNESCO** (s.f., b). Aplicación de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. <https://ich.unesco.org/doc/src/01853-ES.pdf>
- UNESCO** (2023). Las listas del PCI y el Registro de Buenas Prácticas de Salvaguardia.
[https://ich.unesco.org/es/listas?text=&country\[\]=00143&multinational=3#tabs](https://ich.unesco.org/es/listas?text=&country[]=00143&multinational=3#tabs)

EL TERRITORIO Y EL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL EN DISPUTA
Bienes culturales y derechos colectivos en la provincia de Jujuy – Argentina

Álvaro Patricio VILLARUBIA GÓMEZ

Ignacio BARRIONUEVO

Elisa QUIRÓS

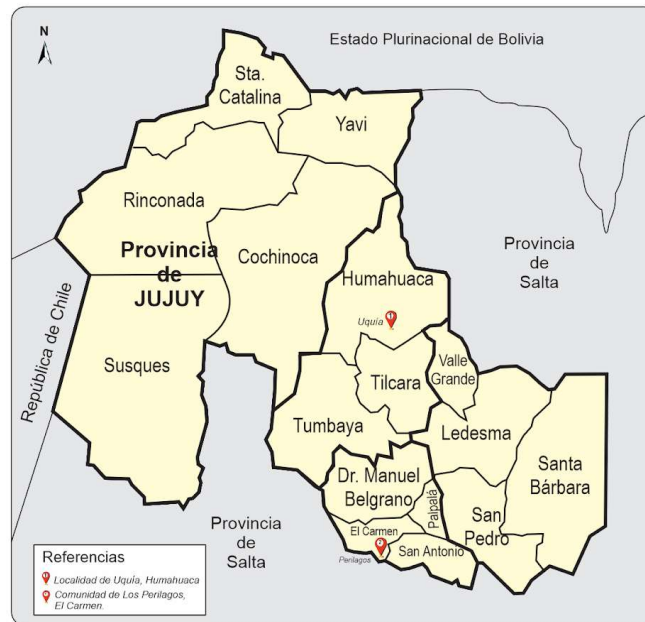
Vanesa CIVILA ORELLANA

INTRODUCCIÓN

El siguiente artículo se encuadra en el marco de los Proyectos de investigación FORTALECER de la Secretaría de Ciencia, Técnica y Estudios Regionales (SeCTER) denominado “Políticas de los sujetos y de los bienes comunes. Recursos comunitarios patrimoniales culturales inmateriales, turísticos, económicos y ambientales del NOA” e INVESPROM llamado “Políticas turísticas, patrimoniales y territorios en disputas en el NOA. El caso de Yacoraite y Los Perilagos, entre el *glamping*, el “eco-desarrollo” y el Destino Turísticos Inteligente” de la Secretaría de Investigación de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, ambas secretarías pertenecientes a la Universidad Nacional de Jujuy

En un trabajo anterior (Schlüter & Puig, 2023) Villarrubia Gómez & Civila Orellana plantearon cómo la sinergia del Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ayudaron a potenciar y a visibilizar el PCI artesanal de la comunidad rural de Uquía en Quebrada de Humahuaca y que sirvió estratégicamente para el turismo de cercanía. En esta oportunidad, los investigadores junto a nuevos autores dedicados a estos temas, entre ellos Quirós & Barrionuevo (2023), analizan como el PCI y el territorio son bienes comunes y recursos comunitarios en disputa. En este sentido, se realiza una aproximación al conflicto situado en la comunidad campesina de Los Perilagos, en el departamento de El Carmen en la zona de Los Valles jujeños que viene siendo objeto de constantes desmontes que se visibilizan desde la pandemia hasta el presente contexto de post pandemia. (Mapa 1). En este sentido, también se advierte cómo en el conflicto territorial en torno al desarraigo y el despojo se visibiliza el despojo, o el intento de despojo del patrimonio cultural inmaterial que forma parte de la experiencia vital comunitaria.

Mapa 1: La provincia de Jujuy y la Comunidad de los Perilagos, El Carmen y Uquía, Humahuaca



Fuente; Elaboración propia (2023)

EL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL Y LA COMUNIDAD COMO PROBLEMÁTICA

Resulta importante e interesante abordar el patrimonio cultural y muy especialmente el patrimonio cultural inmaterial desde su concepción para avanzar en torno al PCI de Los Perilagos que forma parte del bien cultural del territorio porque allí se despliegan las narrativas en relación a dicho territorio. En este sentido, Lacarrieu (2020) y la Convención de Salvaguardia del PCI (2003) de la UNESCO, plantean que la comunidad es parte ineludible del PCI cualquiera fuera o fuese. En el caso argentino, la Declaratoria Patrimonial de la Quebrada de Humahuaca por parte de la UNESCO (2003) ha tenido diversos efectos tanto positivos como negativos en relación al turismo y las comunidades locales anfitrionas de la Quebrada. Para entender esto, se hace necesario explicar qué se entiende por patrimonio. Según la Real Academia Española (RAE) y la UNESCO (2006) la palabra *patrimonio* es algo que ha sido heredado, es decir, algo que se transmite del pasado al futuro. Por lo tanto, el patrimonio debe ser considerado como un legado que se recibe de los ancestros y que debe ser transmitido a futuras generaciones (UNESCO, 2003). En este sentido, hace referencia al término herencia, el cual se entiende como patrimonio inmaterial de un pueblo o comunidad que ha sido legado para ser conservado y transmitido a las siguientes generaciones. Incluye creencias, saberes, expresiones artísticas, normas y valores, prácticas sociales, tradiciones y costumbres de la sociedad.

A través de este legado se refuerza la identidad regional o nacional y el sentido de pertenencia de un pueblo. De este modo, se construye la identidad social y cultural de cada comunidad. Por otro lado, el término de Patrimonio de la Humanidad refiere a un legado de monumentos y sitios de gran riqueza

natural y cultural que pertenecen a toda la humanidad. Este importante título lo confiere la UNESCO el cual se encuentra administrado por el comité de patrimonio de la humanidad que está compuesto por 21 Estados, del cual Argentina es también Estado parte. La finalidad de esta honorable mención consiste en catalogar, preservar, salvaguardar y dar a conocer sitios de importancia cultural o natural excepcional para la herencia común de la humanidad. Estos conceptos resultan operativos para esta investigación ya que permitió analizar la problemática planteada desde las significaciones, experiencias y resignificaciones que los/as mismos/as entrevistados/as me proporcionaron en el relato oral.

En relación a esto, los estudios en torno al PCI articulados con el turismo, proponen el enfoque de la participación comunitaria o participación en contexto comunitario (Lacarrière, 2020; Moya, 2020, Arantes, 2007, Mamaní, 2023; Civila Orellana & Villarrubia Gómez, 2023; Villaseñor Alonso & Zolla Márquez, 2012; Cusicanqui, 2010; Huamán 2015) que permite la relación directa entre patrimonio y turismo, esto es poner en valor a las voces y narrativas de los/as portadores/as de los elementos patrimoniales, en este caso del PCI artesanal textil en Uquía específicamente. Esto significa la participación en el proceso de puesta en valor y no sólo el lugar que, históricamente ocupan tales portadores/as, es decir el lugar de la denuncia y el reclamo. Este enfoque muy por el contrario busca el reconocimiento que la Convención de Salvaguarda del PCI (UNESCO, 2003) postula en sus considerandos. Cabe destacar que se considera como PCI a: 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 humana. A los efectos de la presente Convención, se tendrá en cuenta únicamente el patrimonio cultural inmaterial que sea compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible. (Convención de Salvaguardia del PCI, 2003 UNESCO).

Asimismo, el PCI, según se define en el párrafo 1 *supra*, se manifiesta en particular en los siguientes ámbitos: a) tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial; b) artes del espectáculo; c) usos sociales, rituales y actos festivos; d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; e) técnicas artesanales tradicionales. En torno a esto, se entiende por *salvaguardia* a "las 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" (Convención de Salvaguardia del PCI, 2003 UNESCO). Cabe aclarar aquí que, según la RAE los sustantivos *salvaguardia* y *salvaguarda* son de empleo apropiado y funcionan como sinónimos de salvoconducto, custodia, protección, amparo y garantía. En relación a esto, se entiende por *elemento* como las manifestaciones, expresiones y

prácticas comprendidas en la definición del PCI que las comunidades reconocen como parte de su patrimonio cultural. Se trata de fenómenos sociales concretos, dinámicos y complejos, que fortalecen y reafirman la identidad de una comunidad o colectivo social” (Guía del PCI Bonaerense, 2017).

Asimismo, se entiende por *comunidad portadora o portadores* al grupo de personas que a través de su experiencia de vida guardan los conocimientos, saberes o técnicas propias de los elementos del patrimonio cultural inmaterial cumpliendo un rol importante en la práctica, continuidad y transmisión de esas manifestaciones a las generaciones futuras. El concepto pretende ser amplio como para abarcar todas las categorías y estructuras organizativas alrededor del elemento con el que se trabaja. “(...) Al igual que los grupos, las comunidades son entidades dinámicas, ya que las personas pueden unirse a ellas y abandonarlas, o formar parte al mismo tiempo de diversas comunidades. En general, las comunidades no son homogéneas y, dentro de una misma comunidad, puede haber puntos de vista diferentes sobre las cuestiones relacionadas con la identificación, manifestación o salvaguardia del PCI” (Convención de Salvaguardia del PCI, 2003, UNESCO).

Lacarrieu (2020) considera a la comunidad “como problema” en tanto es difícil definir quién pertenece o no a determinado colectivo “portador” de un elemento patrimonial. En este sentido, refiere también a una comunidad heterogénea que puede definirse como “comunidad ampliada” y “comunidad acotada” en tanto diversidad dentro de un grupo relativamente homogéneo. La “comunidad acotada” de referentes puede aparentar ser un grupo cerrado, coherente y uniforme. Sin embargo, del proceso se desprende que existen diferencias personales dentro de una relativa homogeneidad.

Las características de esta comunidad, a las que pueden agregarse las vinculadas a la “comunidad ampliada”, son: son sujetos que tienen en común vínculos históricos relacionados con una celebración o práctica cultural específica y su participación en las mismas como su patrimonio compartido. Esos procesos de continuidad histórica no niegan, sin embargo, sus diferentes procedencias y pertenencias sociales, culturales y hasta económicas –cambiantes a lo largo del tiempo– que los colocan frente a desafíos y objetivos diversos. En este sentido, los miembros tanto de la “comunidad acotada” como de la “comunidad ampliada” cumplen diferentes funciones relacionadas con el elemento patrimonial. Algunos son evidentemente portadores de saberes, conocimientos y prácticas que, aunque con cambios, tuvieron continuidad en el tiempo.

También hay grupos de practicantes calificados, muchos de ellos portadores también, aunque no siempre, los jóvenes, por ejemplo, pueden ser practicantes especializados, pero no ser considerados portadores de conocimientos sobre el elemento. Hay además grupos de depositarios de los saberes, prácticas y conocimientos –muchos de ellos portadores, pero sobre todo ejecutantes–. Existen también colectivos de transmisores que tienen una función directa o indirecta en la transmisión de los saberes y prácticas relativas al elemento –muchos de ellos son portadores, practicantes y depositarios.

CULTURA Y PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL COMO BIEN CULTURAL EN CLAVE DE DERECHO

Aquí la comunidad encuentra su principal reivindicación social en tanto se propicia la participación y la puesta en valor de las identidades y culturales locales en los diferentes despliegues performáticos (Bauman, 1974; Kaliman & Chein, 2005; Palleiro, 2008) a través de sus elementos patrimoniales. Esta participación comunitaria también habilita interpelar las prácticas turísticas en el territorio en estudio, o sea en Uquía y Los Perilagos.

Resulta oportuno también aquí abordar el patrimonio cultural en clave de derechos porque se entiende que se trata de un bien cultural, común y colectivo. En este sentido, Lorenzetti (2022) plantea que es importante prestar atención al fenómeno que se está produciendo con los bienes culturales. De esta forma, adquieren relevancia las identidades culturales de determinados pueblos o regiones como bienes colectivos. Por esta razón, el autor plantea que es conveniente presentar algunos aspectos en relación con este tema. En torno a esto, durante la mayor parte de la historia de la humanidad los conflictos sobre bienes culturales no fueron resueltos por el Derecho, sino por la imposición del poder de las naciones. Los vencedores en las guerras o los pueblos dominantes aplicaron un derecho sobre los bienes culturales materiales y sobre la identidad cultural de los pueblos dominados. Eran catástrofes culturales; y en este plano no había un valor jurídico de la “Cultura”.

También es interesante observar que la noción de bienes culturales se impone en una etapa histórica específica, que es cuando son desprovistos de su contenido derivado del contexto en que fueron creados. Fueron perdiendo su función de origen vinculada a la religión y al poder, y ya no son reconocibles en su finalidad originaria. Satisfacen una función secundaria. De esta manera, Lorenzetti (2022) advierte que la “cultura” ingresa como concepto normativo cuando es un recurso escaso, con valor, y cuando es susceptible de ser comprendida dentro de límites definidos. El recurso es escaso cuando la demanda supera la oferta o está directamente no existe, porque el bien está fuera del comercio. Por esta razón, los bienes culturales comenzaron a ser regulados cuando había robo o saqueos de reliquias arqueológicas, o cuando hubo un comercio legal o ilegal de obras de arte. En los últimos años aparece la cultura como bien colectivo, susceptible de generar acciones legales.

Por todo ello, corresponde definir la “tipicidad” del bien jurídico protegido, distinguiendo entre:

- ✓ La “cultura” como un bien jurídico delimitado, que puede generar un derecho subjetivo individual, que causa un derecho de propiedad privada o una apropiación estatal;
- ✓ La “cultura” como un bien jurídico colectivo, indivisible, de uso común, que no puede ser apropiado individualmente ni por el Estado.

PCI en el territorio. Derechos individuales sobre bienes culturales

En relación a lo anterior, Lorenzetti (2022) advierte que en los siglos XIX y XX la “Cultura” comenzó a ser tratada como un bien objeto de derechos individuales privados o estatales. El bien ha sido descrito utilizando los vocablos “bien cultural” o “propiedad cultural” y la regulación ha tenido por objeto conceder acciones frente a situaciones específicas. Un breve repaso de los instrumentos jurídicos revela las siguientes etapas:

- La protección de bienes culturales en caso de conflicto armado fue un gran paso, basado en la cooperación entre UNESCO y UNIDROIT, iniciada en los años cincuenta y que elaboró la “Convención para la Protección de los Bienes Culturales en caso de Conflicto Armado”, aprobada en La Haya en 1954.
- La tutela en tiempos de paz fue importante a través de la Convención sobre las Medidas que deben Adoptarse para Prohibir e Impedir la Importación, la Exportación y la Transferencia de Propiedad Ilícitas de Bienes Culturales.
- El paso más relevante ha sido dado en 1995, con el “Convenio de UNIDROIT sobre los bienes culturales robados o exportados ilícitamente”.

El Convenio otorgó el acceso directo a la jurisdicción de los Estados, por parte del legítimo propietario o del Estado de cuyo territorio el bien haya sido ilegalmente removido, para petitionar su restitución. También estableció que “el poseedor de un bien cultural robado deberá restituirlo” lo que cambia la regla de protección del poseedor de buena fe. La contrapartida es que ese poseedor de buena fe puede reclamar una indemnización equitativa, siempre que pruebe que “actuó con la diligencia debida al adquirir el objeto”.

El debate en este plano se plantea como un conflicto de derechos sobre bienes individuales:

- ✓ Para un sector (comerciantes, coleccionistas, museos, personas físicas o sociedades) el comercio debe ser libre y debe tutelarse la buena fe del adquirente como un principio de seguridad jurídica.
- ✓ Para otro sector, por el contrario, se trata de la preservación del “patrimonio cultural”.

Bienes culturales como derechos colectivos en el caso de Uquía y Los Perilagos.

Continuando con la propuesta en torno al PCI en clave de derecho, se puede advertir en términos de Lorenzetti (2022) que los bienes culturales son derechos colectivos tanto en Uquía como en Los Perilagos y que en los últimos años surgió un campo amplísimo relacionado con los bienes culturales como derechos colectivos. En este sentido, en Argentina se puede citar, a modo de ejemplo, cómo se trata este tema.

De esta manera, cabe destacar que la Constitución reconoce la identidad y pluralidad cultural y la

Ley General del Ambiente incluye la cultura dentro de la noción de ambiente. Por su parte, la ley 25.197 definió al patrimonio cultural argentino como “aquel integrado por todos los objetos, seres o sitios que constituyen la expresión o el testimonio de la creación humana y la evolución de la naturaleza y que tienen valor arqueológico, histórico, artístico, científico o técnico excepcional” (art. 2º). Asimismo, caracterizó a los bienes culturales históricos-artísticos como todas “las obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza, de carácter irremplazable, cuya peculiaridad, unidad, rareza y/o antigüedad les confiere un valor universal o nacional excepcional desde el punto de vista histórico, etnológico o antropológico, así como las obras arquitectónicas, de la escultura o de pintura y las de carácter arqueológico”. Asimismo, la Corte Suprema de Justicia de la Nación argumenta que:

El patrimonio cultural de una Nación preserva la memoria histórica de su pueblo y, en consecuencia, resulta un factor fundamental para conformar y consolidar su identidad. Es por ello que su tutela por parte del Estado adquiere vital importancia, puesto que permite preservar los testimonios de civilizaciones pasadas y presentes, las que resultan indispensables puntos de referencia de toda sociedad a la hora de programar sus proyectos sociales futuros”. Por esta razón las manifestaciones del paisaje urbano, el arte y todas las expresiones culturales, deben ser garantizadas a todos los habitantes y a las generaciones futuras, porque constituyen elementos imprescindibles que hacen a la calidad de vida. (Corte Suprema de Justicia de la Nación).

En el derecho comparado hay una tendencia muy fuerte en el reconocimiento de la cultura como bien colectivo. La “Convención para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural” acordada por UNESCO en 1972 destacó que “los Estados partes al suscribir este instrumento reconocieron su obligación de identificar, proteger, conservar, rehabilitar y transmitir a generaciones futuras el patrimonio cultural y natural situado en su territorio (art. 4) y en razón de ello se comprometieron a adoptar una política general encaminada a atribuir al patrimonio cultural y natural una función en la vida colectiva. (Art. 5)”. El Convenio UNESCO para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial tal como se adelantó arriba dice que se entiende por “patrimonio cultural inmaterial a 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”. El PCI se manifiesta entonces en particular en los ámbitos siguientes:

- a) tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial;
- b) artes del espectáculo;
- c) usos sociales, rituales y actos festivos;
- d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo;
- e) técnicas artesanales tradicionales.

La Organización de Estados Americanos (OEA) aprobó la “Convención sobre Defensa del Patrimonio Arqueológico, Histórico y Artístico de las Naciones Americanas”, dice que “Los bienes culturales a que se refiere el artículo precedente son aquellos que se incluyen en las siguientes categorías:

- a) monumentos, objetos, fragmentos de edificios desmembrados y material arqueológico, pertenecientes a las culturas americanas anteriores a los contactos con la cultura europea, así como los restos humanos, de la fauna y flora, relacionados con las mismas;
- b) monumentos, edificios, objetos artísticos, utilitarios, etnológicos, íntegros o desmembrados, de la época colonial, así como los correspondientes al siglo XIX;
- c) bibliotecas y archivos; incunables y manuscritos; libros y otras publicaciones, iconografías, mapas y documentos editados hasta el año de 1850;
- d) todos aquellos bienes de origen posterior a 1850 que los Estados Partes tengan registrados como bienes culturales, siempre que hayan notificado tal registro a las demás Partes del tratado;
- e) todos aquellos bienes culturales que cualesquiera de los Estados Partes declaren o manifiesten expresamente incluir dentro de los alcances de esta Convención”.

En la región hay múltiples expresiones que utilizan distintos vocablos. En la Constitución de México (Art. 4), se incorporó la noción de “derechos culturales” gracias a la reconocida influencia del Prof. Sánchez Cordero. También se usa: “tesoro cultural de la nación” (Bolivia, Guatemala) o “Monumentos históricos” (Chile, Perú), “Patrimonio” “artístico” (Ecuador), “histórico-artístico” (Brasil, Colombia, Venezuela) o “histórico, artístico y cultural” (Uruguay). La ley 397/1997 de la República de Colombia, define el patrimonio cultural “por todos los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad o identidad de un pueblo, tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, así como el conjunto de bienes inmateriales y materiales, muebles e inmuebles, que poseen un especial interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, ecológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, científico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico, antropológico, y las manifestaciones, los productos y las representaciones de la cultura popular”.

De esta manera, en el caso de Uquía el Patrimonio Cultural Inmaterial está asociado a lo Artesanal y a la Agricultura especialmente. Asimismo, éstos efectivamente funcionan como bienes colectivos (Lorenzetti, 2022) y a su vez están asociados con recursos turísticos en este espacio rural compuesto por una población de alrededor de mil habitantes dedicadas particularmente a la producción artesanal de cerámicas, obras pictóricas y textiles. En este sentido, García Canclini (1999) en correlato con esto va a decir, tomando el caso mexicano que “el patrimonio no incluye sólo la herencia de cada pueblo, las expresiones “muertas” de su cultura -sitios arqueológicos, arquitectura colonial (...) sino también los bienes actuales, visibles e invisibles -nuevas artesanías (...)” (García Canclini, 1999: 16). En este sentido, tales nuevas artesanías o artesanías resignificadas en el contexto de pandemia se piensan como “bienes comunes” es decir como recursos comunitarios, y no como meros objetos culturales.

De esta manera, Barbieri (2014) se pregunta ¿qué son exactamente los bienes comunes? y responde que los bienes comunes no son ni espacios ni objetos. Los bienes comunes están compuestos por tres elementos: unos recursos (las artesanías), unas comunidades que comparten dichos recursos (Uquía) y unas normas desarrolladas por dichas comunidades con el objeto de hacer sostenible todo el proceso (puesta en valor en contexto de pandemia del patrimonio artesanal como recurso patrimonial y turístico sostenible). Es decir, los bienes comunes son: a) sistemas de gobernanza o de gestión compartida de recursos, b) sistemas desarrollados por determinadas comunidades, y c) sistemas que tienen normas, reglas identificables. Esto quiere decir que los bienes comunes son menos como sustantivos (el bien común) y más como adjetivos (lo común). En este sentido, el autor plantea que esta mirada debe adoptarse también, de forma similar, con la cultura y las políticas culturales, y ampliamos también al aspecto turístico, porque las artesanías funcionan también como recursos turísticos sin lugar a dudas.

DEL TURISMO RURAL, LA COMUNIDAD Y EL PATRIMONIO DE UQUÍA. BIENES CULTURALES COLECTIVOS

Uquía es descrita como:

Una localidad en el departamento Humahuaca, sobre la Ruta Nacional N° 9 y en la margen derecha del Río Grande. Dista 11 km. Al sur de Humahuaca y siete kilómetros en línea recta hacia el sur del angosto de Yacoraité, límite con el departamento Tilcara. Su altura sobre el nivel del mar es de 2818 metros (Paleari, 1986: 387).

Así, puede decirse que este poblado se encuentra a 115 kilómetros al norte de San Salvador de Jujuy por Ruta Nacional N° 9, a 2.900 m.s.n.m., a 19 Km. al norte de Huacalera y a 11 Km. al sur de Humahuaca. Originalmente estuvo habitada por las comunidades originarias *Uquías* de quien tomó su denominación.

Tanto en su formación como en la actualidad Uquía posee diversos elementos patrimoniales que funcionan como recursos turísticos comunitarios, entre los se encuentra, el patrimonio artesanal representado por artesanías textiles, pictóricas y en mayor medida de cerámica (obteniendo la materia prima de los recursos geológicos presentes en la zona), el patrimonio agrícola, dado que el 70% se dedica a la agricultura familiar, el patrimonio histórico puesto en los molinos de viento y en las obras pictóricas del principal monumento del pueblo (Iglesia de San Francisco de Paula, edificada en 1691, Monumento Histórico Nacional desde 1941, que exhibe un tesoro artístico de gran valor el cual se trata de una de las dos únicas colecciones del país de Ángeles Arcabuceros, pinturas realizadas en el siglo XVII por la Escuela Cusqueña) y el patrimonio narrativo que encierra los relatos de su gente. Asimismo, puede decirse que es una localidad:

Pintoresca por sus características quebradeñas coloniales, posee una antiquísima iglesia con importantes valores artísticos, declarada monumento nacional (...) Uquía dispone de destacamento

policial, sala de primeros auxilios y registro civil, centro vecinal, agua potable y energía eléctrica. Su entorno es la Quebrada de Humahuaca, que en ese lugar es ancha y fecunda. El clima, seco y templado (Palaire, 1986: 387).

Debe recordarse que según la UNESCO (1972):

El patrimonio es el legado que recibimos del pasado, que vivimos en el presente y que transmitimos a las generaciones futuras. Este organismo, además, reconoce tres tipos de patrimonio: cultural, natural e inmaterial. El patrimonio cultural comprende los monumentos, conjuntos, paisajes y sitios que tienen un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, el arte, la ciencia o la antropología. El patrimonio natural incluye los fenómenos naturales, las formaciones geológicas, los hábitats y las especies que tienen una importancia estética, científica o ecológica. El patrimonio inmaterial abarca las tradiciones, expresiones, conocimientos y habilidades que las comunidades transmiten de generación en generación y que forman parte de su identidad cultural.

Como puede observarse en el concepto brindado por UNESCO, el patrimonio desde el punto de vista social es transmitido de generación en generación, por lo que esa transmisión de experiencias y saberes, resulta en un punto inmodificable ya que es la esencia de un pueblo en particular. Bendix (2009) advierte que muchas veces en la construcción social y cultural del patrimonio inmaterial, especialmente en relación con el folklore, la identidad y el turismo, éste funciona como un recurso simbólico y económico para las naciones, las regiones y las minorías, así como en un objeto de consumo y espectáculo para los turistas. También cuestiona la noción de patrimonio inmaterial como una expresión viva y dinámica de la cultura popular y señala los riesgos de su fijación, estandarización y comercialización.

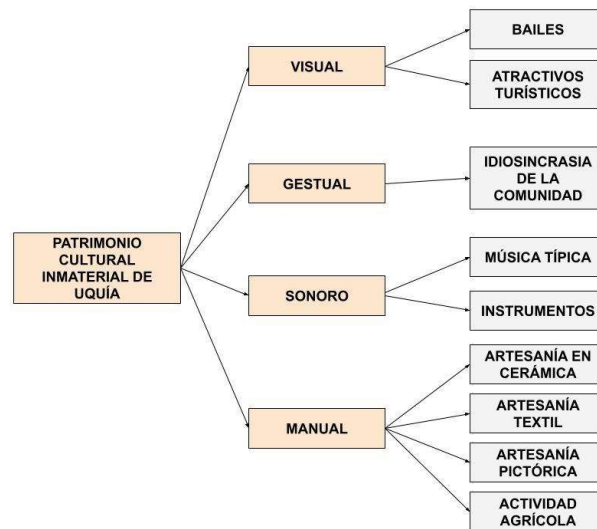
En este escenario patrimonial debe decirse que Uquía todavía mantiene la esencia del lugar vinculada a la agricultura en primera instancia y que, la actividad turística por el momento, se encuentra en un segundo plano en lo que respecta al ingreso económico de las personas (Mendoza, 2023).

Ahora bien, puede entenderse que una propuesta de desarrollo turístico en la región podría estar orientada al turismo rural o turismo rural comunitario a fin de promover acciones que permitan el desarrollo turístico desde las bases o recursos que la comunidad tiene para ofrecer, en este sentido, lo rural y sus actividades derivadas. Resulta apropiado explicar que la OMT (2023) entiende el turismo rural como un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés.

El turismo rural comunitario (TRC) por su parte es entendido por Kieffer (2018) como una forma de turismo que se realiza en espacios rurales, donde las comunidades locales ofrecen al visitante la posibilidad de compartir su cultura, su naturaleza y sus actividades productivas. Esta actividad implica una relación horizontal entre los actores involucrados, donde se busca el intercambio, el aprendizaje y el respeto mutuo.

En consonancia con lo anterior, ya sea el turismo rural o el turismo rural comunitario, Uquía posee un patrimonio cultural y natural amplio y diverso. (Figura 1) Si bien su patrimonio cultural actualmente está asociado a festividades como el carnaval o la Pachamama, los elementos inmateriales comienzan a presentarse como parte de la identidad de los/as uqueños/as. Así, el patrimonio agrícola y las prácticas derivadas forman parte del PCI de la comunidad. Asimismo, las actividades artesanales entre las que se destaca la cerámica y alfarería, los talleres textiles y las obras pictóricas son parte del patrimonio cultural inmaterial de la localidad.

Figura 1: Patrimonio Cultural Inmaterial de Uquía.



Fuente: Elaboración propia en base a la propuesta de Mariano, M.; Endere & Mariano, C. (2014)

Del posible turismo en el contexto rural de Los Perilagos y de la certeza del patrimonio cultural inmaterial como derecho

La comunidad de Los Perilagos se localiza, como ya se explicó, en el departamento El Carmen, en la zona de Los Valles Jujeños. Esta región es “una fértil depresión, ubicada entre la Cordillera Oriental y las Sierras Subandinas, aprovechada para el desarrollo de tareas agrícolas” (Cintas, 2009: 8). La región tiene un clima subtropical serrano con variaciones de temperatura. Posee una flora y una vegetación abundante caracterizada por sauces, nogales, lapachos, algarrobos, entre otros. (Carrillo de Bono & Sica, 2014). Además, está caracterizada por grandes y abundantes cursos de agua como el Río Grande y otros espejos de agua como el Dique Los Alisos, el Dique o Represa Las Maderas y el Dique La Ciénaga. Respecto a la zona de los Perilagos, puede decirse que:

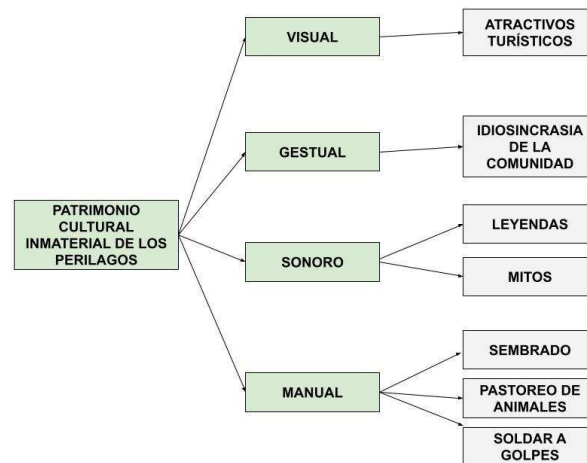
“Hay aproximadamente 100 familias, divididos en 7 parajes (Las Pircas, Las urracas, Los Naranjos, Las Lanzas, El Algarrobal, Monte Grande y Los Cedros) ubicados en el dique La Ciénaga, y Las Maderas, solo dos comunidades tienen luz eléctrica (Las Pircas y Los Naranjos) y ninguna comunidad posee

agua potable. Poseen bomba de agua y el camión cisterna pasa de forma esporádica. Presentaron un Proyecto para el agua, pero no prosperó”. (Entrevista a Florencia, comunidad de Los Perilagos, 2023).

La zona de los Perilagos posee un patrimonio abundante en lo que refiere a recursos naturales. Sin embargo, el patrimonio cultural también tiene una fuerte presencia debido a la historia de sus pobladores y habitantes, así como sus costumbres, celebraciones, actividades, prácticas, entre otras. En base a la propuesta de Mariano, Endere & Mariano C. (2014) puede sintetizarse el patrimonio cultural inmaterial de Los Perilagos a través del siguiente esquema, el cual plantea los elementos más importantes de la comunidad donde se destacan las vivencias en la vida de campo que tienen un gran valor, desde las leyendas de seres mágicos como el duende y el coquena, ya que la comunidad guarda en su memoria el haber compartido juegos con estos seres en la niñez, ya que en algunos casos ellos eran sus únicos amigos. También cabe destacar el aprendizaje que tuvieron desde niños, como el de soldar a golpes una rueda, sembrar, pastorear a sus animales, etcétera.

En diálogo con los planteamientos dados, el patrimonio cultural inmaterial como bien cultural y derecho encuentra su correlato en la historia de la comunidad de Los Perilagos (Figura 2) la cual fue marcada por tensiones y disputas territoriales que continúan en la actualidad.

Figura 2: Patrimonio Cultural Inmaterial de Los Perilagos



. Fuente: Elaboración propia en base a la propuesta de Mariano, M.; Endere & Mariano, C. (2014).

“La historia cuenta cómo llegaron las familias extranjeras a vivir en el Carmen, debido a la construcción de los diques, pero no cuentan como la comunidad rural fue desalojada para la construcción de los mismos. En la actualidad están por presentar un amparo histórico antropológico, para que no les vuelva a suceder lo mismo”. (Entrevista a Florencia, comunidad de Los Perilagos, 2023)

En línea con lo anterior, tanto Florencia como la Sra. Celia, hacen referencia al despojo de sus tierras que ocurre desde los 70. De esta forma, dicen:

“En la década del 70, en donde hoy está el dique Las Maderas, estaba la escuela Nacional N 110 “Pcia de Mendoza” en la cual funcionaba el nivel primario, y contaba con 3 grados, baños, comedor, cocina, lavadero y patio, cómo era una escuela rural la maestra que daba clases tenía su dormitorio con baño privado. Cuando empezaron a llenar el dique, cerraron la escuela y la comunidad que vivía en la zona fue desalojada por la construcción del dique” (Entrevista a Florencia y Sra. Celia, comunidad de Los Perilagos, 2023)

“No existe registro de la existencia de esa escuela, ella quiso hacer el secundario para adultos y cuando fue a solicitar en el ministerio de educación de la provincia de Jujuy el certificado de culminación de primaria, le dijeron que no existe registro que ella haya hecho la primaria, el único testimonio con el que ella cuenta son sus recuerdos y fotos” (Entrevista a la Sra Celia. Comunidad Los Naranjos parte de la comunidad de Los Perilagos).

En este sentido, los segmentos narrativos dan cuenta que el territorio siempre es una arena de disputa y que es en el PCI de sus voces donde se advierte y resignifican tal disputa y sentido del PCI en el contexto rural. Asimismo, tal territorio se advierte como el lugar de construcción de la experiencia vital y de “su” patrimonio cultural inmaterial en tanto derecho como bien cultural.

CONSIDERACIONES FINALES

Para recapitular, este artículo dio cuenta acerca de la posibilidad de pensar y repensar el turismo en espacios rurales teniendo en cuenta el territorio y el patrimonio cultural inmaterial en disputa en tanto bienes culturales y derechos colectivos, con especial énfasis en el caso de Uquía y Los Perilagos en la provincia argentina de Jujuy. En este sentido, se analizó cómo la cultura y sus prácticas culturales en términos de patrimonio cultural inmaterial (PCI) son inexorablemente derechos ciudadanos, derechos colectivos y desde ya, bienes culturales, comunes y comunitarios. De esta manera, se puso énfasis en el patrimonio cultural inmaterial tanto de Uquia como de Los Perilagos para evidenciar como está construido cada PCI y cómo deben funcionar como bienes comunes y derechos colectivos; para esto se recurrió a la normativa jurídica tanto nacional como internacional que permite advertir que, en contextos rurales, el turismo que también es un derecho debe estar en diálogo necesariamente con las comunidades locales para poder gestionar de la mejor manera los recursos patrimoniales en clave turística.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arantes, A.** (2007). "Diversity, heritage and cultural politics". En *Theory, Culture & Society*, traducción al castellano de Martín Kleiman.
- Barbieri, N.** (2014). "Cultura, políticas públicas y bienes comunes: Hacia unas políticas de lo cultural". En *Kultur*, vol. I, N° 1, pp.101-119
- Bauman, R.** (1974). Identidad diferencial y base social del folklore. "Differential identity and the social base of Folklore", *Toward new perspectives in Folklore* ed. by Américo Paredes and Richard Bauman, Austin and London, the University of Texas Press, pp. 31-41.
- Bendix, R.** (2009). *En busca de la autenticidad: la formación de los estudios folclóricos*.
- Carrillo de Bono, I.C. & Sica, G.** (2017). *Ciencias Sociales. Jujuy*. Ediciones SM, Buenos Aires.
- Cintas, J.** (2009). Jujuy. Guía de la ciudad y alrededores.
- Civila Orellana, V. & Villarrubia Gómez, A.P.** (2023). "Uquía Argentina, siempre estuvo cerca. Resignificaciones del turismo cultural de cercanía vinculado con elementos patrimoniales inmateriales". En Schlüter, R. G. & Puig, A. (coord.), *Turismo en tiempos de cambio: los desafíos del Siglo XXI*. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Buenos Aires.
- Cusicanqui, S.** (2010). *Ch'ixinakax utxiwa. Una reflexión sobre prácticas y discursos descolonizadores*. Ed. Tinta Limón, Buenos Aires
- García Canclini, N.** (1999). *Los usos sociales del patrimonio cultural*. Consejería de Cultura, Junta de Andalucía
- Human A.** (2015). El arte textil de Taquile y el turismo. Ministerio de Cultura de Perú.
- Kaliman, R. & Chein, D.** (2005). *Identidad. Propuestas conceptuales en el marco de una sociología de la cultura*. Identidad y reproducción cultural en los Andes Centromeridionales. Facultad de Filosofía y Letras UNT, San Miguel de Tucumán.
- Kieffer, M.** (2018). *Conceptos claves para el estudio del Turismo Rural Comunitario*.
- Lacarrieu, M.** (2020). "Patrimonio Cultural Inmaterial y participación comunitaria", Curso de Posgrado de Patrimonio Cultural Inmaterial. Herramientas para su gestión y salvaguardia. Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba.
- Lorenzetti, R. L.** (2022). Los bienes culturales individuales y colectivos. La LEY 19/05/2022, 1- y La LEY 2022-C, 311.
- Mamaní, G. A.** (2023). Turismo y Patrimonio Cultural Inmaterial en Humahuaca. Herencia, Salvaguardia y Resignificación de los Trajes/Disfraces de "La Gitana y El Gaucho" a través de las Narrativas de Portadores/as Comparseros/as Locales". Tesis de Licenciatura en Turismo Jujuy, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy (inédita).
- Mariano, M.; Endere, M.L & Mariano, C.** (2014). "Herramientas metodológicas para la gestión del patrimonio intangible. El caso del municipio de Olavarría, Buenos Aires, Argentina", *Revista RCA*, pág.243-269.
- Mendoza, O. A.** (2023). Turismo, cultura y contexto rural. Configuraciones identitarias y perspectivas de identificación de la comunidad de Uquía, Jujuy. Tesis de Licenciatura en Turismo Jujuy, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy (inédita).

Moya, M. (2020). Introducción a la gestión del patrimonio cultural inmaterial, Curso de Posgrado de Patrimonio Cultural Inmaterial. Herramientas para su gestión y salvaguardia. Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba.

Paleari, A. (1986). *Diccionario Geográfico de la Provincia de Jujuy*. Instituto Geográfico Militar, Buenos Aires.

Quiros, S. E., Vargas, L. & Barrionuevo, I.D. (2023). La adscripción, como elemento clave para el desarrollo profesional, investigativo y personal en cátedras universitarias. En *Libro de Resúmenes de las XIV Jornadas Regionales de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales*. Ed. Tiraxi, Jujuy. (En prensa).

Palleiro, M. I. (2008). *Formas del Discurso*. Miño y Dávila, Buenos Aires.

Schlüter, R. G. & Puig, A. (2023). *Turismo en tiempos de cambio: los desafíos del Siglo XXI*. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Buenos Aires.

Villaseñor Alonso, I. & Zolla Márquez, E. (2012) "Del patrimonio cultural inmaterial o la patrimonialización de la cultura". En: *Cultura y Representaciones Sociales*, Año 6, Núm. 12.

Páginas web consultadas:

Real Academia Española (2023). Disponible en: <https://www.rae.es/> Acceso: 10/12/2023 Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO (2023). Disponible en: <https://www.unesco.org/es> Acceso: 10/12/2023 Organización Mundial del Turismo (2023). *Glosario de Términos de Turismo* [en línea]. Madrid. Acceso: 10/12/2023

Documentos y convenciones de consulta:

Gobierno de la Provincia de Buenos Aires (2017). Guía para la inclusión de manifestaciones en el registro del patrimonio inmaterial bonaerense.

Ley Nacional N° 25.197. Régimen del Registro del Patrimonio Cultural. Buenos Aires, 15 de diciembre de 1999.

Ley Nacional N° 25.675. Ley General de Ambiente. Buenos Aires, 27 de noviembre de 2022.

UNESCO/ICOMOS/UICN (2014). Gestión del patrimonio mundial cultura I / natural. UNESCO, París.

UNESCO (2003). Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, París: UNESCO.

Reuniones asistidas:

Reunión con la comunidad artesanal de Uquía. Centro Integrado Comunitario (CIC)

Audiencia pública para el "Proyecto Integral de Servicios y Alojamiento con Fines Turísticos y Desarrollo Inmobiliario" en la comunidad campesina de Los Perilagos Audiencia por proyecto turístico (eltribuno.com)

LA EPOPEYA DE CULTURÍSTICO HUEYOTLIPAN - MÉXICO

Un viaje a la Región Donde se Oculta el Sol

Mario Alberto ENRÍQUEZ MARTÍNEZ

Víctor Manuel LÓPEZ GUEVARA

Adriana Montserrat PÉREZ SERRANO

Cuando tú tienes un proyecto de vida es tu obligación realizarlo, aun si dejas el de alguien más atrás, porque lo más importante es que ya dejaste semillas y enseñaste que sí se pueden lograr las cosas; tarde o temprano, alguien más se sumará a tu sueño.

Malu

INTRODUCCIÓN

Desde el surgimiento de la pandemia por Covid-19, los académicos y comunidades científicas globales han abordado el análisis de sus efectos desde enfoques multidisciplinarios, coincidiendo sobre todo, en las claras consecuencias derivadas de situaciones individuales de aislamiento, soledad, miedo a infectarse o al desarrollo de afecciones físicas, demencia e intentos de suicidio (Estrada, Cervantes & Rodríguez; 2023); sin dejar de lado las consecuencias sociales enfocadas principalmente en la pérdida de familiares o seres queridos, cierre de negocios, pérdida o detrimento económico y sobre todo, por infodemia (Nicolini & de la Fuente; 2023).

De esta forma, no cabe duda que la incertidumbre y lo desconocido cobran un papel fundamental en la enfermedad física y mental derivada del Covid-19, sin embargo, se debe destacar que a la inversa, es justamente tal incertidumbre y miedo a lo desconocido lo que ha potencializado diversas manifestaciones innovadoras para seguir adelante, ya sea a niveles de la intimidad del hogar, escolares y sobre todo laborales; hasta niveles de organización social allende de la economía, política, salud, ciencia y, al interior de los fenómenos sociales recurrentes, en lo que respecta al presente estudio, el turismo; ya que como lo señalan Nicolini & de la Fuente en su análisis: “Una observación relevante es que una parte importante de la población tiende a adaptarse a las nuevas situaciones y pudo contender, de forma relativamente exitosa, con los retos que las nuevas circunstancias que la pandemia le plantearon”. (Nicolini & de la Fuente 2023: 48).

Las mascarillas se han alejado de los reflectores en el quehacer habitual de la sociedad actual, pareciera que se ha regresado a la normalidad o como mediáticamente se manifiesta, a la nueva normalidad, alejada de los temores por la pérdida de la salud, o de la vida por sobre la reactivación de la actividad económica -en especial a un nivel local- y los ingresos familiares a partir de la actividad turística. Claro está que como Alberto Jonay Rodríguez (2020) comparte desde las ciencias sociales, culturalmente el turismo se ha institucionalizado, y más allá de ello, se ha democratizado, no solo en la

figura del visitante, sino incluso, entre los actores locales que se adaptan y se re-crean a sí mismos al interior de la dinámica turística.

Contrario a lo que deja manifiesto Kornstanje en 2020 dentro de su análisis antropológico del turismo rural y el Covid-19, la hospitalidad en comunidades rurales con un desarrollo turístico discreto, no solo no decayó ante la crisis mundial, sino que, como se ha constatado a tres años del surgimiento de la más reciente pandemia, se ha fortalecido; lo cual se ha dado, sobre todo, gracias a la *poiesis* turística que apuesta a la generación de experiencias, por encima de la somera generación de ingresos.

Para el caso de México, la situación no es diferente, aunque las medidas en materia de turismo resultaron riesgosas, lograron en cierta medida contrarrestar los efectos negativos de la pandemia a partir de la decisión política en las fronteras. El actual secretario de Turismo de México, Miguel Torruco Marqués deja ver que las decisiones tomadas en cuanto al cierre parcial de las fronteras mexicanas hacia el turismo internacional logró posicionar al país como un referente del turismo durante la pandemia, ya que se pasó de la séptima posición en 2017 y 2018 dentro de la clasificación mundial de países por llegada de turistas, con 41.3 y 45 millones de ingresos respectivamente, a posicionarse como el segundo país más visitado en 2021, durante el mayor auge de la pandemia por Covid-19, solo detrás de Francia y con un total de 31.9 millones de visitantes extranjeros; mientras que para 2022 descendió hasta la sexta posición (Sectur, 2023) al bajar el riesgo por contagio y abrirse la mayoría de las fronteras internacionales al turismo.

Cabe mencionar que, de acuerdo con Torruco (Sectur, 2023), los exitosos resultados del turismo nacional se debieron en parte al impulso para el desarrollo de productos turísticos diversificados a escalas locales, lo que ha permitido el surgimiento de una oferta turística que apuesta por una gestión con enfoque comunitario, tal como se percibe a partir del surgimiento de emprendimientos turístico-culturales como el que se pretende analizar en este texto.

Metodológicamente, el estudio se desarrolla a partir de la estructura del relato, mediante un proceso de socialización y seguimiento llevado desde una observación participante *in situ*, que incluye la asistencia a pruebas piloto de la ruta y *fam trips*, así como la colaboración directa en cursos y capacitaciones ofrecidos desde El Colegio de Tlaxcala, A.C. a emprendimientos turísticos locales bajo el modelo teórico del viaje del héroe, mismo que no se explica a detalle en esta ocasión, pero sí guía el desarrollo de cada apartado aquí descrito a partir de cinco episodios interconectados, a saber:

- 1) el *Reto*, que describe el marco situacional de Tlaxcala respecto al turismo, así como el surgimiento de Culturístico Hueyotlipan;
- 2) el *Mentor*, en donde se describen las acciones de colaboración por parte de la Secretaría de Turismo Estatal (Secture) y El Colegio de Tlaxcala, A.C. (Coltlax) con Culturístico Hueyotlipan;

3) el *Objeto Mágico*, apartado que describe de manera general la metodología empleada para el diseño de experiencias turísticas a partir de la colaboración con otros emprendimientos turísticos y no turísticos locales;

4) el *Aprendizaje*, que presenta la integración y surgimiento de la ruta Huellas sobre el camino grande y;

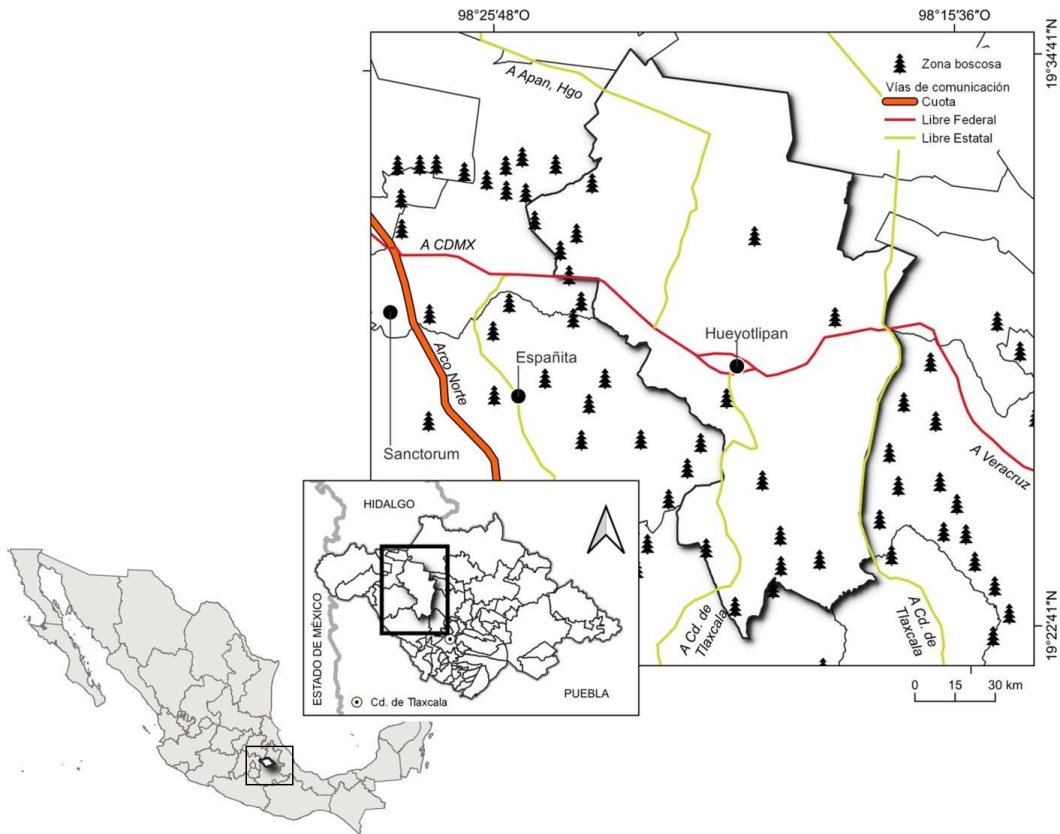
5) la *Recompensa*, que a manera de consideraciones finales, hace una reflexión última de los logros y nuevos desafíos que ha de enfrentar Culturístico como un referente del turismo regional en Tlaxcala, México y su impulso para la creación de nuevos itinerarios interconectados entre todas las regiones turísticas del estado.

EL RETO. NECESIDAD DE INNOVACIÓN PARA LA SOBREVIVENCIA ANTE UNA PANDEMIA

El estado de Tlaxcala, México, conocido también como la cuna de la nación mexicana, se sitúa en la zona centro del país, rodeado por los estados de Puebla, Hidalgo y Estado de México; además de que alberga al municipio de Hueyotlipan, de interés para el presente estudio. Representa el estado más pequeño del país (Figura 1), por lo que, en años recientes, se le ha hecho una campaña en redes sociales en la que se argumenta que “Tlaxcala realmente no existe”. Sin embargo, a partir del año 2021, en plena pandemia por Covid-19 y con el arribo de la administración actual, la Secretaría de Turismo Estatal se ha dado a la tarea de impulsar el eslogan de “Tlaxcala. No crearás que existe”, con la intención de visibilizar los atractivos con los que cuenta e impulsar no solo la llegada de visitantes nacionales y extranjeros, sino además de ampliar su pernocta.

De acuerdo a cifras del Observatorio Turístico de Tlaxcala (2023), para el año 2022 arribaron al estado 239,923 visitantes totales, de los cuales solo el 4% correspondió a visitantes del extranjero; lo que evidencia a Tlaxcala como un destino meramente nacional. El estado se caracteriza por ofrecer una oferta enfocada en turismo cultural a partir del impulso de haciendas ganaderas, sobresaliendo ante todas Val´Quirico, destino diseñado a semejanza de las campañas italianas y recientemente nombrado como el primer Reino de México por la Secretaría de Turismo, además de Pueblos Mágicos (existentes en todo el territorio nacional) como el pueblo taurino de Huamantla, Tlaxco e Ixtenco, éste último con alta presencia de comunidades de autoadscripción indígena; y turismo de naturaleza, en cuyo principal exponente se encuentra el avistamiento de luciérnaga, único en la región poniente de Tlaxcala y Oriente del Estado de México y con al menos 24 centros de avistamiento repartidos principalmente en dos municipios (Secture, 2023), además de la Matlalcueyetl, la montaña sagrada del estado localizada en el Parque Estatal La Malinche y que además se encuentra como la quinta más alta del país.

Figura 1: Mapa de localización del estado de Tlaxcala, México.



Fuente: Ángel David Flores Domínguez. El Colegio de Tlaxcala, A.C.

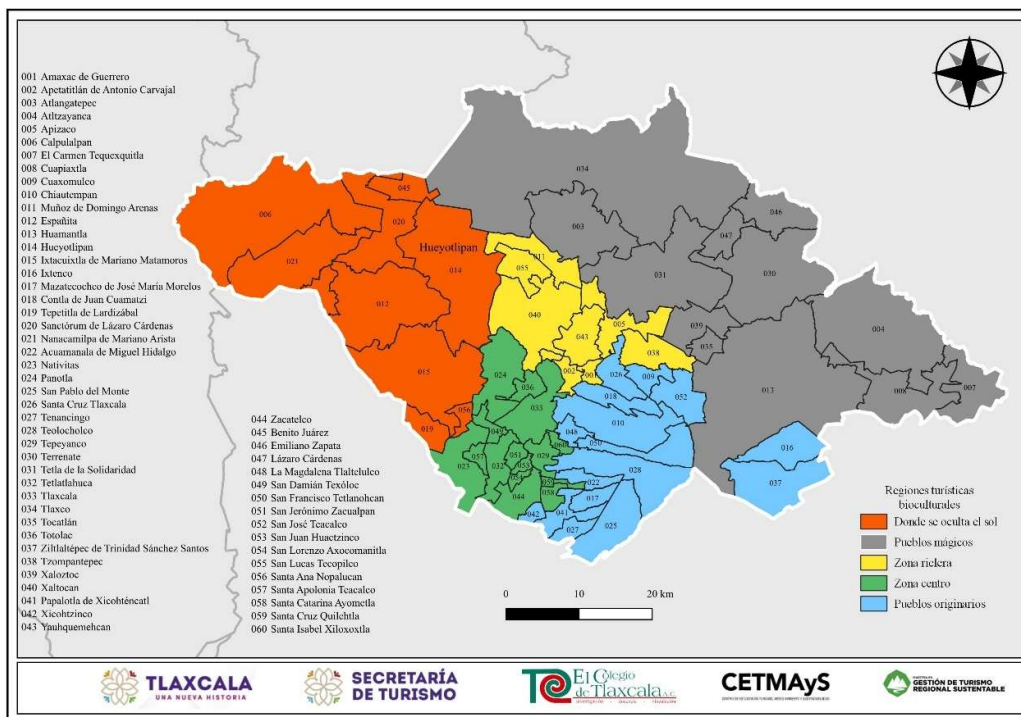
Recientemente y con el fin de observar una mejor distribución en la oferta turística de Tlaxcala, éste se ha dividido en cinco regiones a partir de la diversidad de su herencia biocultural, memoria histórica, tradición artesanal, lengua y en general la salvaguarda de su patrimonio (Figura 2), a saber:

- 1) Región Centro, caracterizada por albergar a la capital del estado, así como el reflejo de la vida urbana;
- 2) Región Mágica, que alberga a los dos Pueblos Mágicos de Tlaxcala, poblados con historia respaldados por el Programa del mismo nombre creado por la Secretaría de Turismo en el año 2001. Para 2023 se ha incluido un tercer Pueblo Mágico en Tlaxcala para sumar un total de 177 a nivel nacional;
- 3) Región Rielera, considerada así por la importancia histórico cultural que el paso del tren y ferrocarril tuvo en el desarrollo económico e industrial en Tlaxcala y la zona centro del país, a partir de las haciendas;

4) Región de Pueblos Originarios, localizada a las faldas del volcán Matlalcueytl y caracterizado por la alta presencia de comunidades con auto-adscrición indígena;

5) Región Donde se Oculta el Sol, caracterizada por localizarse justamente en la zona poniente del estado y que alberga una gran riqueza cultural alrededor de Hernán Cortes y su paso hacia la conquista del imperio mexica Tenochtitlan.

Figura 2: Mapa de las cinco Regiones Turísticas de Tlaxcala



Fuente: Ángel David Flores Domínguez. El Colegio de Tlaxcala, A.C.

Dentro de la Región Donde se Oculta el Sol se localiza el municipio de Hueyotlipan, cuyo significado se puede apreciar a partir de los vocablos en náhuatl *huey* (grande), *ohlli* (camino) e *ipan* (sobre), es decir “sobre el camino grande o principal” (H. Ayuntamiento de Hueyotlipan, 2023). Actualmente el municipio rescata sus elementos tradicionales, culturales y artesanales a través de la alfarería y barro bruñido, fiestas y carnavales, danzas folklóricas y cocina tradicional. Sin embargo, durante el auge de la pandemia por Covid-19, el municipio, como muchas otras comunidades en todo el mundo, debió detener sus actividades al aire libre, lo que impactó de manera significativa en sus pobladores, aunque, como se ha dicho, la voluntad de algunos de ellos, sobre todo de mujeres visionarias, logró cambiar el rumbo de la oferta turística no solo a nivel local, sino en todo el estado, a partir del emprendimiento de una empresa que cada día se fortalece para convertirse en un referente del turismo experiencial que ha diferenciado la oferta turística tradicional en México; por supuesto nos referimos a Culturístico Hueyotlipan.

En una entrevista a profundidad realizada a las fundadoras de Culturístico Hueyotlipan, se rescatan las motivaciones que impulsaron la creación de un emprendimiento que reúne la cultura local con los paseos turísticos. Doris, nuestro principal referente, formada en comunicación, siempre tuvo la intención de aportar algo en su municipio relacionado con comunicación y cultura, por lo que decide abrir una página de Facebook que prontamente queda en el olvido debido a la falta de tiempo y su consideración como *hobbie* más que como forma de vida. En una visita a Boston, EE.UU. percibe la importancia de realizar actividades de *social community* que impulsen la cultura local, sin embargo, como es sabido, en el primer semestre del año 2020 se declara una pandemia mundial que imposibilita el mantenimiento de las actividades económicas y sociales, lo que anticipa su regreso a México. Al encontrar todas las actividades detenidas, negocios cerrados y la carencia de empleo, el ocio la lleva a recuperar su proyecto escolar.

La comunidad de Hueyotlipan es pequeña, principalmente rural, por lo que las restricciones impuestas por la política nacional no afectan de forma tan drástica como en las grandes ciudades; con las medidas de prevención adecuadas, la gente de Hueyotlipan aún puede salir, en el reflejo de una vida más tranquila, más diferente, por lo que su primer impulso es llevar a través de las redes sociales las danzas folklóricas locales, aprovechadas como válvula de escape ante una comunidad aterida a sus tradiciones pero imposibilitada de su disfrute. Esta decisión la lleva a conectarse con Malu, maestra de danza, con quien comienza a organizar un evento cultural bajo la temática de día de muertos, incluyendo catrinas, alimentos regionales, música y danzas tradicionales.

La festividad de día de muertos en México tiene mucha importancia, y es esperada por todos los mexicanos e incluso por extranjeros; por lo que resulta demasiado riesgoso comenzar un proyecto cultural con un evento de gran magnitud. Por ello, Doris y Malu deciden echar a andar Culturístico Hueyotlipan con un evento previo, lo que las lleva a la organización de una muestra gastronómica, que más allá de la presentación de platillos novedosos, tuvo como especial eje conductor la cocina tradicional tlaxcalteca. Así, el 11 de septiembre de 2020 se lleva a cabo la primera transmisión de Culturístico Hueyotlipan en vivo, a través de la plataforma de Facebook; recibiendo una aceptación positiva con gran audiencia porque claro, la comunidad se mantenía en encierro domiciliario por el temor a los contagios que el covid podría traer. La presentación de un evento conocido por toda la gente, pero bajo una dinámica diferente a lo usual, catapultó rápidamente su página, ya que la añoranza por recuperar la elaboración tradicional de la cocina local y los saberes por parte de cocineras con conocimientos ancestrales, suavizó los golpes de la pandemia y su impacto en la pérdida no solo de la rutina, sino además de empleos y familiares. Platillos regionales a base de conejo, nopal y otros ingredientes de fácil acceso, brindó a Culturístico Hueyotlipan la oportunidad de seguir mostrando los rasgos culturales que conectan al territorio con su gente.

Al principio, y como manifiesta Malu, no se tenía la visión de lo grande que sería este emprendimiento, sin embargo, la emoción, el empeño y el gusto por distraer a los habitantes de Hueyotlipan de la crisis sanitaria en marcha, hizo posible superar los obstáculos que enfrentarían. La

creación del primer mercado orgánico, concursos de bicicletas, cafés literarios, el primer festival de pulque, la primera exposición de pintura con talentos ocultos del municipio, la primera exposición de fotografía regional, exposición de antigüedades, reforestación de los bosques cercanos y una posada con presentación de piñatas de elaboración casera, fueron ideas que se discutieron, se planearon y se pusieron en marcha a partir de aquella primera transmisión, reforzada por el festival de catrinas en el marco del día de muertos. Mientras que la Casa de Cultura y Presidencia Municipal se mantenían bajo llave, Culturístico Hueyotlipan se convirtió rápidamente en el principal referente del patrimonio cultural que a la fecha ha sobrevivido en la Región Turística Donde se Oculta el Sol.

El primer obstáculo al que se enfrentaron dos mujeres emprendedoras con un objetivo en común, fue que ellas mismas no creían en su capacidad para hacer realidad sus ideas; el segundo, que las propias autoridades locales tampoco creían en su potencial éxito, más en cambio, la audiencia que poco a poco se fue interesando en su página confió en el proyecto y más allá de eso, las apoyó en sus transmisiones mediante constantes interacciones y visualizaciones.

Como en todo emprendimiento, las dificultades para realizar cada evento se hicieron manifiestos: se les retiraron los espacios y apoyos públicos, tuvieron que recurrir al uso de los pocos recursos financieros disponibles, reiteradas vueltas y visitas con servidores públicos y actores sociales, labores de convencimiento, pago de transporte, contactar invitados, artesanos, productores, elenco artístico, pagos de servicios, reclamos en la página por no usar cubrebocas o realizar eventos en pandemia, duda e incertidumbre, se padecieron en cada momento; más el esfuerzo, el amor por su comunidad y su gente, la sinergia y amalgama en sus motivaciones, les impulsó a seguir adelante. Al final y como manifiesta Malu: cuando se quiere se puede.

Al equipo de trabajo inicial se sumaron dos compañeros, quienes daban acompañamiento, aportaban ideas y contribuían en las acciones llevadas a cabo, pero al cabo de un tiempo y derivado de una falta de proyección hacia adelante, se separaron al no percibir un beneficio a largo plazo, por lo que Doris y Malu se enfrentaron a los obstáculos prácticamente solas, aprendiendo, quitándose el miedo y mejorando a cada paso:

“si no pasó como esperabas pues no pasó nada, simplemente síguele, esto que te pasó te va a enseñar a ser mejor cada vez; esto nos ayudó a quitarnos el temor y decir vamos a hacerlo, que al final vamos a tener un resultado.”

El proyecto de Culturístico Hueyotlipan no solo se quedó en redes sociales, sino que culminó, en su primera etapa, en la consolidación de un mercado orgánico permanente, que abría todos los sábados y en el cual se vendían productos en apoyo a la economía local y solidaria. La segunda ola de pandemia impidió que continuara, pero se mantuvo en forma de la tienda “Tianquintzli” donde los artesanos y productores locales vendían sus mercancías y no se les cobraba por ello. La dinámica del Tianquintzli funcionaba bajo una sencilla premisa: aquellas personas que tenían un negocio propio, pero no

generaban ventas, recibían un espacio en la tiendita a fin de que su trabajo no quedara parado y recibieran un pago justo sin necesidad de intermediarios, algo nunca realizado en Hueyotlipan.

Como puede observarse, en un primer momento el proyecto de Culturístico Hueyotlipan se realizaba a una escala local, en conjunto con las 11 comunidades pertenecientes al municipio, más al cabo de un tiempo, se reconoció la labor del grupo de danza folklórica por parte del gobierno estatal, lo que abrió la oportunidad de participar en una muestra gastronómica organizada ahora en el centro expositor del estado, en donde Culturístico apoyó con la decoración del escenario, con figuras de papel maché de elaboración propia bajo la temática de la película de Disney Coco. Hoy en día, el grupo de danza sigue recibiendo invitaciones para participar fuera de su demarcación; mientras que Culturístico Hueyotlipan comenzó a recibir invitaciones de municipios vecinos para la coordinación de sus eventos artístico culturales, a través de pláticas y capacitaciones diversas. Con base en ello y después de su primer año frente a la cámara, Doris y Malu se propusieron ampliar sus actividades a nivel estatal, por lo que deciden presentarse ante la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Cultura, ambas del estado de Tlaxcala.

TODO HÉROE NECESITA UN MENTOR QUE LO GUÍE

Ante la Secretaría de Turismo de Tlaxcala se debe llegar con una propuesta, no se puede acudir a solicitar financiamiento, promoción o algún otro apoyo sin ofrecer algo a cambio. En su primera visita, Culturístico Hueyotlipan presentó el catálogo de todas las actividades realizadas, carteles, fotografías y videos; su acercamiento inicial fue con el Departamento de Promoción Turística, justamente en el inicio de la toma de posesión de la administración actual, lo que generó sorpresa e interés ante su presentación y sobre todo, en la intención de su visita.

“lo único que queremos es capacitación, que nos den todo el conocimiento posible porque queremos ahora emprender en turismo, queremos que nuestra región se dé a conocer porque tenemos algo más importante que enseñar. Hemos recorrido todo nuestro territorio y hemos planteado en nuestras mentes cómo podría quedar una ruta que detone el turismo en nuestro municipio”.

Es así que, a través del Departamento de Operación Turística, se le invita a la muestra gastronómica en donde además de contribuir con el grupo de danza y la decoración del escenario, contactan a una cocinera tradicional, Doña Esperanza, y su hija, participando en el intercambio de saberes en la cocina tlaxcalteca con cocineras de otras regiones. Desde ese momento, se les invita a participar en un proyecto de reciente creación por parte de El Colegio de Tlaxcala, A.C. (Coltlax), institución paraestatal dedicada a la investigación, docencia y vinculación en materia de Desarrollo Regional y por supuesto, Turismo Regional Sustentable.

Para el último trimestre de 2021 y dentro de los primeros 100 días de gobierno correspondientes a la administración actual en Tlaxcala, el Coltlax propone un proyecto ante Secture para la creación de

itinerarios turísticos experienciales que contribuyan a la diferenciación de la oferta turística en Tlaxcala, en el cual busca compartir conceptos y técnicas sobre la experiencia turística a emprendimientos de las cinco regiones turísticas del estado. A partir de pláticas y acompañamiento académico, se logra la creación de un mapeo que ubica las principales experiencias con potencial para detonarse mediante el turismo, así como los lazos que las conectan con los diferentes emprendimientos turísticos y no turísticos interesados; todo desde el fortalecimiento de relatos que doten de significados conjuntos encontrados en un territorio compartido. El resultado, la creación de itinerarios con carga experiencial que prolongue la estadía del visitante, contribuya a la valorización del patrimonio biocultural a partir de su interpretación y genere lecciones de vida significativas desde el entretenimiento, educación, estética y escapismo.

Por parte de la Secture, se invitan a los diferentes emprendimientos y colectivos locales interesados en desarrollar rutas turísticas a nivel regional, a fin de involucrarse en el proyecto propuesto por el Coltlax, siendo Culturístico Hueyotlipan uno de aquellos que levantaron la mano y, que al día de hoy, se ha mantenido en constante comunicación con el Coltlax, que a partir de ese momento se convertiría en su principal mentor.

EL OBJETO MÁGICO QUE TRANSFORMA UN *HOBBIE* A UN PROYECTO DE VIDA

El trabajo realizado por el Coltlax en cuanto al Diseño de itinerarios experienciales para la diferenciación de la oferta turística en Tlaxcala se divide hasta el momento en tres grandes fases: 1) Familiarización de los prestadores de servicios turísticos con las nociones de la experiencia turística; 2) Diseño de itinerarios turísticos a partir de narrativas con carga experiencial en las cinco regiones de Tlaxcala y; 3) Comercialización de itinerarios turísticos. Estas fases se han ido construyendo a partir de las necesidades y requerimientos que los diferentes emprendimientos y participantes solicitan. Actualmente se lleva a cabo la tercera fase, en la cual, se busca reforzar la oferta turística lograda mediante el apoyo de un *branding* consolidado.

Dentro de la primera fase, los emprendimientos turísticos participantes lograron aterrizar su comprensión de las experiencias turísticas necesarias para el diseño de itinerarios regionales. Ante ello y anteponiendo el caso de estudio de Culturístico Hueyotlipan, éste logró identificar las paradas o episodios de una ruta turística nueva, considerando los principales atractivos existentes y que mantienen una relación directa entre ellos desde el punto de vista de la herencia histórico-cultural regional, reforzados con una narrativa con una elevada carga significativa no solo para los actores locales, sino además para el visitante.

Para la segunda fase realizada durante el año 2022, se llevó a cabo la visita a cada uno de los emprendimientos a fin de recorrer el itinerario propuesto. Debido a que Culturístico Hueyotlipan se dedicaba al momento, principalmente a la oferta cultural de su municipio, optó por incluir otros atractivos fuera del mismo pero al mismo tiempo, al interior de la Región Turística Donde se Oculta el Sol, logrando

la colaboración y paulatina integración no solo de otros emprendimientos, sino además de atractivos culturales y naturales con potencial turístico que al momento no habían sido aprovechados de forma alguna, o habían sido olvidados; uno de ellos y el que más les ha generado visibilización a nivel nacional es el de las Minas de Tiza (Figura 3), poco exploradas por la comunidad local hasta ese momento y deterioradas por consiguiente. Actualmente las minas se encuentran en un proceso de recuperación y salvaguarda, gracias a la valoración turística que se le está dando por parte de visitantes y comunidad local.

Figura 3: Perspectiva interna de las Minas de tiza



Fuente: Culturístico Hueyotlipan.

La integración con otros atractivos como la Ex Hacienda La Blanca, el Palacio Municipal y la Casa de Cultura, ambos en Hueyotlipan, combinados con una narrativa altamente vivencial, hizo posible definir el primer acercamiento a un itinerario turístico experiencial que sería la bandera de Culturístico Hueyotlipan en los meses siguientes, un objeto mágico que ya no solo llevaría lo mejor de Tlaxcala a la gente, sino a la inversa, lograría traer gente a Tlaxcala.

Respecto a las acciones realizadas por el Coltlax, una vez llevadas a cabo las visitas de familiarización *in situ*, se dio paso a un conjunto de cursos talleres en torno a tres ejes temáticos: Interpretación del Patrimonio, Diseño de Plan de Negocios y Estrategias de Promoción y Difusión en Redes Sociales.

Los cursos talleres, en los que estuvo presente Culturístico Hueyotlipan, permitió definir un itinerario más consolidado, que al situarse principalmente en su comunidad de origen y manteniendo

una narrativa en torno al origen y evolución del territorio, se constituyó bajo el nombre de “Huellas sobre el camino grande”, recordando que justamente Hueyotlipan significa en náhuatl “sobre el camino grande”. De acuerdo a las condiciones físicas y culturales que permean dicho territorio, se anclaron episodios que alternan el pasado prehispánico (zonas arqueológicas, magueyeras, protección del ajolote mexicano “*axolotl*”, distribución de diferentes especies de maíz en la región), el pasado colonial y revolucionario (minas de tiza, haciendas, ex haciendas, edificaciones históricas, temazcales), nuevas actividades productivas (cultivo de girasol, alimentos alternos a base de maíz) y contacto con la naturaleza (avistamiento de luciérnagas, deportes al aire libre, deportes extremos, terapia con caballos) entre otras más que se han ido sumando poco a poco a la diversificación actual que ofrece Culturístico Hueyotlipan en cuanto al turismo y el rescate del patrimonio histórico cultural de la región.

EL APRENDIZAJE COMO POTENCIAL PARA OFRECER UN PRODUCTO TURÍSTICO DIFERENCIADO

El itinerario diseñado por Culturístico Hueyotlipan, con apoyo de otros emprendimientos turísticos regionales, se ha integrado de una forma novedosa y sobre todo original. “Huellas sobre el camino grande” evidencia el valor del patrimonio biocultural que se ha mantenido a través de los años y sobre todo de las dificultades de sostener una economía familiar mediante actividades productivas tradicionales, pero adheridas a un enfoque sustentable, no solo en los tres pilares ya comunes entre la academia (social, económico y ambiental), sino además integrando el pilar del buen vivir y la felicidad entre sus actores.

De manera general y sin pretender entrar en detalles específicos, el primer acercamiento del itinerario propuesto se compuso con los elementos de patrimonio biocultural, patrimonio alimentario, ex haciendas y artesanías. Las narrativas que conectan cada uno de los episodios que componen el itinerario se basan en dos componentes independientes pero complementarios:

La descripción de la relación entre historias de vida de los habitantes y los elementos bioculturales de su entorno; una conexión histórica a través de la alimentación entre los primeros pobladores de la región y los habitantes actuales, incluyendo a los visitantes.

La coexistencia de deidades originarias e impuestas como fuentes complementarias para el engrandecimiento de la fe de los habitantes y visitantes; sincretismo como medio para promover la convivencia y la solidaridad entre todos.

En total, el itinerario propuesto ha logrado integrar tres recorridos interpretativos y múltiples talleres de inmersión y creación a través de siete episodios que se pueden presentar en un solo recorrido, intercambiarse o dividirse según la demanda. Cada episodio cuenta con la participación de una diversa gama de actores turísticos regionales:

1. Pasado de haciendas. Visita a Ex Hacienda La Blanca (CAMMARQ, 2023), en donde se hace la presentación del recorrido y se recuerda la historia de la región.
2. Minas de Tiza (Culturístico Hueyotlipan, 2023). Se hace una visita hacia el interior de la tierra, a fin de encontrarnos con el interior de nosotros mismos.
3. Magueyera Corazón de Maguey (2023). Recorrido por el origen del pulque, combinado con talleres de elaboración de galletas a base de pulque, raspado de aguamiel, taller “adopta un maguey” y degustación de alimentos tradicionales.
4. Magueyera Saniz (2023). Visita a campos magueyeros y raspado de pulque, proceso de destilado de pulque y degustación de alimentos tradicionales.
5. Rodel Cavalli (2023). Actividades de equino estimulación temprana, cuidado y protección hacia los animales, equinoterapia como forma de conexión hombre-naturaleza.
6. Las 4E (2023). Visita a centro ecoturístico de avistamiento de luciérnaga, visita a la Unidad de Manejo para la Conservación de la Vida Silvestre para la interacción con el ajolote mexicano (*axolotl*). Campañas de reforestación y avistamiento de aves.
7. Maizapan Tlaxcala (2023). Productos agroalimentarios a base de maíz, alimentos, bebidas y dulces tradicionales con sabores inusuales.

Además de la colaboración con emprendimientos de otras regiones turísticas, que desencadenan nuevos itinerarios con narrativas diversas, pero ancladas a un territorio compartido, de ellos sobresalen:

8. Ex hacienda Santa Cruz. En donde se elabora cerveza artesanal de diferentes sabores (La cervecería Santa Cruz, 2023).
9. Tandí Challa (2023). Parque ecoturístico con puentes colgantes, tirolesa y senderismo nocturno.
10. Huerto Agroturístico La Quinta (2023). Experiencias turísticas en un huerto frutícola y venta de alimentos agroecológicos y artesanales.
11. Zona arqueológica Tecoaque (INAH, 2023). Asentamiento prehispánico de hace 1,500 años de antigüedad.
12. El Cordero Feliz (2023). Restaurante con una oferta tradicional a la carta y una oferta experiencial llamada “El secreto del quinto elemento”.
13. Altepeltaxco (2023). Guía de turistas que ofrece una experiencia basada en la ancestralidad.
14. Tenex (2023), manos de libertad, corazón de barro. Emprendimiento con recorridos turísticos experienciales a partir de la arcilla.
15. Pangea Mercado - Hábitat (2023). Tejido que integra experiencias, servicios, productos, ecosistemas y seres humanos.
16. Enamórate de Cuauila (2023). Turismo biocultural con raíces acolhuas, rescatando la infancia del rey poeta Nezahualcóyotl.
17. Tour Operadora El Chame (2023). Con su montaña sagrada desde donde descendieron los Dioses Mayahuel y Quetzalcoatl.

Con esto se puede observar que Culturístico Hueyotlipan se ha abierto un abanico de opciones para los diferentes nichos de mercado, a fin de ofrecer experiencias diversas que prolongan la estadía del visitante, desencadenando, como se ha mencionado en líneas anteriores, una diferenciación real en la oferta turística de Tlaxcala.

Gracias, sobre todo, a la promoción que Culturístico Hueyotlipan realiza en las minas de tiza, sin darse cuenta comenzaron a llevar a cabo sus propias capacitaciones, colaboraciones y aún más importante, entrevistas para medios de comunicación regionales y nacionales. Culturístico Hueyotlipan ha sido entrevistado por canales de televisión, por revistas enfocadas al turismo e incluso ha sido contactado por artistas emergentes como lo es el caso de Elaine Haro, quien grabó el videoclip promocional de un sencillo justamente en las Minas de Tiza.

“Un día escribieron de canal 13 de Puebla a nuestra página, requiriendo una entrevista. Se hizo una entrevista que sería transmitida en el horario estelar a nivel nacional, a las 21:00 hr. promocionando las Minas de Tiza. Pensamos que íbamos a salir a las 2:00 de la tarde, cuando nadie ve televisión. Desde allí comenzamos a tener un referente en nuestro trabajo”.

Con Secture siguen colaborando, en especial con el encargado del Departamento de Promoción Turística, quien les abrió la puerta en un primer momento y que sigue pendiente de su trabajo, haciendo recomendaciones y sugerencias que mejora su presencia en las redes sociales. Las capacitaciones no se han detenido, se siguen especializando, sobre todo, ahora más allá de la interpretación del patrimonio, para centrarse a última instancia en el Geoturismo, ya que, en su visión, consideran de gran importancia la salvaguarda del espacio físico a fin de mejorar la experiencia turística; integrando elementos geológicos y paleontológicos que permanecen desde el pleistoceno y el mioceno. La importancia de las actualizaciones y capacitaciones constantes, reflejan una mayor cantidad, variedad y mejor calidad en la información que se transmite a los visitantes, no solo para mejorar su experiencia, sino para transmitir el valor de la conservación del patrimonio biocultural que visitan, además, realizando cruces con la propia tierra de donde proviene el visitante. El trabajo realizado ahora no solo involucra a los actores locales, ya que llega hasta touroperadoras externas, en afán de dar a conocer una reserva única para el estado de Tlaxcala y de escasa existencia en el país.

Actualmente, Culturístico Hueyotlipan ofrece, de manera alternativa, recorridos turísticos temáticos, el más reciente, llamado “Tour catrina. Un viaje al Mictlán” se realiza entre los meses de octubre y noviembre, en donde en colaboración con “Corazón de Maguey”, se ofrece la experiencia de elaborar una hojaldra o pan de muerto, que solo se puede encontrar en México en esta temporada; la intención de este recorrido se manifiesta en la unión familiar, la comunión y el recuerdo de nuestros seres queridos que han partido.

En cuanto a las visitas que recibe actualmente, se puede señalar que la mayoría provienen de los estados vecinos: Ciudad de México, Hidalgo y Puebla, aunque de manera esporádica han recibido

visitantes de Veracruz y Aguascalientes; actualmente mantienen contacto con personas provenientes de Querétaro y Guanajuato que buscan recorrer una de las múltiples rutas que se ofrecen de manera comunitaria.

A MANERA DE CONCLUSIÓN. LA RECOMPENSA DE UN VIAJE A LA REGIÓN DONDE SE OCULTA EL SOL

Actualmente se tienen otros proyectos en marcha, se quiere extender el recorrido hasta el cerro de Xipetzinco, lugar conocido por albergar un adoratorio al Dios Xipe-Totec; lo que evidencia que aun cuando las actividades de Culturístico Hueyotlipan se han inclinado hacia el turismo, mantiene la esencia de compartir los rasgos culturales locales y regionales con los habitantes y visitantes, a través de narrativas que recogen toda la riqueza histórica y viviente que mantienen las montañas, los campos, los poblados, que se comparte y comunica desde el propio territorio. La importancia de enfocar los esfuerzos en la interpretación del patrimonio y el geoturismo, puede abrir la visión de llevar las mismas prácticas tradicionales, pero de forma diferente, retornando a la adaptación que ya Nicolini y de la Fuente nos han compartido y que aquí se hace visible.

Respecto a los propios visitantes, a partir de las estrategias aprendidas con los cursos y capacitaciones que antes se han descrito, buscan regresar para conocer otros rincones del estado, otras historias y, sobre todo, otras experiencias. Culturístico Hueyotlipan ha comprendido que no tiene una competencia directa, más bien, tiene colaboradores con los que puede alcanzar su propósito de dar a conocer su territorio, compartiendo lo que hacen otros emprendedores en las demás regiones, con otros compañeros. En conjunto, han logrado la visita de touroperadoras externas, incluso han tenido la visita de la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes filial Tlaxcala, quien no solo se ha interesado en su propuesta, sino, además, le ha dedicado difusión para lograr un mayor alcance.

Como lo mencionan las fundadoras de este proyecto, es un trabajo conjunto, todo bajo el empuje de un operativo y funcional programa de afiliados, lleno de relaciones y trabajo conjunto a diferente escala. Se debe reconocer la contribución de la academia y el gobierno en el desarrollo y éxito que se ha logrado, pero, sobre todo, la capacidad de resiliencia ante una emergencia sanitaria que ha movido las fibras de la creatividad, en donde otras personas han dejado huellas sobre un camino grande -el de Culturístico Hueyotlipan- y que en su momento han sido parte de este proyecto por lo que de alguna manera y en su momento, se encontraron con la misma emoción y trabajaron arduamente:

“entonces como dicen: honor a quien honor merecen, y como siempre le he dicho a Doris: “hay que cacaraquear los huevos de la gallina, si otros lo hacen, sin hacer nada, que nosotras no lo hagamos con lo que nos ha costado mucho trabajo”.

De esta forma se está trabajando el turismo en Tlaxcala, de manera horizontal, como una ofrenda a los saberes de la gente, de los expertos, de los dirigentes, pero, sobre todo, de la región; no solo se

trata de una gestión de turismo con enfoque comunitario, va más allá, hacia un enfoque de colaboración e intercambio, sin esperar grandes recompensas que por sí solas, como se ha visto, poco a poco llegan.

Para cerrar y como dejan manifiesto Doris y Malu, Culturístico Hueyotlipan ha dejado de ser un proyecto pequeño, han partido de un sueño, han implementado una metodología basada en el viaje del héroe y han visto que ese viaje lleva magia. Lo han hecho parte de ellas mismas y gracias a eso, este es el resultado, revistiendo de logros una epopeya moderna que enuncia las complicaciones, hazañas y recompensas que se han abierto a lo largo y ancho de Tlaxcala, pero que no vienen solas, detrás acompañan otros emprendimientos, otras rutas, otros itinerarios en las cuatro Regiones Turísticas restantes, pero que ya se hablará de ellas a su tiempo.

Agradecimientos: A Doris, Malu y Antonio, quienes aún siguen su sueño. A Mario, Arturo y Armando, que han dejado una huella imborrable. A Culturístico Hueyotlipan, que nos ha enseñado la belleza de Tlaxcala más allá de las redes sociales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Altepetlaxco. (2023). Inicio [página de facebook]. Facebook. Consultado el 23 de noviembre de 2023. <https://www.facebook.com/altepetlaxco>.

CAMMARQ. (2023). Ex Hacienda la Blanca. Consultado el 23 de noviembre de 2023. <https://cammarq.com/hacienda-la-blanca/>.

Corazón de Maguey. (2023). Inicio [página de facebook]. Facebook. Consultado el 23 de noviembre de 2023. <https://www.facebook.com/corazondemaguey24/>.

Culturístico Hueyotlipan. (2023). Inicio [página de facebook]. Facebook. Consultado el 23 de noviembre de 2023. <https://www.facebook.com/p/Culturistico-Hueyotlipan-100071339749830/>.

Enamórate de Cuauila. (2023). Inicio [página de facebook]. Facebook. Consultado el 23 de noviembre de 2023. <https://www.facebook.com/profile.php?id=100076983752060>.

Estrada, H., Cervantes, G. & Rodríguez, M. (2023). Deterioro cognitivo. En Halabe, J., Robledo, Z. y Fajardo, G. [edits.]. *Síndrome post-Covid-19 Certezas e interrogantes*. Editorial Médica Panamericana, pp. 37-60.

El Cordero Feliz. (2023). Inicio [página de facebook]. Facebook. Consultado el 23 de noviembre de 2023. <https://www.facebook.com/elcorderofelizz>.

H. Ayuntamiento de Hueyotlipan (2023). Toponimia. Consultado el 5 de noviembre de 2023. <https://hueyotlipan.gob.mx/tu-municipio/toponimia>.

Huerto Agroturístico La Quinta. (2023). Inicio [página de facebook]. Facebook. Consultado el 23 de noviembre de 2023. <https://www.facebook.com/MalinalliJS>.

INAH. (2023). Lugares INAH. Zultepec-Tecoaque. Consultado el 23 de noviembre de 2023. <https://lugares.inah.gob.mx/es/zonas-arqueologicas/zonas/1868-tecoaque-sultepec.html>.

- Kornstanje, M.** (2020). El COVID-19 y el turismo rural: una perspectiva antropológica. *Dimensiones Turísticas*, Número especial (4): 179-196. https://dimensionesturisticas.amiturismo.org/wp-content/uploads/2020/09/2020-DT-V4-NE_Nota-critica-179-196.pdf.
- La cervecería Santa Cruz.** (2023). Inicio [página de facebook]. Facebook. Consultado el 23 de noviembre de 2023. <https://www.facebook.com/lacerveceriasantacruz>.
- Las 4E.** (2023). Inicio [página de facebook]. Facebook. Consultado el 23 de noviembre de 2023. <https://www.facebook.com/search/top/?q=las%204e>.
- Maizapan Tlaxcala.** (2023). Inicio [página de facebook]. Facebook. Consultado el 23 de noviembre de 2023. <https://www.facebook.com/maizapandetlaxcala/>.
- Nicolini, H. & de la Fuente, J.** (2023). Psiquiatría y salud mental. En Halabe, J., Robledo, Z. y Fajardo, G. [edits.]. *Síndrome post-Covid-19 Certezas e interrogantes*. Editorial Médica Panamericana, pp. 47-61.
- Observatorio Turístico de Tlaxcala** (2023). Indicadores. Turismo y economía. Consultado el 5 de noviembre de 2023. <https://www.observatorioturisticodetlaxcala.com.mx/wp/indicadores/>.
- Pangea Mercado-Hábitat.** Inicio [página de facebook]. Facebook. Consultado el 23 de noviembre de 2023. <https://www.facebook.com/pangeamh>.
- Rodel Cavalli.** (2023). Inicio [página de facebook]. Facebook. Consultado el 23 de noviembre de 2023. <https://www.facebook.com/RodelCavalli>.
- Rodríguez, A.** (2020). Algunas reflexiones sobre las implicaciones culturales de la adaptación del turismo tras la pandemia. En Simancas, M., Hernández, R. y padrón, N. (Eds.), *Turismo pos-covid-19. Reflexiones, retos y oportunidades* (119-127) Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la Universidad de la Laguna.
- Saniz.** (2023). Inicio [página de facebook]. Facebook. Consultado el 23 de noviembre de 2023. <https://www.facebook.com/sanizmaguey>.
- Sectur** (2023, 21 de mayo). México se reposiciona en el 9° lugar mundial en captación de divisas por turismo, según OMT. En Prensa. Consultado el 5 de noviembre de 2023. <https://www.gob.mx/sectur/prensa/mexico-se-reposiciona-en-el-9-lugar-mundial-en-captacion-de-divisas-por-turismo-segun-la-omt?idiom=es>.
- Secture** (2023). Centros de avistamiento. Tlaxcala brilla. Consultado el 5 de noviembre de 2023. <https://www.tlaxcalabrilla.com/>.
- Tandi Chala.** (2023). Inicio [página de facebook]. Facebook. Consultado el 23 de noviembre de 2023. <https://www.facebook.com/tandichala>.
- Tenex.** (2023). Inicio [página de facebook]. Facebook. Consultado el 23 de noviembre de 2023. <https://www.facebook.com/profile.php?id=100057108563906>.
- Tour Operadora El Chame.** (2023). Inicio [página de facebook]. Facebook. Consultado el 23 de noviembre de 2023. <https://www.facebook.com/profile.php?id=100086727907653&mibextid=ZbWKwL>.

EL TURISMO GASTRONÓMICO COMO ALTERNATIVA PARA LAS NACIONALIDADES Y PUEBLOS INDÍGENAS, AFROECUATORIANO Y MONTUBIOS EN ECUADOR

Claudia Patricia MALDONADO-ERAZO

Nancy Patricia TIERRA-TIERRA

Silvia Patricia MONTÚFAR-GUEVARA

*José ÁLVAREZ-GARCÍA**

INTRODUCCIÓN

El turismo gastronómico se establece como una modalidad turística al alza al permitir la generación de experiencias únicas y creativas vinculadas a los elementos productivos y alimenticios característicos de cada uno de los territorios (M.-P. Lin et al., 2021a; OMT, 2019). Así, se convierte en uno de los medios más adecuados para el uso social del patrimonio alimentario y gastronómico de los territorios.

El patrimonio gastronómico está integrado por costumbres, tradiciones, creencias y valores, que organizan la forma de ver y entender el mundo por parte de cada grupo humano. De esta manera, juega un papel preponderante a través de tres funciones clave: a) la alimenticia, vinculada a la necesidad de básica de obtener nutrientes para un desarrollo físico y mental; b) la social, manifiesta mecanismo de relación entre los miembros del grupo humano durante la cotidianidad o las festividades; y c) la cultural, donde se plasma elementos identitarios singulares de cada grupo humano (Bessière, 2013; Bessiere & Tibere, 2013).

En este contexto, el turismo gastronómico tiene la potencialidad de generar alternativas de productos turísticos muy variadas que permitan eliminar estacionalidades, así como elevar la atraktividad de destinos que no disponen de elementos naturales de gran magnitud. Sin dejar de lado que la gastronomía local se está constituyendo en la experiencia con mayor autenticidad.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Patrimonio Cultural Inmaterial y la gastronomía

Dentro del proceso de protección de las expresiones culturales de los territorios, el accionar regulador de dicho proceso centra su atención en la materialidad de los elementos, y de cierta manera en la propiedad intelectual de creación de los individuos. Como señala Guevara (2011) los orígenes de la protección del patrimonio abordaron en primera instancia los derechos individuales, invisibilizando la existencia de sujetos de derechos colectivos. Las primeras acciones de protección desde una visión

individual surgen con el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas del 9 de septiembre de 1886. El cual se somete a un proceso de modificación exhaustivo para brindar todos los elementos necesarios de protección a los derechos de autor. Surge derivado de este proceso de revisión la Convención Universal sobre los derechos de autor en Ginebra en 1952, revisada posteriormente en París en 1971 y 1979 (Villaseñor & Zolla, 2012). Se centró su quehacer en los derechos de autor en las obras literarias, científicas y artísticas, facilitando los derechos personales y haciendo una gran contribución a la consolidación del pensamiento capitalista, que es la propiedad privada (Guevara, 2011).

En este punto, surgen ciertas luces que abordan la propiedad colectiva, debido a que existen expresiones culturales que no se pueden atribuir a un solo individuo, sino que se generan, recrean y transmiten de forma colectiva. En 1967 se efectúa una modificación al Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas (1886) y se introduce en el Art.15.4 la “protección internacional a las expresiones del folclore o expresiones culturales tradicionales” (Jaszi, 2017; Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, s/f).

Posteriormente, en 1980 se efectúan algunos intentos de protección por parte de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) y la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) para la protección de las creaciones colectivas. Según Aikawa (2004) de este proceso surge la Recomendación sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular (1989), que se constituye en el primer instrumento normativo que aborda la propiedad colectiva. Una década después, en la convención A Global Assessment of the 1989 Recommendation se efectuaron observaciones sustanciales por parte de los Estados integrantes. Entre las más representativas, se puede mencionar el ajuste de la definición a los contextos contemporáneos, donde la diversidad cultural tenía que estar plasmada.

Villaseñor & Zolla (2012) señalan que en 1992 la UNESCO comenzó con el programa de Patrimonio Cultural Intangible. En el mismo se establecieron varios de los principios que rigen el actual proceso de salvaguardia, como la revitalización como contraposición al enfoque culturalista y primordialista que congela las dinámicas culturales, y transmisión de las prácticas, motivando a romper la folklorización de las manifestaciones culturales. Al mismo tiempo, los Estados miembros motivan y encomiendan a la UNESCO crear un instrumento normativo internacional que permita la “protección de las expresiones del folclore contra la explotación ilícita y otras acciones lesivas” (INPC, 2013). Este proceso supuso un reto de articulación por la necesidad del uso de una terminología que pueda plasmar esa inmaterialidad y propiedad colectiva característica de las realidades locales de todos los territorios. A través de diversos procesos de trabajo se llegó a la consolidación de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003).

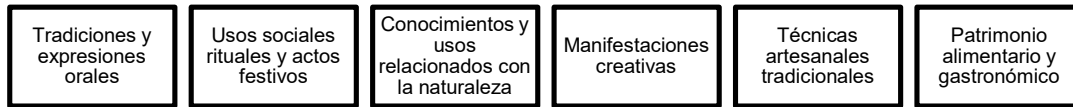
A partir de este contexto internacional, es necesario efectuar una puntualización a nivel del Ecuador. Dentro de este territorio el primer antecedente que acoge la protección del Patrimonio Cultural

Inmaterial se registra en la Ley de Patrimonio Cultural del Ecuador (1978). Según Carbonell (2020) se constituye en un cuerpo regulador muy vanguardista en el momento de su creación. A nivel mundial las amalgamas culturales se reconocen e incorporan hasta 1989 en la Recomendación sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular y en Ecuador 11 años antes se reconocían en el Art. 33 de la Ley de Patrimonio Cultural del Ecuador (1978). En el artículo se expone que “la adopción de medidas que tiendan a resguardar y conservar tales manifestaciones”, no solo en relación al grupo social predominante, sino que incorpora la integración de todos los grupos étnicos incentivando a plasmar el pluralismo cultural que posee el territorio. Adicional a ello, también se dispone de una institucionalidad, que asigna al Instituto de Patrimonio Cultural, adscrito a la Casa de la Cultura Ecuatoriana, funciones de supervisión y control. Sin embargo, carece de una normativa que permita la ejecución de dichas acciones. De esta manera, los principios de protección quedan plasmados, pero no se ejecutan. La llegada de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003) permitió llenar los vacíos existentes sobre los mecanismos para alcanzar la protección y salvaguardia de las manifestaciones, que hasta esa fecha no habían recibido atención adecuada por parte de los organismos internacionales y de los diferentes países miembros de la UNESCO.

Dentro del Ecuador el año clave para la protección, conservación y salvaguardia del Patrimonio Cultural es 2007. A través de la Declaratoria del Estado de Emergencia en el sector de Patrimonio Cultural, Registro Oficial n°816, se establece que el patrimonio se encuentra abandonado, descuidado y carecía de protección física, legal y de mecanismos de seguridad. Esta situación potencio y acrecentó el destrozo de los yacimientos arqueológicos, así como de iglesias, inmuebles y otros sitios, así como el deterioro de los bienes documentales y la alteración de la herencia arquitectónica, desapropiación y deformación de los valores inmateriales. Todos éstos “hechos ponen en evidencia la indefensión en el que se encuentra gran parte del patrimonio cultural del Estado ecuatoriano” (Ministerio de Coordinación de Patrimonio, 2009).

Por ello, en Ecuador se inician los primeros pasos para la articulación de un sistema de gestión que terminó en la consolidación del Sistema de Información del Patrimonio Cultural del Ecuador (SIPCE). En este sistema se encuentra la información digitalizada de las fichas de registro (bienes de interés patrimonial) e inventario de los cinco grupos de patrimonio cultural: material (mueble e inmueble), documental, arqueológico e inmaterial. Dentro de este último grupo se adopta de forma inicial las cinco categorías generales establecidas en la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003). Estas pasan a ser denominadas como ámbitos dentro de la jurisdicción ecuatoriana, correspondiendo a: Tradiciones y expresiones orales; Artes del espectáculo; Usos sociales, rituales y actos festivos; Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; y Técnicas artesanales tradicionales. Tras la proclamación de la Constitución de la República del Ecuador (2008) y la Ley Orgánica de Cultura (2016) se redefinieron con el objetivo de que fueran compatibles con los derechos humanos, de la naturaleza, colectivos y las disposiciones constitucionales que ahora rigen al país (Figura 1).

Figura 1. Ámbitos del PCI en Ecuador



Fuente: Elaboración propia.

En la actualidad dentro del Ecuador se define la existencia de un ámbito puntual que aborda los conocimientos y técnicas vinculadas con la elaboración de alimentos. Estas presentan un valor simbólico para cada grupo humano, en el caso de Ecuador para la población mestiza y para las 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas, afroecuatorianos y montubios que conforman la diversidad cultural del territorio. El patrimonio alimentario y gastronómico aborda los saberes sobre la elaboración, como estos están ligados a los paisajes culturales en los que se crean y recrean, así como integran la comprensión del patrimonio agrobiodiverso que presentan los territorios (Acuerdo Ministerial NO. DM-2018-126, 2018). De esta manera, se puede establecer que los sub-ámbitos que conforman este patrimonio son:

- Conocimientos sobre la agrobiodiversidad
- Técnicas y procesos agrícolas tradicionales
- Gastronomía cotidiana
- Gastronomía ritual
- Técnicas de elaboración de alimentos

Con ello, se puede señalar que son las cocinas espacios en los que muchas identidades culturales confluyen y que de esta manera es a través de sus platos donde se plasman “los estilos de vida cotidianos, las creencias religiosas, los hábitos, las tradiciones y las costumbres” (Sormaz et al., 2016).

Turismo gastronómico y el patrimonio gastronómico

El vínculo entre el turismo y la gastronomía es posible porque esta última brinda la posibilidad de que el turista pueda vincularse con la identidad cultural y el territorio por medio de espacios de esparcimiento que permitan satisfacer la recreación, salud y conocimiento. Guevara (2011) señala que por medio del turismo cultural se ha permitido que todo el patrimonio cultural inmaterial (lenguas, ritos, tradiciones, danzas, música, gastronomía, etc.) sea aprovechado en la satisfacción de las necesidades del turista. Posterior a ello, la relación entre el turismo y la gastronomía forjó una relación mucho más especializada dando origen a diversas terminologías como: gastroturismo, turismo culinario, turismo gastronómico, turismo gourmet, o variantes especializadas como enoturismo, oleoturismo, turismo enogastronómico, entre muchos otras más (Kocaman & Kocaman, 2014; M.-P. Lin et al., 2021b; Maldonado-Erao et al., 2019; Rinaldi, 2017; Sormaz et al., 2016; Valdez & Fontecha, 2018).

El turismo gastronómico se refiere a los desplazamientos que se efectúan fuera del lugar de residencia con el propósito central de deleitarse por medio de experiencias gastronómicas que integren las tradiciones culinarias, alimentos y bebidas locales. Estas experiencias también se pueden hacer extensivas a la visita de espacios de producción de los ingredientes, espacios de comercialización como mercados, experiencias creativas como clases de cocina, así como la integración del encuentro cultural con el intercambio de saberes a partir de dar a conocer la importancia cultural e histórica de la comida en una región determinada (M. P. Lin et al., 2021; Mora et al., 2021; Richards, 2012; UNWTO, 2017). La amplitud de este concepto permite precisar que el concepto ha evolucionado, tal como señala Gallo & Peralta (2018) al englobar una “multitud de prácticas culturales e incorpora en su discurso valores éticos y de sostenibilidad del territorio: el paisaje, el mar, la historia del lugar, los valores y el patrimonio cultural” (Gallo & Peralta, 2018; OMT, 2016).

Todo ello, se reafirma por lo señalado por Yeoman (2008) que las tendencias que se producirían hasta el 2030 se enfocan en las experiencias “básicas, sencillas, con sentido de comunidad y autenticidad, más aún en tiempos de recesión”, con lo cual “a medida que madura la economía de la experiencia, los consumidores desean experiencias más auténticas y reales en lugar de experiencias falsas y fabricadas” (Yeoman, 2008).

METODOLOGÍA

El estudio toma como caso de estudio referencial a las nacionalidades y pueblos indígenas, afroecuatorianos y montubios existentes dentro del Ecuador. Durante el proceso de investigación se emplea el método de estudio analítico-sintético a partir de la revisión documental sistemática de fuentes secundarias que ayudaron a consolidar la diversidad gastronómica que posee el Ecuador. La información vinculada al patrimonio gastronómico y alimentario de los pueblos y nacionalidades corresponde al inventario de manifestaciones culturales registradas en el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2023), por lo que se reconoce que todos estos saberes son propiedad de los territorios y pueden ser aprovechados a partir de diferentes productos turísticos.

CASO DE ESTUDIO: Nacionalidades y pueblos indígenas, afroecuatorianos y montubios del Ecuador

Patrimonio gastronómico y alimentario del Ecuador

La integración de una producción ética y sostenible, que potencie la cocina tradicional y la autenticidad de los productos y servicios (Balanzino, 2023), abre una relación directa para que el patrimonio cultural inmaterial alcance un uso social por medio del turismo como factor diferenciador para atraer a los turistas (Gallo & Peralta, 2018). Es aquí donde las nacionalidades y pueblos indígenas,

afroecuatorianos y montubios del Ecuador pueden a través de sus centros de turismo comunitarios poner en valor su gastronomía cotidiana.

Dentro del Ecuador el territorio se articula en tres regiones continentales que son Costa, Sierra y Amazonía, en las cuales se asientan 14 nacionalidades indígenas (Tabla 1) y 18 pueblos indígenas, afroecuatoriano y montubio (Tabla 2).

Tabla 1: Nacionalidades del Ecuador

No.	Región	Nacionalidad	Provincias	Idioma
1	Costa	Awá	Carchi, Esmeraldas e Imbabura	Awapit
2	Costa	Chachis	Esmeraldas	Cha'Palaa
3	Costa	Épera	Esmeraldas	Zia Pedee
4	Sierra	Tsa'chila	Santo Domingo de los Tsáchilas	Tsa'Fiqui
5	Sierra	Kichwa (Sierra)	Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Cañar, Azuay, Chimborazo, Loja, Zamora Chinchipe, Napo.	Kichwa
6	Amazonía	Achuar	Pastaza y Morona Santiago	Achuar Chicham
7	Amazonía	Andoa	Pastaza	Andoa
8	Amazonía	A'i Cofán	Sucumbíos	A'Ingae
9	Amazonía	Huaorani /Woorani	Orellana, Pastaza y Napo	Waotedeo
10	Amazonía	Secoya	Sucumbíos	Paicoca
11	Amazonía	Shiwiar	Pastaza	Shiwiar Chicham
12	Amazonía	Shuar	Morona Santiago, Zamora Chinchipe, Pastaza, Napo, Orellana y Subumbios	Shiwiar Chicham
13	Amazonía	Siona	Sucumbíos	Paicoca
14	Amazonía	Zápara	Pastaza	Zapara

Fuente: Ludeña & Maldonado-Erao, 2019

Tabla 2: Pueblos del Ecuador

No.	Región	Pueblo	Provincias	Idioma
1	Costa	Huancavilca - Manta	Manabí, Guayas y Santa Elena	Español
2	Sierra	Chibuleo	Tungurahua	Kichwa
3	Sierra	Kañari	Azuay y Cañar	Kichwa
4	Sierra	Karanki	Imbabura	Kichwa
5	Sierra	Kayambi	Pichincha, Imbabura y Napo	Kichwa
6	Sierra	Kisapincha	Tungurahua	Kichwa
7	Sierra	Kitukara	Pichincha	Kichwa
8	Sierra	Kichwa Amazonía	Sucumbíos, Orellana, Napo y Pastaza	Kichwa
9	Sierra	Natabuela	Imbabura	Kichwa
10	Sierra	Otavalo	Imbabura	Kichwa
11	Sierra	Palta	Loja	Español
12	Sierra	Panzaleo	Cotopaxi	Kichwa
13	Sierra	Pastos	Carchi y Pichincha	Español
14	Sierra	Puruha	Chimborazo	Kichwa

No.	Región	Pueblo	Provincias	Idioma
15	Sierra	Salasaka	Tungurahua	Kichwa
16	Sierra	Saraguro	Loja y Zamora Chinchipe	Kichwa
17	Sierra	Tomabela	Bolívar y Tungurahua	Kichwa
18	Sierra	Waranka	Bolívar	Kichwa

Fuente: Ludeña & Maldonado-Erao, 2019

Los datos presentados por Pillalaza (2023) en relación con el análisis preliminar CENSO de población del año 2022 con enfoque en Pueblos y Nacionalidades detalla que la población indígena representa el 7,7% (1.301.887 personas), montubio 7,7% (1.304.994) y afroecuatoriano 2,0% (343.408).

En relación con el PCI-Patrimonio Cultural Inmaterial de todos los pueblos y nacionalidades registrados dentro del Ecuador, de acuerdo con los registros del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2022) se han inventariado 7.282 manifestaciones culturales dentro de las 24 provincias del país, de las cuales 1.120 manifestaciones pertenecen al patrimonio gastronómico y alimentario. En la Tabla 3, se aprecia la distribución de las manifestaciones gastronómicas por provincia y pueblo o nacionalidad según el grupo étnico detallado dentro del registro nacional.

Tabla 3: Distribución del inventario del patrimonio gastronómico y alimentario del Ecuador por provincia y grupo social

Región	Provincia	Total (todas inventario)	Mestizo	Afro	Epera	Awa	Montubio	Huancavilca	Cholos	Kañari	Karanqui	Kayambi	Kitukara	Panzaleo	Puruha	Otavalo	Saraguro	Tsachilas	Kichwa amazonico	Huaorani	Shuar	Achuar	Zapara	Shiwiar	Secoya	Andoas	Siona	Cofan
Manabí	73	63			1	9																						
Santa Elena	10	7					2	1																				
Guayas	9	8				1																						
Los ríos	15	15																										
El oro	128	126						2																				
Sierra	Azuay	158	158																									
	Bolívar	4	4																									
	Cañar	15	12							2										1								
	Carchi	59	51	8																								
	Cotopaxi	33	26											7														
	Chimborazo	73	51												22													
	Imbabura	33	16	6							3					8												
	Loja	70	63														7											
	Pichincha	100	88									2	10															
	Santo domingo	8	6																2									
	Tungurahua	60	60																									

Cultural Ecuatoriano (SIPCE) el cual es generado por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2023), para ser caracterizados y mostrar el potencial turístico que posee esta parte del patrimonio cultural. Este patrimonio se encuentra parcialmente siendo aprovechado por los 40 Centros de Turismo Comunitario registrados el año 2022 en el Ministerio de Turismo del Ecuador, (2023).

Figura 2: Ámbitos del PCI en Ecuador



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018

Región Costa

Dentro de esta región se identifican 11 centros de turismo comunitario, en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Santa Elena y Guayas, con una capacidad de 441 mesas y 1764 plazas, no se registran de manera oficial CTC en las provincias de Los Ríos y El Oro. Los grupos étnicos que se registran en este espacio son: afroecuatoriano, epera, awa, montubio, huancavilca y cholos, además de la población mestiza (Tabla 5).

Tabla 5: Detalle del patrimonio gastronómico y alimentario por región, provincia y grupo étnico de Región Costa

Esmeraldas	Descripción
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano</p> <p>Manifestación: Pescado salado y Pescado ahumado</p> <p>Detalle: Técnicas de elaboración de alimentos</p>	<p>Corresponde a técnicas para la conservación del alimento, el primero a través de la salmuera que la conservación en sal y hielo, para luego escurrirlo y secarlo al sol. La segunda a someterlo al humo de leña que no tenga llama.</p> <p>Detalle: El pescado salado de emplea en la preparación de la fanesca</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano</p> <p>Manifestación: Carne seca</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se corta en pequeños pedazos la carne, sea de res o cerdo, que este bien lavada y a la cual se coloca limón. Luego, se coloca un refrito con ajo y se coloca sal, se pone al sol durante tres días. Se puede consumir hasta después de un mes, sacándola cada tres días al sol.</p> <p>Detalle: Se desarrolla en zonas rurales y sirve como alimento para los hombres que trabajan en la montaña.</p>

<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano y Épera</p> <p>Manifestación: Encocado de pescado, pescado fresco, concha, carne de monte ahumada o seca, jaiba, cangrejo, churo, raya, raya ahumada, guaña, guanta, pollo, Camarón, ratón de monte, perico</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Corresponde a una de las preparaciones más populares de Esmeraldas a todos los tipos de proteína se les realiza una cocción previa para luego, mezclarla con la leche de coco hasta que espese y se termine de preparar en ese juego. Se acompaña con arroz blanco y plátano verde asado o en patacones.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano</p> <p>Manifestación: Ceviche de concha, de camarón y ceviche blanco de pescado</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>La proteína se marina en una preparación que combina tomate, cebolla picada, jugo de limón, cebolla picada, sal, pimienta y hierbas de la zona para sazonar.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano</p> <p>Manifestación: Sopa de ostión</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se emplea ostión que se obtiene en el "río roto", en el sector de las piñas, Para su uso se deben limpiar y extraer el molusco, se deja escurrir y se envuelve en jugo de limón por 5 minutos, vuelve a lavar y está listo. Adicional a ello, se prepara un refrito, al cual se le coloca agua y se pone a hervir papa y fideo, cuando estos están en su punto, se añade zumo de coco y se condimenta. Para servir frecuentemente se acompaña con verde sancochado.</p> <p>Detalle: Se aprende por participación, ver, escuchar y obrar. Se le atribuye un poder "afrodisiaco".</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano</p> <p>Manifestación: Sopa de arroz bulgado</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>El Bulgado es un molusco que se encuentra pegado a la arena y su carne es dura. Se utiliza arroz, chillangua, tomate, cebolla, chiraran, ajo, cebolla blanca, coco, bulgado y sal. Se debe limpiar y extraer, para lo cual se lo deja la noche anterior en agua dulce y luego se lo cocina para obtener su alimento. En una olla se coloca agua y todos los condimentos antes detallados, cuando comienza a tomar sabor se coloca el arroz y se lo deja cocinar bien. Después se coloca el zumo del coco y al final se coloca el bulgado para que se sancoche y se termina de condimentar.</p> <p>Detalle: En la actualidad ya no se lo usa mucho este molusco.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano</p> <p>Manifestación: Sopa de churo</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Corresponde a una especie de caracol que crece en los manglares. Para su recolección se recomienda la marea alta, pues permite que estos suban por las ramas de los manglares, se usan los más grandes. Los ingredientes son: aceite, achote, cebolla blanca, aliños al gusto, ajo, chillagua, perejil, fideos, churo cocinado, culantro y sal; los cuales se cocinan en su totalidad para consolidar el plato.</p> <p>Detalle: Es un plato muy conocido en la Parroquia de Tambillo</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano</p> <p>Manifestación: Cazuela de marisco</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se cocina en una olla de barro, el verde con el agua de coco, el refrito y los mariscos, se revuelve constantemente agregando el zumo del coco y la hierbita, chillangua y sal al gusto.</p> <p>Detalle: Es uno de los platos más tradicionales de Esmeraldas</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano</p> <p>Manifestación: Envuelto de maduro, de manzano y de maíz</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se emplea cualquier de los ingredientes para desarrollar una masa un poco endurecida tiene entre sus ingredientes el coco, propio de la zona. Esta masa se envuelve en hoja blanca o de plátano. Y se prepara en una olla a baño maría.</p> <p>Detalle: En la zona de selva alegre, Esmeraldas, el envuelto de maíz se cataloga como gastronomía festiva o ritual vinculado a la semana santa</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano</p> <p>Manifestación: Mazamorra de arroz y de maíz</p>	<p>Corresponde a remojar sea el arroz (mismo día) o el maíz (tres días antes) para luego de poner a cocinar con leche, esta se va revolviendo hasta que quede bien cocinado, se incorpora especias dulces y panela para o azúcar para endulzar.</p> <p>Detalle: Su aprendizaje se da en la época de adolescencia de las mujeres, para ir las vinculando a las actividades de la casa.</p>

<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Casabe Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es un dulce "cuajado", que corresponde a una masa sólida y pastosa, a base de maíz. Se utiliza maíz molido, miel de panela, anís estrella, canela, azúcar quemada, azúcar, esencia de vainilla, y coco. Su elaboración es a partir de una cocción, que se envasa caliente para que al enfriar tome la forma del recipiente.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Tapado arrecho, de sábalo, de carne seca, de verde y de caldeado Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>En términos generales existen dos tipos de tapao: el seco y el caldeado. En el primero, se emplea diferentes carnes, aliños tradicionales locales, verde y coco, el cual tiene una consistencia espesa. El segundo posee una consistencia más jugosa. Detalle: En el caso del tapado arrecho este conocimiento es heredado de madres a hijas. Es necesario precisar que, el sábalo es un pez de agua dulce,</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Otaya de maíz Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>También conocida como colada de maíz, corresponde a una práctica con origen en los pueblos prehispánicos. Para su preparación se coloca en remojo al maíz un día antes, leche, especias de dulce. Se prepara en olla de aluminio y se endulza con miel de panela.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Aserrín de Toyo Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Toyo o tiburón pequeño, alimento que se desconoce su origen exacto. Emplea cebolla blanca, colorada, ajo, pimienta, achiote, chillangua y sal al gusto. Se cocina el toyo y se desmenuza en pequeñas tiras. Se prepara el refrito, se cocina y se coloca chillangua y sal.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Majaja de cayoya y de maíz Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Son dulces tradicionales de Esmeraldas, el primero ya no se realiza con frecuencia y el segundo se comercializa cotidianamente. Se emplean ingredientes como: maíz (remojo por tres días), coco, canela, mantequilla, clavo de olor, azúcar; con lo cuales se crea una masa que se coloca en moldes para ser cocinada al horno, toma una apariencia parecida al pan. Detalle: La tradición de su aprendizaje se hereda de madres a hijas. Se debe precisar que los moldes empleados son latas de atún o sardina.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Pan de coco Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se utiliza harina de trigo, coco, mantequilla, dulce de panela o azúcar, anís y levadura. Sigue un proceso similar a la majaja y también se usan latas como moldes. Detalle: Cumple la función de sostén económico, pues se comercializa en las zonas urbanas o rurales y en la elaboración interviene toda la familia.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Mistela Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Denominada como "bebida de la mujer", por su bajo contenido de alcohol, se comparte principalmente en reuniones o fiestas. Contiene: canela, anís de estrella, pimienta dulce, anís pequeño, una tapa de panela o una taza de azúcar, agua, aguardiente y naranjilla.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Jaga Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se obtiene de la fermentación del maíz por un tiempo de tres días, corresponde a una sabia que se desprende del proceso de remojar el maíz y la cual tiene un color cremoso. Se establece como la base para elaborar el champú, casabe y mazamorra</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Elaboración del guarapo Detalle: Técnicas de elaboración de alimentos</p>	<p>Se emplea un molino tradicional de madera que emplea la fuerza de tracción animal (caballo o toro) guiado. En el molino se introduce la caña y se por presión extrae un líquido que cae en un contenedor de madera llamado "bunque". Este se cierne para quitar impurezas y se toma durante los primeros cuatro días, a partir del quinto la fermentación lo convierte en una bebida alcohólica.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Colada de verde añejo Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Tiene como base el plátano verde añejado en agua de dos días y hierbas dulces. Una vez que el verde se esté deshaciendo para quitar el olor fuerte que tiene, se lava con hoja de naranjo o agua de hierbaluisa, así como añadir todas las hierbas dulces. Se puede tomar caliente o fría en plato o vaso porque presenta una textura gelatinosa. Detalle: Tradicional de San Lorenzo, su aprendizaje es de madres a hijas.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Mazato con chontillo Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es una bebida típica. Sus ingredientes son plátano maduro y el fruto conocido como chontillo. Detalle: Al fruto se le atribuyen poderes nutritivos y afrodisíacos</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Colada de caña Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se emplea el guarapo, el cual se cocina por una hora a fuego lento. Después de cocinarlo se lo cierne y se le agrega coco rallado. Nuevamente se lo hierve hasta que seque el guarapo y se deja reposar por un día, para que espese.</p>

<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Vinagre de platano Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se obtiene del plátano maduro, el cual se almacena en contenedores, cuando iniciaba el proceso de descomposición se colocaba en un cedazo, para que comience un proceso de goteo, este líquido se denomina vinagre. Se empleaba como medicina para el hígado, crecimiento de cabello, entre otras. Detalle: Producto elaborado por los abuelos y abuelas, del sector San Lorenzo</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Bala barbona y guascosa Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Lleva este nombre debido al sonido que se genera por el golpe del plátano en la piedra, para este proceso se usa una piedra mamá de base y una piedra hija para machacar los plátanos previamente cocinados. En el caso de la bala guascosa este tiene una consistencia seca, en el caso de la bala barbona, se agrega la carne seca frita o cocinada. Detalle: Se puede comparar a los majados que se existen a lo largo de la costa del Ecuador. En el caso de la bala guascosa se atribuye su origen a la época de la esclavitud.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: La rellena Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es un caldo hecho con las vísceras del chancho que se sirve con rodajas de plátanos. Se compone de arroz, repollo, cebolla colorada, pimienta, ajo, orégano, chillangua, chiraran, hierbita, albahaca, sal, comino, pimienta, las vísceras y sangre del chancho.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Cangrejada Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Corresponde a una comida que consta básicamente de cangrejo cocinado al vapor con coco y maduro. Detalle: Forma parte de la oferta turística de Rioverde.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Tasquero Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Especie de cangrejo, pero más pequeño, que tiene colores rojos y negros. Se preparan también en cangrejas. Detalle: Debido a la devastación del ecosistema en el que crecen ha ido desapareciendo y con ellos los platos que se realizaban.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Sango de concha Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Requiere de una larga preparación por lo que se desarrolla esporádicamente. Se ralla o licua el verde, se cocina en una olla con achiote y se mantiene en movimiento. Se cocina la concha con las especias chillangua, chiraran, cebolla blanca, tomate, pimienta, ajo y orégano. Cuando está listo el verde se comienza a agregar el seco con el jugo de coco. Detalle: Se una receta es heredada de las abuelas.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Muchín de maduro Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se ralla el maduro crudo para crear una masa, se le agrega queso, canela, mantequilla y coco. Se baten los ingredientes y se envuelven en hojas de bijagua, se dejan hervir hasta que se cocinen bien. Luego, se colocan en una parrilla para asarlo a fuego lento, hasta que la masa tome consistencia. Detalle: Su transmisión es generacional</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Raspado con verde Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Para su preparación se utiliza refrito con cebolla blanca, chillangua y chirarán. Luego, se incorpora el verde cocinado previamente sea licuado o raspado, además de incluir zanahoria, col, choclo, yuca, coco, huevos y queso. Detalle: Es un plato tradicional de los pueblos afrodescendientes, que se enseña de madre a hija en la convivencia cotidiana. Se lo denomina una vitamina para ganar fuerza y como alimento para pasar la resaca.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: El pusandao Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se inicia "quebrantando" el verde manualmente y colocándolo en el fondo de la olla. Seguido, se pone la carne en porciones encima del verde, aplicando por último un refrito. Se le agrega agua y se deja hervir por una hora.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Panela de coco Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Dulce que también se conoce como "patacón". Se coloca en una olla la miel de panela para que hierva, se agrega los patacones, el coco y anís estrellado, se deja hasta obtener una masa de color café y se envuelve en hojas de bijagua.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Manjar de coco Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Para su preparación se emplea una paila de bronce en la que se coloca la leche de vaca, especias, azúcar y se lo pone a fuego lento, luego se coloca la leche extraída del arroz remojado, además de la leche del coco y se revuelve constantemente con una paleta hasta que deje ver el fondo de la olla. Detalle: Es un dulce típico de Esmeraldas</p>

<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Cocada Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se lleva al fuego una paila de bronce, se coloca azúcar y agua hasta que se forme una miel. Se agrega el coco y las especias. En este momento se menea la mezcla con una paleta y se evita que se quemé el coco. Cuando este en el punto se saca y se coloca un poco para amasar manualmente. Luego se comprime con la mano para que se compacten los ingredientes y queden suaves al paladar. Si la masa toma un color oscuro se denomina "cocada negra". Detalle: La cocada es parecida al turrón pero más suave al gusto</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Cabello de ángel Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Se elabora a base de miel de panela y papaya verde. Detalle: Este alimento se compartía en viernes santo entre los vecinos fortaleciendo los lazos del tejido social a través de su rol simbólico religioso.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Gaucho de coco Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Elaborado a base de azúcar y coco. Se prepara cotidianamente para el consumo y para la venta. Es similar a un alfeñique, pero se diferencia por su sabor a coco. Detalle: En su preparación se considera que el dulce se puede cristalizar y dañar por la presencia de la "mala espalda" o persona con mala energía, así como por una mujer embarazada.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Dulce de arroz Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Elaborado a base de miel de panela y arroz. Se sirve frío y acompañado de un pan. Se comparte principalmente en Semana santa, pero también se puede desarrollar en otras fechas especiales como fin de año. Detalle: Este manjar, al igual que el Cabello de ángel, era preparado para festejar la semana santa.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Dulce de calabazo y de manzano Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Este dulce está hecho a base de panela y calabazo tierno. También, se considera medicinal, para lo cual se mezcla con agua de hierbas compuesta por: llantén, discancel, quinua, manzanilla y romero; ayuda con quistes en las mujeres, eliminar piedras de los riñones, etc. El dulce de manzano está hecho a base de panela y manzano (guineo pequeño conocido como orito)</p>
<p>Grupo étnico: Épera Manifestación: Encocado de pescado Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Sigue el procedimiento antes detalle, pero se diferencia por la integración de cebolla blanca, colorada y tomate.</p>
<p>Manabí</p>	
<p>Grupo étnico: Montubio Manifestación: Prensado en palo de bambú Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es un granizado en un palo de bambú. Consiste en hielo granizado al que se le coloca esencias para dar sabor junto con leche condensada.</p>
<p>Grupo étnico: Montubio Manifestación: Manjar de cacao Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Elaborado por las mujeres principalmente, emplea un producto emblemático de la provincia. Se compone de leche de vaca, cacao, azúcar y canela en polvo. Se consume como postre con o sin galletas, o también sirve para decorar tortas.</p>
<p>Grupo étnico: Montubio Manifestación: Elaboración de la cuajada y el queso de hoja Detalle: Técnicas de elaboración de alimentos</p>	<p>Se desarrolla en las zonas rurales y corresponde a un queso tierno, suave y cremoso; la porción es en forma circular. El queso de hoja es un tipo de queso fresco que se envuelve en hoja de plátano porque le da un sabor distinto y lo preserva. Se come junto a pan, plátano asado y otros productos propios de la zona. Detalle: Su origen se asocia a la llegada de los españoles</p>
<p>Grupo étnico: Montubio Manifestación: Seco de gallina Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es similar a un guiso que emplea tomate, cebolla, pimienta, cilantro y jugo de naranjilla, naranja o cerveza. Se determina que la gallina que usa para elaborar el seco es criada en el campo y de forma totalmente natural. Detalle: Se atribuye el origen de la palabra "seco" a la ocupación petrolera inglesa que existió en Ancón, por la deformación de la palabra "second"</p>

<p>Grupo étnico: Montubio</p> <p>Manifestación: Preparación artesanal de longaniza</p> <p>Detalle: Técnicas de elaboración de alimentos</p>	<p>Es un embutido artesanal. Se utiliza los intestinos del cerdo, para el relleno se utilizan hierbas de la zona y carne magra de cerdo en trozos pequeños o molida. Con esta masa se rellena los intestinos y los extremos se atan con hojas secas de la mazorca de maíz. Finalmente, se seca al sol o con el humo de los fogones.</p> <p>Detalle: Su origen se atribuye a la llegada de los españoles.</p>
<p>Grupo étnico: Awa</p> <p>Manifestación: El lustrado</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es un dulce que se hace en horno de barro, que tiene almidón, huevos, azúcar, vainilla y canela. Si este está bañado con merengue se denomina "nevados" porque una vez que se los mete al horno, la cobertura se endurece quedando blancos como la nieve.</p> <p>Detalle: El origen de esta receta se remonta a la llegada de las Madres Benedictinas al cantón Rocafuerte, entre finales del siglo XIX y principios del siglo XX.</p>
<p>Santa Elena</p>	
<p>Grupo étnico: Huancavilca</p> <p>Manifestación: Morocho de verde en hornos de barro</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Consiste en cortar tajadas de verde bien finas, se que remojan en salmuera, luego se coloca en las paredes de este gran horno que tiene que estar prendido una hora antes. Se deja cocinar y se sirve.</p>
<p>Guayas</p>	
<p>Grupo étnico: Montuvio</p> <p>Manifestación: Muchín de choclo</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se ralla el choclo, al cual se incorpora leche, huevos, sal, azúcar y mantequilla, con ello se forma una masa homogénea, se hace pequeñas porciones a las que se les da forma de tortilla, al interior se coloca queso. Seguido, se les da forma cilíndrica y se le envuelve en una hoja de plátano. Para la cocción se colocan en un fogón de metal, por 20 minutos. Usualmente son servidos con café.</p> <p>Detalle: Considerado como una tradición gastronómica montubia y se registra en la zona de Salitre.</p>
<p>El Oro</p>	
<p>Grupo étnico: Cholos</p> <p>Manifestación: Ceviche de concha, de camarón y Ceviche blanco de pescado</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>La proteína se marina en una preparación que combina tomate, cebolla picada, jugo de limón, cebolla picada, sal, pimienta y hierbas de la zona para sazonar.</p>
<p>Grupo étnico: Cholos</p> <p>Manifestación: Elaboración de miga de raya</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>El principal ingrediente es la mantarraya, sólo se utilizan las aletas, que se cocinan con agua y sal hasta que se cueza. Posterior a ello, en una olla se procede hacer un refrito de añaden las aletas fileteadas y se comienza a mezclar por aproximadamente unos cinco minutos en una paila. Se puede servir acompañado con arroz, ensalada y patacón.</p>
<p>Grupo étnico: Cholos</p> <p>Manifestación: Elaboración ceviche blanco de pescado</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Para la preparación se necesita de los siguientes ingredientes: pescado, limón, sal, leche, cebolla, cilantro y ají escabeche; además para el acompañado se requiere: arroz blanco, plátano verde, chicharrón, pimienta, tomate, cebolla, cilantro, sal y limón</p>

Fuente: Elaboración propia.

Región Sierra

Se identifica que de las 11 provincias que tiene la región sierra, solo 6 presentan CTC registrados dentro del (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023). De esta manera, dentro de esta región se identifican 9 CTC, en las provincias de Bolívar, Chimborazo, Cotopaxi, Pichincha, Santo Domingo de los Tsachilas y Tungurahua, los cuales disponen de una capacidad de 92 mesas y 368 plazas. Los grupos étnicos que se registran en este espacio son: kañari, karanki, kayambi, kitukara, panzaleo, puruhá, otavalo, saraguro y t'sachilas, además de la población mestiza (Tabla 6).

Tabla 6: Detalle del patrimonio gastronómico y alimentario por región, provincia y grupo étnico de Región Sierra

Cañar	Descripción
<p>Grupo étnico: kañari Manifestación: Chawarmishki-nar Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es una bebida que inicia con la extracción del mishki o chawarmishki, el cual se obtiene de un penco grande, que no es una planta cultivable, solo crece en el entorno. Para la obtención se realiza un orificio por medio del cual se obtiene el líquido del penco que se denomina pulcre. Se constituye en un alimento muy nutritivo y una medicina para revitalizar los huesos y curar los reumas. Esta bebida se suele consumir crudo como sale del penco, pero también se emplea en la elaboración de coladas, arroz de cebada, harina de trigo, chanca de maíz, dulces, entre otras cosas.</p>
<p>Grupo étnico: Kañari Manifestación: Chicha Cañari Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>El ingrediente principal es el maíz el cual se remoja en agua mezclada con otras plantas de la zona por 15 días, para proseguir se debe haber germinado, luego se saca el maíz al sol para secar y tostarlo. Se muele en unas piedras grandes, para luego entreverarlo con agua pura y dejarlo reposar por un día y poder cernir. La chicha fría se coloca en tinajas u ollas de barro grandes, por 8 días, a partir de lo cual ira adquiriendo un grado de alcohol.</p>
Carchi	
<p>Grupo étnico: Carchi Manifestación: Tardón de Mira Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Es una bebida tradicional que corresponde a una mezcla de jugo de naranja, aguardiente de caña (llamado puntas), azúcar y especias que le dan el toque "mágico". Se sirve en las fiestas de la Santísima Virgen de la Caridad en febrero, y en las fiestas de cantonización en el mes de agosto. Detalle: Su nombre procede de la época de la colonia.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Repe o majado Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Corresponde a la cocina afrochoteña en la cual, se identifican dos tipos, uno similar a una sopa y otro seco. Ambos se preparan con el plátano verde que se pela y luego se lo cocina hasta que estén suaves. Después, se los aplasta se pone queso, cebolla, maní, leche y se lo revuelve con manteca. Casi siempre se lo acompaña con arroz. Detalle:</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Locro de camote Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se inicia pelando y picando el camote, se cocina hasta que se haga muy espeso. Después se le sazona con manteca de chanco, sal, arvejas, cebolla y queso.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Pan de finados Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Antiguamente, el pan de sal se lo preparaba en forma de guaguas para las mujeres, y de borregos o caballos para los hombres. Y el pan de dulce tenía forma de rosa o de manos de plátano. Los ingredientes son sencillos: trigo o maíz, huevos, leche, sal o panela, bastante manteca de chanco y levadura. En la actualidad junto al pan de diversas formas, se prepara la colada morada, pero sobre todo el champús.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Preparación del picadillo Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Sus ingredientes principales son el fréjol guandul, la yuca y el queso. Es similar a un cocido o sancocho, al cual se le puede colocar plátano verde, zanahoria y camote. En algunos lugares se agrega carne de chanco.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Reparación del dulce de fréjol con guayaba Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>El dulce de fréjol con guayaba o consaiba se prepara por Semana Santa, pero también en otros momentos especiales. Se muele el frejol hasta conseguir una consistencia cremosa, a la que se añade panela, esta mezcla se cocina por varias horas. Al mismo tiempo se cocinan varias guayabas peladas que se ciernen. Se mezcla ambas preparaciones y se añade anís, canela y clavo de olor. Detalle: Se desarrolla por las mujeres afrodescendientes quienes enseñan a sus hijas, sobrinas o nietas.</p>

Cotopaxi	
<p>Grupo étnico: Panzaleo</p> <p>Manifestación: Preparación de las papas con borrego</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se conoce como caldo de borrego, contiene zanahoria, cebolla paiteña, cebolla blanca y pimienta, con lo que se hace un refrito con achiote y aliños, se añade la carne en pedazos y agua (dependiendo de la cantidad), se deja hervir hasta que se cocine la carne, se añade tomate licuado y se deja hervir nuevamente, para sazonar al final.</p>
<p>Grupo étnico: Panzaleo</p> <p>Manifestación: Preparación del cuy asado</p> <p>Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Se limpia y lava el cuy, luego se lo aliña con ajino-moto, ajo, sal, cebollas, comino y sal. Luego, el cuy es insertado en un palo para colocarlo al carbón que se lo aviva con un aventador y se gira el cuy hasta que este cocido. Se coloca en un plato con papas cubiertas con salsa de maní.</p>
<p>Grupo étnico: P Boda y cariucho en la cocina tradicional de Isinlivi</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es un plato emblemático que se lo denomina "la boda", que se prepara previo a la siembra de papa, para lo cual se preparan cuyes, borregos papas, mote, colada de haba, queso, estrellado de huevo y runaicho (ají de la gente). Este plato se constituye en un símbolo de reciprocidad. Además, está el Cariucho consiste en un guiso de carne, papas y ají.</p>
<p>Grupo étnico: Panzaleo</p> <p>Manifestación: Bebida festiva de puruntunas</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se obtiene de la puruntuna o también conocido como nopal o tuna, la cual se extrae para crear una bebida conmemorativa.</p>
<p>Grupo étnico: Panzaleo</p> <p>Manifestación: Chicha de jora</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se debe tostar el morocho, se hace hervir y se muele, luego de reposar se cierce. Luego, se cocina el morocho junto con hierbas de dulce, canela pimienta, clavo de dulce, hoja de naranja, cedrón, piña, guayaba etc. Se deja reposar un día para que se fermente. Y está lista para servirse.</p> <p>Detalle: A partir de compartir esta bebida se establecen compromisos de compadrazgo, festejar las cosechas, elaborar un matrimonio, o conmemorar el Carnaval.</p>
Chimborazo	
<p>Grupo étnico: Puruhá</p> <p>Manifestación: Preparación del cuy asado</p> <p>Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Se limpia y lava el cuy, luego se lo aliña con ajino-moto, ajo, sal, cebollas, comino y sal. Luego, el cuy es insertado en un palo para colocarlo al carbón que se lo aviva con un aventador y se gira el cuy hasta que este cocido. Se coloca en un plato con papas cubiertas con salsa de maní.</p>
<p>Grupo étnico: Puruhá</p> <p>Manifestación: Chicha de jora</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se debe tostar el morocho, se hace hervir y se muele, luego de reposar se cierce. Luego, se cocina el morocho junto con hierbas de dulce, canela pimienta, clavo de dulce, hoja de naranja, cedrón, piña, guayaba etc. Se deja reposar un día para que se fermente. Y está lista para servirse.</p> <p>Detalle: A partir de compartir esta bebida se establecen compromisos de compadrazgo, festejar las cosechas, elaborar un matrimonio, o conmemorar el Carnaval.</p>
<p>Grupo étnico: Puruhá</p> <p>Manifestación: Colada de máchica</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>El proceso de elaboración incluye: agua, un refrito con culantro, perejil y cebolla. Se añade la máchica disuelta para que se cocine en su totalidad.</p>
<p>Grupo étnico: Puruhá</p> <p>Manifestación: Cucayo (kukayo)</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>También conocido como kukayu, cucahuí, cachucho, tonga o maito). Este fiambre consistente en: habas, tostado, mote, papas, máchica con manteca, mashuas u ocas herbidas, tasno, mellocos, ají con cebolla blanca y sal en grano, etc.</p>
<p>Grupo étnico: Puruhá</p> <p>Manifestación: Chicha de mashua</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Bebida elaborada generalmente a partir de la mashua, mashwa, isaño, majua, cubio o papa amarga.</p>
<p>Grupo étnico: Puruhá</p> <p>Manifestación: Máchica o mashca</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Harina de cebada tostada y molida, contiene un alto valor nutricional.</p>

<p>Grupo étnico: Puruhá Manifestación: La preparación de la machica Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es una harina que se obtiene de la cebada, con la cual se puede preparar colada de sal o dulce, y comer con papas o capulí. Otro de los platos que se elabora son el pinol de machica y el jucho con harina de machica.</p>
<p>Grupo étnico: Puruhá Manifestación: Empanadas de chochos Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Se utiliza el chocho el cual se pela, muele y mezcla mitad de chocho y mitad con harina de castilla o blanca. Se agrega huevos, mantequilla, azúcar, sal, royal y se hace una masa. Con la cual se moldea las empanadas y finalmente se las fríe en aceite.</p>
<p>Grupo étnico: Puruhá Manifestación: Ensalada de totora Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se utiliza los asientos tiernos de la totora, esta parte es de color blanco y blando semejante al palmito. Esta sección se fríe con aceite y se come con las comidas de sal.</p>
<p>Grupo étnico: Puruhá Manifestación: Papa timbu o papa cocinada Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Consiste en cocinar dentro de una cacerola una porción grande de papas chola con cáscara, junto a una porción de habas tiernas, ocas, mellocos y mashua, por una media hora aproximadamente y cuando estén suaves están listos para consumir.</p>
<p>Grupo étnico: Puruhá Manifestación: Habas tashnu Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>También conocidas como habas en un kallana o "tiesto". Cuando ya estén listas se le acompaña con una porción de papas chola y sal al gusto.</p>
<p>Grupo étnico: Puruhá Manifestación: Kari uchu Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Corresponde a un buen ají que es picante y se utiliza para acompañar diversos tubérculos cocinados como papas, habas, melloco, entre otros.</p>
<p>Grupo étnico: Puruhá Manifestación: Sopa de arroz de cebada Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se prepara integrando en una olla agua, arroz de cebada, cebolla blanca, ajo, sal, carne de choncho, papas y col, una vez que todos los ingredientes están cocidos. Antes de servir se sazona con cilandro y sal. Detalle: Existe la tradición oral en la que no se debía comer esta sopa por la noche debido a que pueda al <i>jatun aya</i> "espíritu maligno" le gustaba comer esta sopa</p>
<p>Grupo étnico: Puruhá Manifestación: Sopa de quinua con cuy Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>En una olla agua, sal, cebolla blanca y el cuy pelado en trozos por unos 15 minutos. Cuando este sube el cuy se añade la quinua lavada hasta que se cocine, luego se agrega papas, cilandro y sal para poder servir. Detalle: Se prepara generalmente para Carnaval.</p>
<p>Grupo étnico: Puruhá Manifestación: Shiviles Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Se elaboran con harina castilla, mantequilla, poniendo queso con achiote en medio, puede ser de sal o de dulce. Siempre lo enredan en hoja de maíz y los ponen a cocinar. Detalle: Se prepara en Semana Santa, principalmente en domingo de ramos.</p>
<p>Grupo étnico: Puruhá Manifestación: Elaboración de quesillos y quesos Detalle: Técnicas de elaboración de alimentos</p>	<p>Es un tipo de queso fresco y tiernos, que se consume con choclo, haba tierna, poroto tierno, zanahoria blanca, arroz de cebada y de trigo; con mote caliente o con papas cocidas.</p>
Pichincha	
<p>Grupo étnico: Kayambi y Kitukara Manifestación: Chicha de jora Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se debe tostar el morocho, se hace hervir y se muele, luego de reposar se cierne. Luego, se cocina el morocho junto con hierbas de dulce, canela pimienta, clavo de dulce, hoja de naranja, cedrón, piña, guayaba etc. Se deja reposar un día para que se fermente. Y está lista para servirse. Detalle: A partir de compartir esta bebida se establecen compromisos de compadrazgo, festejar las cosechas, elaborar un matrimonio, o conmemorar el Carnaval.</p>

Imbabura	
<p>Grupo étnico: Otavalo Karanki Manifestación: Chicha de jora Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se debe tostar el morocho, se hace hervir y se muele, luego de reposar se cierne. Luego, se cocina el morocho junto con hierbas de dulce, canela pimienta, clavo de dulce, hoja de naranja, cedrón, piña, guayaba etc. Se deja reposar un día para que se fermente. Y está lista para servirse.</p> <p>Detalle: A partir de compartir esta bebida se establecen compromisos de compadrazgo, festejar las cosechas, elaborar un matrimonio, o conmemorar el Carnaval.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Licor de tuna Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Se utiliza clavo de olor, canela, ishpingo, uva o mora.</p> <p>Detalle: Es para brindarlo a invitados especiales o lo adquieren para grandes celebraciones.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Champús Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Es una bebida a base de maíz remojado y molido, que se pone a hervir con agua caliente con trocitos de hojas de naranja, cedrón, ishpingo (ocotea quixos), y luego, el líquido resultante de esta mezcla se pone en un recipiente tapado con un mantel durante 8 días. Se solía agregar miel de caña del trapiche; aunque ahora ya no se endulza con miel sino con azúcar.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Mano e mono Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Incluye camote pelado, picado y cocinado hasta que tome la consistencia de una colada, se agrega poroto (fréjol), queso y se lo acompaña con maíz tostado y ají.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Licor de ovo Detalle: Técnicas de elaboración de alimentos</p>	<p>Existen dos tipos de licor de ovo. El primero se lo hace con el ovo verde (tierno) y demora alrededor de 60 días para su elaboración y el segundo tipo, se hace con el ovo verde y se lo hace madurar (esto dura entre 2 a 5 días); luego se saca la pepa y la cáscara.</p>
<p>Grupo étnico: Otavalo Manifestación: Humitas Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se preparan con el maíz tierno o choclo, el cual se muele en el molino de mano con agua y sal. Luego se prepara la masa con cebolla blanca, ajo, queso y manteca de chanco. La masa debe quedar un poco suelta. Luego se pone un poco de masa en la hoja de maíz y se dobla la hoja, se pone en baño maría y se cocina hasta que la masa esta lista.</p>
<p>Grupo étnico: Otavalo Manifestación: Tortillas de maíz Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se hace a partir del maíz molido que se mezcla con agua de hierbas tibia, mantequilla y huevos. Se amasa bien hasta que esté suave y se tapa con una manta. Mientras tanto, en el fuego se pone el tiesto que está hecho de barro. Cuando la masa está suave, se toma un poco de masa y se da la forma en la mano. Luego se pone en el tiesto hasta que tuesten</p>
<p>Grupo étnico: Otavalo Manifestación: Guaguas de pan Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Corresponde a pan de trigo en horno de leña. La masa es una mezcla de harina de trigo con manteca de chanco o mantequilla y sal al gusto. El pan tiene figura de un bebe, por lo cual se denomina guagua.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Picadillo Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Primero se cocina el fréjol, se añade verde picado en pedazos pequeños y se sazona al gusto.</p>
<p>Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: Dulce de fréjol Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se cocina al fréjol por algunas horas más, hasta que quede suave o como "colada"; se agrega guayaba, se cierne y añade panela y canela.</p>
<p>Grupo étnico: Karanki Manifestación: Elaboración del tsawar mishki Detalle: Técnicas de elaboración de alimentos</p>	<p>También conocido como dulce de penca, se elabora a partir del aguamiel de agave. Se utiliza como ingrediente para hacer dulce de mazamorra de maíz y para endulzar el arroz de cebada.</p>
<p>Grupo étnico: Otavalo Manifestación: Muziguita Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>La muziguita es una tortilla hecha de maíz tierno (choclo).</p>
<p>Grupo étnico: Otavalo Manifestación: Buda api Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Api en kichwa significa sopa, y Buda se relaciona porque se consume en bodas. Esta sopa, o por otros, denominada colada tiene como principal ingrediente el maíz.</p>

Loja	
Grupo étnico: Saraguro Manifestación: Champús Detalle: Gastronomía festiva o ritual	Es una bebida a base de maíz remojado y molido, que se pone a hervir con agua caliente con trocitos de hojas de naranja, cedrón, ishpingo (ocotea quixos), y luego, el líquido resultante de esta mezcla se pone en un recipiente tapado con un mantel durante 8 días. Se solía agregar miel de caña del trapiche; aunque ahora ya no se endulza con miel sino con azúcar.
Grupo étnico: Saraguro Manifestación: Tortillas de maíz Detalle: Gastronomía cotidiana	Se hace a partir del maíz molido que se mezcla con agua de hierbas tibia, mantequilla y huevos. Se amasa bien hasta que esté suave y se tapa con una manta. Mientras tanto, en el fuego se pone el tiesto que está hecho de barro. Cuando la masa está suave, se toma un poco de masa y se da la forma en la mano. Luego se pone en el tiesto hasta que tuesten
Grupo étnico: Saraguro Manifestación: Col con hueso Detalle: Gastronomía festiva o ritual	Se troza la col en pedazos gruesos y se coloca en una olla grande con una poca agua. Se agrega sal y hueso de res cortado en pedazos grandes; el hueso debe tener algo de carne. Todos los ingredientes se cocinan hasta que estén al punto. Detalle: Se brinda en especial para las fiestas de Matrimonio, Semana Santa y Navidad.
Grupo étnico: Saraguro Manifestación: Wuajango Detalle: Gastronomía cotidiana	Es una de las principales bebidas del pueblo Saraguro, es el zumo de la planta de penco. Al ser extraído inicialmente se denomina mishki y se convierte en Wuajango cuando está fermentado.
Grupo étnico: Saraguro Manifestación: Alimentos con mazhúa Detalle: Gastronomía cotidiana	Se la utiliza para hacer colada de dulce, tortillas y como medicina natural, ya que se cree que previene del cáncer.
Grupo étnico: Saraguro Manifestación: Elaboración de quesillos y quesos Detalle: Técnicas de elaboración de alimentos	Es un tipo de queso fresco y tiernos, que se consume con choclo, haba tierna, poroto tierno, zanahoria blanca, arroz de cebada y de trigo; con mote caliente o con papas cocidas.
Grupo étnico: Saraguro Manifestación: Tamales Detalle: Gastronomía cotidiana	Son envueltos de maíz amarillo que tiene como condumio zanahoria, alverja, pollo o cerdo, y que se cocinan a baño maría. Característicos de la provincia de Loja. Se consumen cotidianamente
Santa Elena	
Grupo étnico: Huancavilca Manifestación: Tortillas de maíz Detalle: Gastronomía cotidiana	Se hace a partir del maíz molido que se mezcla con agua de hierbas tibia, mantequilla y huevos. Se amasa bien hasta que esté suave y se tapa con una manta. Mientras tanto, en el fuego se pone el tiesto que está hecho de barro. Cuando la masa está suave, se toma un poco de masa y se da la forma en la mano. Luego se pone en el tiesto hasta que tuesten

Fuente: Elaboración propia.

Región Amazónica

En 4 de las 6 provincias de la región se registran CTC, con un total de 20 CTC, 199 mesas y 804 plazas, en las provincias de Napo, Orellana, Sucumbíos y Pastaza (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023). Las nacionalidades indígenas del espacio son: andoas, awa, a'i cofán, kichwa amazónico, shiwiar, shuar, achuar, secoya, siona y zapara (Tabla 7).

Tabla 7: Detalle del patrimonio gastronómico y alimentario por región, provincia y grupo étnico de Región Amazónica

Pichincha	Descripción
<p>Grupo étnico: Kayambi</p> <p>Manifestación: Elaboración de guarango</p> <p>Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Se obtiene del extracto del penco y que se consume durante las fiestas tradicionales. En otros espacios se conoce como mishki.</p>
<p>Grupo étnico: Kitukara</p> <p>Manifestación: Tortilla de tiesto</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se emplea maíz que se muele hasta obtener la harina se mezclaba con agua sal y manteca de chanco; para el relleno se utiliza queso y cebolla.</p>
<p>Grupo étnico: Kitukara</p> <p>Manifestación: Mediano</p> <p>Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Se compone de cuy acompañado de mote o papas con salsa de pepa de sambo, cuy, tomate de riñón y huevos duros.</p> <p>Detalle: Actualmente, el cuy se ha reemplazado por pollo o cerdo y la salsa de pepa de sambo por maní.</p>
<p>Grupo étnico: Kitukara</p> <p>Manifestación: Pescado con granos</p> <p>Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Es pescado seco hervido que se acompaña de choclo, papas, melloco y habas cocinadas.</p>
<p>Grupo étnico: Kitukara</p> <p>Manifestación: Catsos</p> <p>Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Es una especie de escarabajo que se encuentra únicamente en los Andes. Se lo distingue fácilmente por su coloración crema, aunque puede existir una ligera variación de color (amarillo, verde o café). Para su consumo se colocan en agua sal por un tiempo, luego se fríen con manteca de chanco y cebolla, son acompañados con tostado.</p>
<p>Grupo étnico: Kitukara</p> <p>Manifestación: Pusún</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>También conocido como Caldo de 31, similar a una sopa, que contiene zanahoria, papanabo, pimiento, apio, paiteña, ajo y el arroz de cebada, así como pulmón, páncreas e hígado de la res.</p>
<p>Grupo étnico: Kitukara</p> <p>Manifestación: Pallashka</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se emplean los restos que se extrae la carne adherida a la piel de los animales. Esta se curte con apio, perejil hierba buena, sal, pimiento, cebolla paiteña, cebolla blanca y bastante ajo. Se acompaña de choclos, habas, y se prepara el ají.</p>
Santo Domingo de los T'sachilas	
<p>Grupo étnico: T'sachila</p> <p>Manifestación: La anoila</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es un compuesto de plátano verde cocinado y molido que se lo puede consumir hasta tres veces al día. Se lo acompaña con pescado, pollo, o cualquier otra carne de monte disponible. En caso de no disponer de la proteína se puede consumir solo sobre una hoja de chambira.</p>
<p>Grupo étnico: T'sachila</p> <p>Manifestación: Uso de la planta del mate</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es una especie nativa de la zona tropical y su fruto se procesa para generar un instrumento que se utiliza como recipiente para tomar líquidos como el agua y la chicha. También es conocido como "curín" o "vacu" en idioma Tsáchila.</p>
Sucumbíos	
<p>Grupo étnico: Cofan</p> <p>Manifestación: Chicha de chontaduro o chonta</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se obtiene de la chonta, el fruto se lava y se cocina, luego de ello se pela para proceder a majar, se echa agua, se revuelve y se lo deja reposar un día para fermentar.</p>
<p>Grupo étnico: Secoya y Siona</p> <p>Manifestación: Elaboración de fariña</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se necesitan de tres a cinco canastas de yuca. La yuca se pela y se cubre con agua, se deja reposar por seis días. Luego, se aplastan y se dejan secar, de esta masa se produce una especie de harina que se coloca en una paila y se tuesta hasta que la harina quede doradita.</p> <p>Detalle: Se realiza para viajes muy largos</p>

<p>Grupo étnico: Secoya Manifestación: Elaboración de la aso daca o sopa de almidón de yuca Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>También conocida como sopa de almidón de yuca, para lo cual pela, ralla y exprime la yuca. Luego se cocina el caldo hasta que quede moderadamente gelatinoso. Se suele servir con pescado.</p>
<p>Grupo étnico: Secoya, Kichwa amazónico, Cofan Manifestación: Casabe Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es similar a una tortilla preparada con harina de yuca a la que se tuesta hasta que adquiera consistencia dura.</p>
<p>Grupo étnico: Siona y Cofan Manifestación: Chicha de plátano Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se emplean plátanos grandes y gruesos, se suele cortar en trozos pequeños para facilitar su cocción, estos se aplastan y esta masa se le deja reposar 2 o 3 días, dependiendo del grado de fermentación deseado. El resultado es una chicha de color verdoso.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Plato de palmito de guadúa, aguacate mandi y ají (Wamak Yuyu Uchu Manga) Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Los ingredientes básicos del plato son tres: guadúa tierna (wamak), aguacate mandi (pitun yuyu), ají nativo (uchu) y pescado seco.</p>
<p>Grupo étnico: Siona Manifestación: Preparación de la tostada de maíz (Përi) Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se ralla el maíz tierno, seguido se aplasta el maduro o el orito hasta formar un puré, seguido se amasa junto con el maíz rallado hasta formar una mezcla de consistencia pegajosa. Se coloca entre dos hojas de plátano. Esta mezcla se coloca en un tiesto y se asa a fuego moderado.</p>
<p>Grupo étnico: Cofan Manifestación: Chicha de yuca y plátano (Tsetse'pa) Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Es propia del pueblo cofán. Se elaboran por separado cada ingrediente: plátano y yuca, y para la fermentación se combinan. Detalle: La única prohibición es que la mujer que empaca la chicha no debe bañarse durante un día ni tener relaciones sexuales porque de lo contrario la chicha se daña</p>
<p>Grupo étnico: Cofan Manifestación: Chucula Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se prepara en base de plátano y orito maduro. Se pone primero a cocinar plátano u orito en una olla con agua. Ambos productos se cocinan, se aplastan y se vierte agua para que quede como jugo</p>
<p>Grupo étnico: Siona Manifestación: Chicha de maíz Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se prepara a base de maíz tierno o choclo, molido con piedra o molino, mezclado con maíz seco. Esta combinación de cocina y se genera una mezcla que se deja reposar para su fermentación</p>
<p>Grupo étnico: Secoya, Siona, Cofan Manifestación: Chicha de yuca Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Considerada como una bebida milenaria. Chica de yuca blanca es un proceso de cocción de la yuca en agua, que luego se aplasta, algunos añaden camote dulce, para dar sabor y que no salga babosa y concentrar su grado de fermentación. Chica de yuca negra corresponde a inocular las yucas asadas con corteza, con polvillo de hongos rojizos, se envuelve en hojas de bijao por tres días. Luego se aplasta, se puede añadir camote dulce para el propósito antes señalado.</p>
<p>Napo</p>	
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Chicha de chontaduro o chonta Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se obtiene de la chonta, el fruto se lava y se cocina, luego de ello se pela para proceder majar, se echa agua, se revuelve y se lo deja reposar un día para fermentar.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Lukru de yuca Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es una sopa preparada con pescado ahumado o carne, y yuca.</p>

<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Morcillas de sangre de cerdo con hoja de yuca Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se utiliza el cogollo de la hoja de yuca, el cual se mezcla con arroz con manteca de chanco, se aliña y se añade un litro de sangre de cerdo bien licuada. Se embute en tripas bien lavadas.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Shungu caldo Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se prepara un caldo con las vísceras del animal recién cazado.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Chicha de shiwa (Ungurahua) Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se emplea el fruto de la palmera con dicho nombre. Este fruto se cocina, se aplasta, cierne y mezcla con agua</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Tamales Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Son envueltos de maíz amarillo que tiene como condumio zanahoria, alverja, pollo o cerdo, y que se cocinan a baño maría. Característicos de la provincia de Loja. Se consumen cotidianamente</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Cocina de hongos Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Existe una diversidad de hongos que generalmente se preparan como maito o hervidos, y sirven de acompañamiento para la yuca hervida o algún otro plato de carne o pescado.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Vinillo Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>De plátano maduro, que se deja madurar, se coloca en una olla de barro con abundante agua y se lo hierve durante algunas horas hasta cuando se haya desintegrado y la mezcla adquiera un color marrón, durante este proceso se obtiene el alcohol por evaporación, el cual se filtra con una tela fina y limpia y finalmente se lo almacena en botellas de vidrio. De yuca, se elabora a partir de la allu aswa (literalmente, en kichwa: chicha enmohecida) de la yuca. Se trata de un líquido destilado que reposa en la parte superior de los pundos donde se almacena la chicha, en tiempos de las fiestas.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Icta cara Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se cuece las pepas de este fruto y se come añadiendo sal. También, se elabora una mazamorra con este fruto.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Guarapo de plátano u orito Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Licor artesanal a base del plátano fermentado en tinajas, luego se lo mezcla con la masa de chicha de yuca y conjuntamente se los deja fermentar por dos días más antes de consumirlo.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Papachina con guatusa Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es un tubérculo que se cocina y se prepara una ensaladilla y se coloca encima de la guatusa que es un roedor que se prepara asado.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Queso de chanco Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se utiliza la mayoría de las vísceras del cerdo para aprovechar todas sus partes, esto se combina con carne de cerdo, maicena y luego se embute la misma panza del chanco, vacía y lavada. Se lo pone a hervir para que la carne molida cruda se cocine. Detalle: Es un curado que elabora únicamente este pueblo de la provincia del Napo y demuestra el conocimiento de los colonos que llegaron como migrantes desde la Sierra hacia la Amazonia</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Chicha de maíz Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se prepara a base de maíz tierno o choclo, molido con piedra o molino, mezclado con maíz seco. Esta combinación de cocina y se genera una mezcla que se deja reposar para su fermentación</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Caldo de Jandía Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es un pez grande de río del cual se elabora un caldo, la manera de conservarla es ahumándola en fogatas o prepararla en maitos.</p>

<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Preparación y usos de ilta muyu Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se cosecha este fruto para preparar mazamorra, aunque también se atribuye un uso medicinal para el caldo de este fruto</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Preparación y usos del garabato yuyo Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es un plato a base de retoños de helecho recién germinado. Se lo cocina y se sirve como ensaladas</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Pasta de maní de monte o ticazo Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se utiliza en maní silvestre, el cual se tuesta en tiesto de barro o metal, cuando aún está caliente se muele en un batán, la masa que queda se acompaña a la yuca hervida o al plátano</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Consumo de chocolate en la Amazonía Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>El cacao en bola era rallado y puesto a hervir con agua para tomar chocolate como bebida. Además de la bola se formaban unas tabletas hechas en moldes que eran unas tablitas de caña.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Aylluswa Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Es una de las chichas más apetecidas pero poco producida en la Amazonía debido a que muchas mujeres ya no saben prepararla.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Yuca ahumada y Yuca amarilla Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Para la yuca ahumada primero se la cocina y luego se coloca en la parrilla para ahumarla hasta que se haga de color dorado. La yuca amarilla es igual que la blanca, solo requiere ser cocinada.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Cacao blanco o patas muyu Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Procede de un árbol que crece de manera silvestre en la Amazonia, del fruto se extra la semilla la cual se corta en rodajas y se insertan en un palo tipo pincho, se asa en parrilla hasta que cambie a tono café.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Chicha de yuca Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Considerada como una bebida milenaria. Chica de yuca blanca es un proceso de cocción de la yuca en agua, que luego se aplasta, algunos añaden camote dulce, para dar sabor y que no salga babosa y concentrar su grado de fermentación. Chica de yuca negra corresponde a inocular las yucas asadas con corteza, con polvillo de hongos rojizos, se envuelve en hojas de bijao por tres días. Luego se aplasta, se puede añadir camote dulce para el propósito antes señalado.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Mazamorra Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>El ingrediente principal es el maíz, el cual era molido y preparado con agua o leche y con endulzante al gusto. Con el tiempo se ha ido añadiendo sal a este plato, así como ingredientes característicos propios de la localidad como carne, tortuga, guanta, guatusa o armadillo, entre otros. Detalle: Se sustenta en la reciprocidad y el equilibrio en las relaciones con todos los otros seres de la naturaleza</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Maito de pescado, cachama, churupindo, mollejas de gallina Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Significa envuelto, se prepara con diferentes ingredientes, que pueden ser pescados, palmito, chontacuro, pollo, integrando como guarnición el plátano verde y yuca, todo se envuelve en una hoja de bijao o yaki panga</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Katu Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es una mazamorra de plátano maqueño verde, que se ralla y cocina en una olla con agua. Se agrega sal y carne de guanta ahumada o cualquier carne de monte o bagre. A esta preparación se agrega plátano rallado que al ser cocinado da una textura de colada.</p>

Orellana	
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico</p> <p>Manifestación: Chicha de chontaduro o chonta</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se obtiene de la chonta, el fruto se lava y se cocina, luego de ello se pela para proceder majar, se echa agua, se revuelve y se lo deja reposar un día para fermentar.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico</p> <p>Manifestación: Vinillo</p> <p>Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>De plátano maduro, que se deja madurar, se coloca en una olla de barro con abundante agua y se lo hierva durante algunas horas hasta cuando se haya desintegrado y la mezcla adquiera un color marrón, durante este proceso se obtiene el alcohol por evaporación, el cual se filtra con una tela fina y limpia y finalmente se lo almacena en botellas de vidrio. De yuca, se elabora a partir de la allu aswa (literalmente, en kichwa: chicha enmohecida) de la yuca. Se trata de un líquido destilado que reposa en la parte superior de los pundos donde se almacena la chicha, en tiempos de las fiestas.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico</p> <p>Manifestación: Guarapo de plátano u orito</p> <p>Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Licor artesanal a base del plátano fermentado en tinajas, luego se lo mezcla con la masa de chicha de yuca y conjuntamente se los deja fermentar por dos días más antes de consumirlo.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico</p> <p>Manifestación: Cacao blanco o patas muyo</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Procede de un árbol que crece de manera silvestre en la Amazonia, del fruto se extra la semilla la cual se corta en rodajas y se insertan en un palo tipo pincho, se asa en parrilla hasta que cambie a tono café.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico</p> <p>Manifestación: Elaboración del ahumado de carne</p> <p>Detalle: Técnicas de elaboración de alimentos</p>	<p>La carne se cubre con sal para evitar que se pudra; se cuelga sobre el fogón o es colocada dentro de canastas a una altura prudente en donde solo el humo pueda estar en contacto con la carne. Este proceso puede durar hasta un aproximado de tres días, dependiendo del tipo de carne que se va a ahumar.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico y Huaorani</p> <p>Manifestación: Chicha de yuca</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Considerada como una bebida milenaria. Chica de yuca blanca es un proceso de cocción de la yuca en agua, que luego se aplasta, algunos añaden camote dulce, para dar sabor y que no salga babosa y concentrar su grado de fermentación. Chica de yuca negra corresponde a inocular las yucas asadas con corteza, con polvillo de hongos rojizos, se envuelve en hojas de bijao por tres días. Luego se aplasta, se puede añadir camote dulce para el propósito antes señalado.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico</p> <p>Manifestación: Mazamorra</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>El ingrediente principal es el maíz, el cual era molido y preparado con agua o leche y con endulzante al gusto. Con el tiempo se ha ido añadiendo sal a este plato, así como ingredientes característicos propios de la localidad como carne, tortuga, guanta, guatusa o armadillo, entre otros.</p> <p>Detalle: Se sustenta en la reciprocidad y el equilibrio en las relaciones con todos los otros seres de la naturaleza</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico</p> <p>Manifestación: Maito de pescado, cachama, churupindo, mollejas de gallina</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Significa envuelto, se prepara con diferentes ingredientes, que pueden ser pescados, palmito, chontacuro, pollo, integrando como guarnición el plátano verde y yuca, todo se envuelve en una hoja de bijao o yaki panga</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico</p> <p>Manifestación: Chontacuros</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es el guano de la chonta que se puede consumir crudo, hervido o cocido. Los platos más consumidos son pincho o maito de chontacuro.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico</p> <p>Manifestación: Bebida de guayusa</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es una planta sagrada para el grupo étnico, a la cual se le atribuye un alto valor medicinal por el efecto purificador, tanto del cuerpo como del espíritu; además de energético. La preparación corresponde a una cocción de las hojas, se suele tomar sin azúcar.</p>

<p>Grupo étnico: Waorani Manifestación: Técnicas de preparación y conservación de la carne (Oynga Awenenge Beye) Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Consiste en asar la carne sobre una parrilla de hierro o sobre leña, la cual se guarda en una oyogonta (canasto) y se coloca sobre el fogon para ahumarlos sobre el fogón.</p>
<p>Grupo étnico: Waorani Manifestación: Chicha de morete Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es un fruto de una palma, el cual se cocina y machaca, la masa fermentada es lo que se consume.</p>
<p>Grupo étnico: Waorani Manifestación: Preparación de la carne de caza Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>La guangana (pecarí) o monos calizo, makizapa, mono coto y chichico, que son producto de la caza, la cual se ahúma de tres o cuatro horas al fuego. El proceso de secar la carne continúa por dos o tres días.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Chicha de conta Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se consume principalmente entre los meses de febrero y abril. Corresponde a cocinar el fruto de la chonta, el cual antiguamente se masticaba para fermentarla, pero en la actualidad, su fermentación se obtiene a base de azúcar al dejar reposar por dos o tres días. Luego se la licua y cieme.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Caldo de Ushumanga, Uchumanka o uchumanga Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Es una preparación tradicional que se podría entender como "caldo de ají de olla". Se prepara con carne de caza o monte, así como de la pesca, a la cual se agrega agua y bastante ají, se cocina y se sirve.</p>
Morona Santiago	
<p>Grupo étnico: Awa Manifestación: Preparación de la tilapia Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se cría en piscina locales y las formas de preparación son frita o al vapor</p>
<p>Grupo étnico: Shuar Manifestación: Hormigas culonas Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Una vez obtenidas las hormigas se quitan la cabeza, patas y alas; se las tuesta en un sartén con manteca de cerdo, ajo y cebolla, una vez tostadas se consumen</p>
<p>Grupo étnico: Shuar Manifestación: Ayampaco de pescado Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es un envuelto en hojas de bijao, que tiene el pescado junto con palmito picado y col de monte. Se cocina a fuego lento en un tiesto por un lapso de entre 15 y 20 minutos para que esté listo.</p>
Pastaza	
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Hormigas culonas Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Una vez obtenidas las hormigas se quitan la cabeza, patas y alas; se las tuesta en un sartén con manteca de cerdo, ajo y cebolla, una vez tostadas se consumen</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico Manifestación: Vinillo Detalle: Técnicas de elaboración de alimentos Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>De plátano maduro, que se deja madurar, se coloca en una olla de barro con abundante agua y se lo hierva durante algunas horas hasta cuando se haya desintegrado y la mezcla adquiera un color marrón, durante este proceso se obtiene el alcohol por evaporación, el cual se filtra con una tela fina y limpia y finalmente se lo almacena en botellas de vidrio. De yuca, se elabora a partir de la allu aswa (literalmente, en kichwa: chicha enmohecida) de la yuca. Se trata de un líquido destilado que reposa en la parte superior de los pundos donde se almacena la chicha, en tiempos de las fiestas.</p>

<p>Grupo étnico: Achuar, Kichwa amazónico, Zapara, Huaorani, Shiwiar, Andoas</p> <p>Manifestación: Chicha de yuca</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Considerada como una bebida milenaria. Chica de yuca blanca es un proceso de cocción de la yuca en agua, que luego se aplasta, algunos añaden camote dulce, para dar sabor y que no salga babosa y concentrar su grado de fermentación. Chica de yuca negra corresponde a inocular las yucas asadas con corteza, con polvillo de hongos rojizos, se envuelve en hojas de bijao por tres días. Luego se aplasta, se puede añadir camote dulce para el propósito antes señalado.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico</p> <p>Manifestación: Maito de pescado, cachama, churupindo, mollejas de gallina</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Significa envuelto, se prepara con diferentes ingredientes, que pueden ser pescados, palmito, chontacuro, pollo, integrando como guarnición el plátano verde y yuca, todo se envuelve en una hoja de bijao o yaki panga</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico, Zapara y Shiwiar</p> <p>Manifestación: Chontacuros</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es el guano de la chonta que se puede consumir crudo, hervido o cocido. Los platos más consumidos son pincho o maito de chontacuro.</p>
<p>Grupo étnico: A Kichwa amazónico</p> <p>Manifestación: Katu</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es una mazamorra de plátano maqueño verde, que se ralla y cocina en una olla con agua. Se agrega sal y carne de guanta ahumada o cualquier carne de monte o bagre. A esta preparación se agrega plátano rallado que al ser cocinado da una textura de colada.</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico</p> <p>Manifestación: El aguardiente</p> <p>Detalle: Técnicas de elaboración de alimentos</p>	<p>Es una bebida alcohólica destilada, cuya preparación es a base de jugo de caña de azúcar y presenta 60 grados de alcohol</p>
<p>Grupo étnico: Awa</p> <p>Manifestación: Fritada</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es un plato originario y característico de la gastronomía ecuatoriana, que se elabora de carne de cerdo y frita en su propia grasa, dentro de una paila de bronce</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico</p> <p>Manifestación: Chicha de ungurahua</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Se cosecha la fruta, después se la calienta en agua hasta que esté suave y se lava. Posteriormente, se la aplasta y mezcla con agua, luego se cierne y se consume. También se prepara una mezcla de chicha de yuca y de ungurahua</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico</p> <p>Manifestación: Caldo de Ushumanga, Uchumanka o uchumanga</p> <p>Detalle: Gastronomía festiva o ritual</p>	<p>Es una preparación tradicional que se podría entender como “caldo de aji de olla”. Se prepara con carne de caza o monte, así como de la pesca, a la cual se agrega agua y bastante aji, se cocina y se sirve.</p>
<p>Grupo étnico: Shuar</p> <p>Manifestación: Tamal de plátano</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Corresponde a una masa de plátano verde rallado, condimentada con un refrito de ajo, sal y cilantro de monte picado, que se coloca en hojas de bijao frescas, se puede agregar pollo o pescado. Este envuelto se coloca en una olla y a baño maría se cocina hasta que la masa este listo</p>
<p>Grupo étnico: Kichwa amazónico</p> <p>Manifestación: Preparación del churo</p> <p>Detalle: Gastronomía cotidiana</p>	<p>Es un molusco que se lava con abundante agua y luego se coloca a hervir en una olla con agua, aproximadamente 15 minutos. Luego se extrae la carne, la cual se pica y se fríe junto a un refrito, cuando está listo se acompaña de papa china, verde o yuca.</p>
<p>Grupo étnico: Secoya</p> <p>Manifestación: Elaboración de panela artesanal</p> <p>Detalle: Técnicas de elaboración de alimentos</p>	<p>Se constituye como la azúcar más pura, debido a que se obtiene de las cañas de azúcar más maduras a las cuales se les extra el jugo, este se procesa por medio de los trapiches y se consolida en una forma de bloques</p>

Esmeraldas	
Grupo étnico: Afroecuatoriano Manifestación: El aguardiente Detalle: Técnicas de elaboración de alimentos	Es una bebida alcohólica destilada, cuya preparación es a base de jugo de caña de azúcar y presenta 60 grados de alcohol
Zamora y Chinchipe	
Grupo étnico: Shuar Manifestación: Preparación de chicha de los Shuar Detalle: Gastronomía cotidiana	Es un proceso en el que interviene la mujer principalmente, se elabora a base de yuca a la cual, se pica y cocina, luego se aplastar con la boca para alcanzar una consistencia de colada, se agregaba agua y se procedía a la fermentación.
Grupo étnico: Shuar Manifestación: Técnicas de preparación de alimentos Detalle: Elaboración productos	Este grupo humano emplea principalmente las técnicas de asado a la brasa o cocinado, empleando principalmente hojas para envolver los alimentos
Grupo étnico: Saraguro Manifestación: Elaboración de panela artesanal Detalle: Técnicas de elaboración de alimentos	Se constituye como la azúcar más pura, debido a que se obtiene de las cañas de azúcar más maduras a las cuales se les extra el jugo, este se procesa por medio de los trapiches y se consolida en una forma de bloques

Fuente: Elaboración propia

Tomando en consideración, la variedad de manifestaciones culturales se propone el desarrollo de diversos productos turísticos como:

- Visitas a mercados y ferias gastronómicas: Esta actividad permite a los turistas conocer la variedad de productos locales y aprender sobre las técnicas culinarias tradicionales.
- Talleres de cocina: Los turistas pueden aprender a preparar platos típicos de la gastronomía ecuatoriana, bajo la guía de chefs profesionales.
- Rutas gastronómicas: Estas rutas permiten a los turistas conocer la gastronomía de un determinado territorio, visitando restaurantes, mercados y otros lugares relacionados con la gastronomía.
- Festivales gastronómicos: Estos festivales son una oportunidad para que los turistas disfruten de la gastronomía local, además de participar en actividades culturales y recreativas.
- Experiencias gastronómicas: Estas experiencias pueden incluir degustaciones, catas, maridajes, etc., y permiten a los turistas disfrutar de la gastronomía ecuatoriana de una manera única e inolvidable.

Estos productos turísticos pueden ser desarrollados por diferentes actores, como empresas privadas, organizaciones turísticas, gobiernos y comunidades locales. Para su desarrollo, es importante contar con la participación de los actores locales, quienes pueden aportar sus conocimientos y experiencias sobre la gastronomía tradicional, tomando en consideración los siguientes aspectos: a) autenticidad, deben basarse en la gastronomía tradicional, para garantizar su autenticidad y valor

cultural; b) calidad, tanto en términos de la gastronomía como de los servicios asociados; y c) sostenibilidad, tanto desde el punto de vista económico como ambiental.

CONCLUSIONES

El turismo gastronómico es una actividad que tiene el potencial de contribuir al desarrollo económico y social de los territorios locales. En Ecuador, este potencial puede aprovecharse a través del desarrollo de productos turísticos gastronómicos que sean auténticos, de calidad y sostenibles.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aikawa, N. (2004). An Historical overview of the preparation of the UNESCO International Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. *Museum International*, 56, 137–149. https://unesdoc.unesco.org/notice?id=p::usmarcdef_0000135868
- Constitución de la República del Ecuador**, (2008). https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Balanzino, M.** (2023). *Tendencias gastronómicas para 2023 | The Gourmet Journal*. The Gourmet Journal. <https://www.thegourmetjournal.com/noticias/tendencias-gastronomicas-para-2023/>
- Bessièrè, J.** (2013). 'Heritagisation', a challenge for tourism promotion and regional development: an example of food heritage. *Journal of Heritage Tourism*, 8(4), 275–291. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2013.770861>
- Bessiere, J., & Tibere, L.** (2013). Traditional food and tourism: French tourist experience and food heritage in rural spaces. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 93(14), 3420–3425. <https://doi.org/10.1002/jsfa.6284>
- Carbonell, E.** (2020). La gestión institucional del Patrimonio Cultural Inmaterial en el Ecuador: avances y retos. En *Patrimonio inmaterial en el Ecuador: una construcción colectiva* (pp. 71–104). Abya-Yala. <https://doi.org/10.7476/9789978106228>
- Ley de Patrimonio Cultural del Ecuador**, Decreto N° 3501 del 19/06/79 (1978). https://en.unesco.org/sites/default/files/ecuador_decreto_3501_19_06_1979_spa_orof.pdf
- Gallo, G., & Peralta, J. M.** (2018). Turismo rural comunitario. Un aporte metodológico y herramientas prácticas. En *Turismo rural comunitario*. Teseo. <https://doi.org/10.55778/TS877231786>
- Guevara, M.** (2011). Orígenes del patrimonio cultural inmaterial: la propuesta boliviana de 1973 *. *Apuntes*, 24(2), 152–165.
- INPC.** (2013). *Guía metodológica para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial by INPC Ecuador - Issuu*. SobocGrafic. <https://issuu.com/inpc/docs/salvaguardiainmaterial>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.** (2023). *Sistema de Información del Patrimonio Cultural Ecuatoriano (SIPCE)*. <http://sipce.patrimoniocultural.gob.ec:8080/IBPWeb/paginas/busquedaBienes/resultadoBusqueda.jsf>
- Jaszi, P.** (2017). Protección de las expresiones culturales tradicionales: algunas cuestiones para los legisladores. *OMPI Revista*. https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2017/04/article_0002.html

- Kocaman, M., & Kocaman, E. M.** (2014). The importance of cultural and gastronomic tourism in local economic development: Zile sample. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 4(4), 735–744. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84979797017&partnerID=40&md5=e0b512543b048047bf5f1d2ea54c2635>
- Ley Orgánica de Cultura.** (2016). *Registro Oficial No. 913, 30 de diciembre de 2016*. [https://doi.org/Registro Oficial No. 913, 30 de diciembre de 2016](https://doi.org/Registro%20Oficial%20No.%20913,%2030%20de%20diciembre%20de%202016)
- Lin, M. P., Marine-Roig, E., & Llonch-Molina, N.** (2021). Gastronomy as a sign of the identity and cultural heritage of tourist destinations: A bibliometric analysis 2001–2020. En *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 13, Número 22). MDPI. <https://doi.org/10.3390/su132212531>
- Lin, M.-P., Marine-Roig, E., & Llonch-Molina, N.** (2021a). Gastronomy as a sign of the Identity and cultural heritage of tourist destinations: A Bibliometric Analysis 2001–2020. *Sustainability 2021, Vol. 13, Page 12531, 13(22)*, 12531. <https://doi.org/10.3390/SU132212531>
- Lin, M.-P., Marine-Roig, E., & Llonch-Molina, N.** (2021b). Gastronomy as a sign of the Identity and cultural Heritage of Tourist Destinations: A Bibliometric Analysis 2001–2020. En *Sustainability* (Vol. 13, Número 22). <https://doi.org/10.3390/su132212531>
- Ludeña, A., & Maldonado-Erazo, C. P.** (2019). *Geografía Turística. Carrera de Turismo. Texto-Guía*. Editorial Universidad Técnica Particular de Loja - UTPL.
- Maldonado-Erazo, C., Álvarez García, J., Rama, D., & Mora - Jácome, V.** (2019). *Creative Gastronomy: Analysis of Scientific Production. Vol. 28*, 61–79.
- Ministerio de Coordinación de Patrimonio.** (2009). *Decreto de emergencia del Patrimonio Cultural. Un aporte inédito al rescate de nuestra identidad*. Sobocgrafic. <https://site.inpc.gob.ec/pdfs/Publicaciones/decretodemergencia.pdf>
- Acuerdo Ministerial NO. DM-2018-126,** (2018). <https://contenidos.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/ACUERDO-126-2018-Expedir-la-norma-tecnica-salvaguardia-del-patrimonio-cultural.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador.** (2018). *MAPA GASTRONÓMICO DEL ECUADOR*. www.turismo.gob.ec
- Ministerio de Turismo del Ecuador.** (2023). *Catastro de servicios turísticos*. Turismo en cifras. <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/catastro-servicios-turisticos/>
- Mora, D., Solano-Sánchez, M. Á., López-Guzmán, T., & Moral-Cuadra, S.** (2021). Gastronomic experiences as a key element in the development of a tourist destination. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25, 100405. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100405>
- Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas,** (1886). <https://www.wipo.int/treaties/es/ip/berne/index.html>
- OMT.** (2016). *Red de Gastronomía de la OMT. Plan de Acción 2016/2017*. UNWTO.
- OMT.** (2019). *Tourism definitions*. World Tourism Organization.

- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.** (s/f). PROPIEDAD INTELECTUAL Y EXPRESIONES CULTURALES TRADICIONALES O DEL FOLCLORE Folleto N.º1. *Serie sobre propiedad intelectual y recursos genéticos, conocimientos tradicionales y expresiones culturales tradicionales o del folclore.*, 913.
- Pillalaza, C.** (2023). *Análisis preliminar CENSO 2022 con enfoque en Pueblos y Nacionalidades.*
- Richards, G.** (2012). An overview of food and tourism trends and policies. En *Food and the Tourism Experience* (pp. 13–46). <https://doi.org/10.1787/9789264171923-3-en>
- Rinaldi, C.** (2017). Food and gastronomy for sustainable place Development: A Multidisciplinary Analysis of Different Theoretical Approaches. En *Sustainability* (Vol. 9, Número 10). <https://doi.org/10.3390/su9101748>
- Sormaz, U., Akmese, H., Gunes, E., & Aras, S.** (2016). Gastronomy in tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39, 725–730. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30286-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30286-6)
- Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial,** (2003). <https://ich.unesco.org/es/convenci%C3%B3n>
- Unigarro, C.** (2010). *Patrimonio cultural alimentario.*
- UNWTO.** (2017). *Second Global Report on Gastronomy Tourism.* World Tourism Organization.
- Valdez, L. M. C., & Fontecha, J. F.** (2018). Gastronomy: a source for the development of tourism and the strengthening of the cultural identity in Santander. *Anuario Turismo Y Sociedad*, 22, 167–193. <https://doi.org/10.18601/01207555.n22.09>
- Villaseñor, I., & Zolla, E.** (2012). Del patrimonio cultural inmaterial o la patrimonialización de la cultura. *Cultura y representaciones sociales*, 6(12), 75–101. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102012000100003&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Yeoman, I.** (2008). Tomorrow's tourist: scenarios & trends. En I. Yeoman (Ed.), *Tomorrow's Tourist.* Butterworth-Heinemann. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1572-560X\(08\)00434-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1572-560X(08)00434-4)

PUEBLOS CON SABOR Y EL PATRIMONIO GASTRONÓMICO DEL ESTADO DE HIDALGO, MÉXICO

Miriam Edith PÉREZ-ROMERO

Donaji JIMÉNEZ-ISLAS

Amador DURÁN-SÁNCHEZ

*María de la Cruz DEL RÍO-RAMA**

INTRODUCCIÓN

En los tiempos antiguos, el descanso era concebido como una forma de turismo por filósofos griegos (Pavlidis & Markantonatou, 2020). Hoy en día el turismo es una actividad integrada de diferentes atributos que fomentan la competitividad desde un enfoque comercial y cultural, donde la estrategia de marketing juega un papel fundamental para la atracción turística (Seyitoğlu & Ivanov, 2020). Actualmente, los turistas tienen expectativas por diferentes destinos, un mejor poder adquisitivo y tiempo suficiente para moverse a diferentes lugares, que en consecuencia apunta hacia experiencias concretas de aprendizaje cada vez más exigentes (Meneguel et al., 2019).

La comida atiende una necesidad básica para las personas y en el contexto turístico es una forma de obtener elementos culturales del lugar (Mehul, 2019). Una parte importante del presupuesto destinado a la actividad turística se centra en el consumo de alimentos, por lo que ofrecer experiencias gastronómicas únicas es un factor que puede producir mejoras en un destino turístico.

El turismo gastronómico es una actividad de rápido crecimiento en las principales ciudades del mundo donde los turistas mantienen una activa expectativa de la gastronomía que desencadena en la rentabilidad empresarial y mejora de la calidad de vida de la sociedad (Kuhn et al., 2023, Celebi et al., 2020). Diferentes autores han definido al turismo gastronómico, i) para López et al. (2019) es concebido como el medio por el cual se puede recuperar la comida tradicional de cada zona y que ha adquirido en las últimas décadas mayor importancia, por que a través de él se posicionan los alimentos regionales; ii) Hernández (2018), refiere que es aquel que se engloba dentro del turismo cultural; iii) Hernández & Dancausa (2018) lo definen como el viaje que en el tiempo de ocio realizan las personas para conocer y probar su gastronomía en conjunto con las actividades derivadas de ella. El turismo gastronómico es considerado factor primordial al momento de elegir destino, donde casi el 15 % de los turistas se ve influenciado por la gastronomía (Ullah et al., 2022).

Para el caso de México, las ciudades que reciben el mayor número de visitantes por su riqueza gastronómica son Puebla, Michoacán, Ciudad de México, Guanajuato, Oaxaca y la Riviera Maya, factor

* *Autor de correspondencia*

que contribuye para que México sea uno de los países con el mayor número de turistas por año (Acle-Mena et al., 2020).

La UNESCO en 2010 declaró a la gastronomía mexicana Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, en la que se fomenta la preservación del valor cultural del arte culinario de los alimentos tradicionales. Para alcanzar la denominación se considera que a través de las generaciones se transfiera la práctica, expresión, técnica (saberes) para tener identidad y continuidad en las comunidades (UNESCO, 2023).

Para fomentar la cultura gastronómica y su turismo, en el estado de Hidalgo se ha implementado una iniciativa del gobierno estatal denominada distintivo “Pueblos con Sabor” en la que se reconoce la riqueza gastronómica a través de la visibilización de los lugares o establecimientos que preparan platillos ancestrales y con arraigo cultural para los paladares de los turistas. En 2023 el estado de Hidalgo cuenta con 28 municipios con la denominación de pueblos con sabor donde se puede degustar de la barbacoa, pastes y el pulque; la convocatoria se emite cada dos años y está abierta a los municipios del estado que cumplan con el expediente.

El objetivo del presente trabajo es caracterizar la diversidad gastronómica del estado de Hidalgo, en específico a través de la denominación Pueblos con Sabor, donde la riqueza gastronómica es el eje fundamental de transmisión cultural entre las generaciones de los poblados. En este documento, después de este apartado introductorio, se encuentra el marco teórico, espacio en el cuál se mencionan algunos estudios sobre turismo gastronómico, además de manera específica se aborda la gastronomía del estado de Hidalgo. En un tercer apartado está la metodología, aquí se describen el tipo de investigación, así como las herramientas utilizadas en el estudio. Enseguida se presentan los resultados, en este apartado se muestran los municipios que tienen la distinción “Pueblos con Sabor”, así como platillos que caracterizan a estos municipios. Finalmente, se muestran las conclusiones del estudio.

MARCO TEÓRICO

Estudios acerca del turismo gastronómico

Múltiples investigaciones han abordado el tema del turismo gastronómico, autores como Hernández & Dancausa (2017) evaluaron la gastronomía tradicional cordobesa (España) en el que identifican valoración positiva para dos platillos tradicionales como el salmorejo y el rabo de toro. Por su parte, Morales & Fusté-Forné (2021) incorporan al sector del turismo gastronómico el componente de sostenibilidad en un estudio realizado para dos regiones vinícolas de España y México, siendo el desarrollo social clave para el beneficio comercial y ambiental de la actividad. Para Torres (2003) existen dos tipos de turistas, el primero de ellos únicamente se alimenta y el segundo realiza el viaje con el objetivo de comer. Contreras & Medina (2021), parten de la denominación de origen de los

productos Mexicanos (15 de ellos son alimentos), evaluaron la posibilidad del turismo gastronómico a partir de las denominaciones obtenidas, siendo evidente las limitantes actuales para que el turismo gastronómico pueda contribuir al posicionamiento de las denominaciones de origen, requiriendo de diferentes sectores para fortalecer la idea y ejecución para promover el desarrollo en las zonas donde se tiene la denominación de origen.

Aunque la gastronomía mexicana es reconocida por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, cada estado establece estrategias turísticas para fomentar que los visitantes consuman productos locales preparados a través de técnicas y conocimientos transferidos por generaciones. En este sentido, algunos autores han evaluado la gastronomía de los estados de la república mexicana, como Correa (2022) quien estudió los factores que afecta la competitividad del turismo gastronómico en restaurantes de Zacatecas, concluyendo que los intangibles asociados a la autenticidad de los platillos, costumbres y apegos regionales son importantes para elevar la competitividad de los restaurantes y que el precio por los platillos no son un factor que afecte el turismo. Acle-Mena et al. (2020) evaluaron la relación de la gastronomía tradicional del estado de Puebla como atractivo turístico, concluyendo que la gastronomía poblana es un detonante de la actividad turística. Además de Puebla, hay otras ciudades virreinales muy activas desde el punto de vista de turismo gastronómico, como lo es Oaxaca, Morelia y Campeche.

La gastronomía en el estado de Hidalgo

La gastronomía hidalguense tiene influencia de las culturas prehispánicas, desde los tepehuas hasta los huastecos y nahuas, es a esas culturas a quienes se les debe la tradición de platillos típicos basados en flores e insectos que existen desde tiempos ancestrales; por otro lado, también tiene un sello europeo ya sea español o inglés, que se obtuvo con la llegada de europeos a las zonas mineras principalmente (Cruz et al., 2021). Actualmente la gastronomía del estado de Hidalgo se caracteriza por el uso de técnicas artesanales, el balance en condimentos, la presencia de productos exóticos y la sazón de sus cocineras.

El estado de Hidalgo en la búsqueda por conservar las tradiciones culinarias ha desarrollado un programa que otorga la distinción “Pueblos con Sabor” para los municipios que a través de una convocatoria cumplen con los puntos necesarios para destacar su gastronomía, el programa surgió desde 2017 (Cervantes, 2022), sin embargo, la reducción de turismo a raíz de la pandemia COVID-19 frena la inercia del programa y para 2022 se retomó y se propuso que cada dos años nuevos municipios se incorporen para ofertar al turista la gastronomía local, por lo que será hasta 2024 cuando se emita una nueva convocatoria (Martínez, 2023).

En el año 2017 se otorgaron 7 distintos, siendo los municipios de Zempoala, Tulancingo, Acaxochitán, Omitlán, Calnali, Huejutla y Actopan quienes recibieron la distinción (Yescas, 2021). En 2022 se retoma el programa y acuden 37 municipios a solicitar la distinción, de los cuáles 21 obtuvieron

un resultado favorable: Francisco I. Madero, Tezontepec de Aldama, Atitalaquia, Cuautepec, Villa de Tezontepec, Alfajayucan, Mineral de la Reforma, Santiago de Anaya, Metztlán, Tlahuelilpan, Apan, San Agustín Metzquitlán, Atlapexco, Tianquistengo, San Felipe Orizatlán, Zacualtipán, Tepeapulco, Mixquiahuala, tizayuca, Huasca de Ocampo y Tasquillo (Cervantes, 2022).

Actualmente son 28 municipios que cuentan con el distintivo “Pueblos con Sabor”. En la Tabla 1, se resumen los distintos otorgados por año y se muestra el porcentaje que representan con respecto al total de municipios en el estado.

Tabla 1: Distintivos “Pueblos con Sabor” otorgados por año

Año	Distintivos otorgados	Porcentaje respecto al total de municipio del estado
2017	7	8.33%
2022	21	25.00%
Total	28	33.33%

Nota: El estado de Hidalgo se conforma de 84 municipios (INEGI, 2020)

METODOLOGÍA

El método de investigación que se sigue en el presente trabajo es de tipo cualitativo, Bonilla & Rodríguez (2005) señalan que este método se orienta a profundizar casos específicos. Además Bernal (2010) menciona que su preocupación prioritaria es cualificar y describir un fenómeno social a partir de rasgos determinantes; en este caso particular se buscó describir la riqueza gastronómica del estado de Hidalgo puntualizando aquellos lugares identificados con el distintivo “Pueblos con Sabor”.

La investigación es de tipo descriptiva, documental y seccional. Descriptiva porque detalla un aspecto característico de los municipios del estado de Hidalgo, la gastronomía; además Bernal (2010) señala que la investigación descriptiva está soportada entre otras, en la revisión documental. Documental porque se recurrió a analizar información escrita sobre los “Pueblos con Sabor” y los platillos que los hacen únicos. Con relación al tiempo se está realizando una investigación de tipo transversal, ya que la información obtenida se da en un momento del tiempo, en este caso en el año 2023.

RESULTADOS

El estado de Hidalgo está conformado por 84 municipios, 28 de los cuáles han recibido el distintivo “Pueblos con Sabor”, lo que representa el 33.33%. Los 28 “Pueblos con Sabor” suman un total de 47 platillos típicos y 3 bebidas. En la Tabla 2 se mencionan los 28 municipios que tienen la distinción, así como los platillos típicos y bebidas típicas del lugar, presentando también una breve descripción de cada uno.

Tabla 2: Los “Pueblos con Sabor” y sus platillos y/o bebidas típicas

Municipio	Platillo y/o bebida típicos	Breve descripción
Zempoala	Pollo en Pulque	Este platillo generalmente se prepara colocando capas de pollo con tomates, cebollas, chile chipotle y papas baby, luego se vierte pulque encima. Se cocina la mezcla hasta que el pollo esté suave.
	Burras	Son un tipo de pan tradicional. El pan se elabora mezclando harina, agua, levadura y sal, luego se hornea en un horno de leña. El pan suele ser redondo y plano, con un exterior crujiente y un interior suave.
	Sopa de Nopal	Este platillo se elabora cocinando nopal achicle, un tipo de nopal, con otros ingredientes como tomates, cebollas, ajo y epazote. El plato suele servirse como sopa y puede acompañarse de tortillas o pan.
	Achicle	
	Ximbote	Este platillo se elabora a partir del corazón de la planta de maguey, el cual se cocina con otros ingredientes como escamoles (larvas de hormiga), caracol (caracol) y epazote. Luego la mezcla se envuelve en hojas de maguey y se cuece en un horno subterráneo.
Tulancingo de Bravo	Tulancingueñas	Consiste en rellenar una tortilla de maíz frita con jamón, queso amarillo, quesillo, jitomate, aguacate, cebolla y chile chipotle.
	Quesos	Algunos de los tipos de queso más populares de Tulancingo de Bravo incluyen: Queso fresco: Este es un queso suave y quebradizo similar al feta o ricotta. Se elabora cuajada la leche con vinagre o jugo de limón y luego escurriendo la cuajada. El queso fresco se utiliza a menudo en ensaladas, tacos y otros platos mexicanos. Queso añejo: Es un queso duro y añejo similar al parmesano o al romano. Se elabora prensando y envejeciendo queso fresco durante varios meses. El queso añejo tiene un sabor fuerte y salado y, a menudo, se ralla sobre platos como enchiladas o sopas. Queso de bola: Es un queso con forma de bola similar al Edam o al Gouda. Se elabora prensando y añejando queso fresco durante varias semanas. El queso de bola tiene un sabor suave a nuez y a menudo se sirve como refrigerio o aperitivo.
	Guajolotes	Es un tipo de sándwich elaborado con pan telera o bolillo, relleno de queso, frijoles refritos y otros ingredientes como pollo, enchiladas u otras carnes. El plato fue creado por Doña Rosa en 1948 y se ha convertido en un símbolo del patrimonio culinario del pueblo.
	Bicicletas	Es un pan de manteca sin azúcar, de masa apastelada y relleno de queso.
Omitlán de Juárez	Sopa de Manzana	Este platillo es un tipo de sopa que se elabora cocinando manzanas con otros ingredientes como canela, azúcar y clavo. La sopa normalmente se sirve caliente y puede acompañarse de pan o galletas saladas.
	Caldo de Hongo	El platillo es un tipo de sopa que se elabora cocinando champiñones con otros ingredientes como ajo, cebolla, epazote y caldo de pollo o res. La sopa normalmente se sirve caliente y puede acompañarse de pan o tortillas.
	Mermelada de Cahuiche	El cahuiche es un tipo de fruto silvestre que crece en los bosques de Omitlán de Juárez durante la temporada de lluvias. El fruto es de tamaño similar al capulín y pertenece a la especie de moras. Los lugareños utilizan el cahuiche para elaborar una variedad de productos como mermeladas, cremas, licores, helados e incluso mole. La mermelada de cahuiche se elabora cocinando la fruta con azúcar y agua hasta alcanzar una consistencia espesa. La mermelada normalmente se sirve con pan o galletas saladas y también se puede utilizar como aderezo para postres.
	Mole de Cahuiche	El mole de cahuiche se elabora cocinando las bayas del cahuiche con otros ingredientes como chiles, chocolate y especias. Luego, la mezcla se licúa y se cuele para crear una salsa suave. La salsa se sirve típicamente sobre pollo, pavo o cerdo y se acompaña de arroz blanco decorado con cahuiche y frijoles blancos.

Municipio	Platillo y/o bebida típicos	Breve descripción
Acaxochitlán	Molotes	El plato se elabora relleno una masa (masa de maíz) con una variedad de ingredientes como frijoles, queso o carne, y luego dándole forma de bola u ovalada. Luego se fríe el molote hasta que quede crujiente por fuera y tierno por dentro. El plato típicamente se sirve con salsa y se puede acompañar con arroz o frijoles.
	Cuelga	Es un tipo de pan que se elabora mezclando harina, agua, levadura y sal, para luego cocerlo en un horno de leña. El pan suele ser redondo y plano, con un exterior crujiente y un interior suave. El cuelga es un tipo especial de pan que se utiliza en ocasiones importantes para honrar a alguien.
	Carne de cerdo con verdolagas	El platillo se elabora cocinando carne de cerdo con verdolagas, un tipo de hierba comestible que se usa comúnmente en la cocina mexicana. Por lo general, la carne de cerdo se sazona con ajo, cebolla y otras especias y luego se cocina hasta que esté tierna. Las verdolagas se agregan a la carne de cerdo y se cocinan hasta que estén suaves. El plato normalmente se sirve con arroz, frijoles o tortillas.
	Licor de Acáchul	El acáchul es un tipo de fruta que crece en Acaxochitlán. El fruto es similar en tamaño a una cereza y tiene un sabor agridulce. La bebida se elabora fermentando la fruta con azúcar y agua hasta alcanzar una determinada graduación alcohólica. El producto resultante es un licor dulce y afrutado que normalmente se sirve como digestivo o aperitivo.
Actopan	Barbacoa de borrego	Consiste en cocer carne de borrego en un hoyo de tierra, se calienta con leña de árbol de mezquite, pencas de maguey y se tapa con petate de palma, que le dan un sabor único.
	Ximbó	Este platillo es de cueritos de cerdo, nopales, cebolla, especias, una mezcla de chile y carne de pollo tradicional. También se puede hacer con pescado, cerdo o de algún animal de la región que es cocido, envuelto en una penca tierna en el horno al ras del suelo.
	Pulque	Bebida alcohólica tradicional mexicana hecha de la savia fermentada del maguey. Se puede disfrutar de diferentes sabores como piñón, piña colada o avena, entre mucho otros.
Calnali	Tlapanili	Es un caldo condimentado con hoja de aguacate o epazote, adobado con masa de maíz. Suele acompañarse de camarones, hongos, camote de hoja de luna, tortillas y frijoles.
	Enchiladas con cecina	Este platillo consiste en tortillas de maíz rellenas de cecina, que es una carne seca y salada y se bañan en una salsa de chile.
	Jugo de caña	Este jugo de caña se utiliza para elaborar diferentes platillos y bebidas, como las enchiladas con cecina.
	Piques	Especie de tamal hecho de masa, sin relleno, se sirve en las celebraciones más importantes, se prepara en casos de cobre con leña y los ingredientes se muelen en metate. Se acompaña de un rico pan cocido en horno de leña y café.
Huejutla de Reyes	Zacahuil	Es considerado el tamal más grande de México. Su preparación puede durar más de 12 horas y se realiza con procesos culinarios mesoamericanos. Los ingredientes principales son masa martajada, manteca de cerdo, chile chino y guajillo, carne de cerdo o de guajolote.
	Enchiladas huastecas	Las enchiladas huastecas pueden ser rojas, verdes o de jitomate y se rellenan con carne de res o pollo, se bañan en una salsa de chile y se sirven con queso fresco y cebolla.
	Huevo en hoja	Este platillo fue creado ante la falta de artefactos y las mujeres autóctonas resolvieron poder cocer sus platillos con ayuda de una hoja de plátano, misma especie que se utiliza para envolver el zacahuil.
	Bocoles	Los bocoles son pequeñas tortillas de maíz rellenas de diferentes ingredientes, como frijoles, queso, chicharrón, carne, entre otros.

Municipio	Platillo y/o bebida típicos	Breve descripción
Francisco I. Madero	Gorditas de panza	Este platillo se prepara con masa de maíz rellena de carne de res, chile y otros ingredientes y se cocinan en un comal.
Tezontepec de Aldama	Tamal de pescado en penca	Este platillo se prepara con masa de maíz rellena de pescado y otros ingredientes, y se envuelve en una hoja de penca de maguey para cocinarse.
Atitalaquia	Tlacoyo de frijol	Consiste en una tortilla gruesa ovalada y larga, preparada con masa de maíz y rellena de frijoles, alberjón o habas.
Cuautepec	Pollo a la disco con gualumbos	Este platillo se prepara en un disco de arado y los ingredientes principales son pollo, jitomate, cebolla, chiles cuaresmeños, chile chipotle, cerveza, sal, agua, aceite y gualumbos.
Villa de Tezontepec	Torta tezontepecana	Hace más 50 años, que torteros tezontepequenses quisieron destacar con una torta de tamaño gigante, por lo que mandaron hacer telera gigante y crearon diferentes combinaciones usando quesillo y combinándolo con otros ingredientes que son muy característicos como pierna, jamón o milanesa, además de los chiles caseros. Aunque hoy en día las tortas se venden en cientos de puestos en estados como Puebla, Estado de México, Tlaxcala, Ciudad de México, Querétaro y en Hidalgo, lo cierto es que las de Villa de Tezontepec cuentan con un gran legado pues aquí hay personas que se dedican a preparar y vender este alimento desde hace más de medio siglo.
Alfajayucan	Chicharrones de res	Este platillo se prepara con carne de res que se cuece en su propia grasa hasta que queda crujiente y dorada.
Mineral de la Reforma	Chile torta	Este platillo consiste en un chile jalapeño relleno de carne molida previamente sazonada con especias, que se coloca dentro de un pan bolillo.
Santiago de Anaya	Conejo en salsa de xoconostle	Este platillo se prepara con carne de conejo cocida en una salsa de xoconostle, una fruta ácida y carnosas que se utiliza en la cocina tradicional de la región.
Metztlán	Tamal de recaudo	Se elabora con masa de maíz rellena de carne de cerdo o pollo, chile y otros ingredientes, y se envuelve en hojas de maíz para cocinarse.
Tlahuelilpan	Totomoxtle de caracoles	Este platillo consiste en caracoles con nopales y hierbas de olor, envueltos en hojas de maíz y cocidos al vapor.
Apan	Enchilada apanense	Este platillo consiste en tortillas de maíz rellenas de pollo o queso, bañadas en una salsa de chile y acompañadas de lechuga, queso y crema.
San Agustín Metzquitlán	Tamales de Xala	Este platillo consiste en tamales de masa de maíz rellenos de carne de cerdo o pollo, chile y otros ingredientes, y se envuelven en hojas de maíz para cocinarse.
Atlapexco	Pescado en hoja	Este platillo consiste en pescado, ya sea bagre de mar, mojarra o lisa, envuelto en hojas de plátano o de maíz y cocido al vapor.
Tiangüstengo	Pan	La elaboración de pan es característica de este municipio. Se hacen diferentes figuras a las que les dan el nombre de tortas rellenas de queso, quesadillas apasteladas, frutas, cemitas, ostriacas, pan blanco, volcansitos, tornillos, roscas, coronas, resobados, marquezote y pan de muerto, entre otras.
San Felipe Orizatlán	Torta de mantequilla queso	Este platillo consiste en una torta de pan rellena de mantequilla y queso.
Zacualtipán	Tamal de bola de Xala	Este platillo consiste en tamales de masa de maíz rellenos de carne de cerdo o pollo, chile y otros ingredientes, y se envuelven en hojas de maíz para cocinarse. Lo que hace únicos a los tamales de bola de Xala es que se elaboran con tequelite y pepita de calabaza, y se les da forma de bola antes de envolverlos en las hojas de maíz.
Tepeapulco	Ancas de rana en chile verde	Este platillo consiste en ancas de rana cocidas en una salsa de chile verde y acompañadas de nopales.

Municipio	Platillo y/o bebida típicos	Breve descripción
Mixquiahuala	Enchiladas aguadas	Se frien las tortillas en manteca, se llenan con queso y cebolla. Posteriormente se colocan en una salsa frita que es preparada con caldo de pollo, ajo y cebolla. Al momento de servir las al plato, se agrega lechuga, cebolla y queso.
Tizayuca	Cocol	El cocol es un pan dulce que se elabora con harina, azúcar, huevo y otros ingredientes, y se puede encontrar en diferentes variedades, como el cocol de anís, el cocol de nata y el cocol de piloncillo.
	Nata	La nata es una crema espesa que se obtiene de la leche y se utiliza en diferentes platillos dulces y salados.
	Quesos	Los quesos de Tizayuca son muy populares y se elaboran con leche de vaca o de cabra.
Huasca de Ocampo	Trucha al mixiote	Este platillo consiste en trucha rellena de nopales, bañada en una salsa de chiles y envuelta en hojas de mixiote para cocinarse.
Tasquillo	Mole Tzumi	Mole elaborado a base de chiles de árbol, nuez, plátano y otros ingredientes exclusivos de la región.

Fuente: Elaboración propia a partir de las páginas web mencionadas en las referencias.

CONCLUSIONES

En el presente trabajo se identificó la riqueza gastronómica con que cuentan los municipios del estado de Hidalgo reconocidos con la distinción “Pueblos con sabor”. De los 84 municipios del estado, 28 de ellos tienen entre sus atractivos turísticos recursos gastronómicos únicos, existiendo un total de 51 recursos gastronómicos en tales municipios.

Indudablemente aún impera una basta riqueza gastronómica en los municipios del estado de Hidalgo, por lo que no queda duda que en las próximas convocatorias del programa “Pueblos con Sabor”, se sumarán nuevos platillos y bebidas. Al ser la gastronomía uno de los productos turísticos que más influencia tiene en la elección de un destino, se considera que la iniciativa “Pueblos con Sabor”, desarrollada e implementada por Secretaría de Turismo del estado de Hidalgo, ha sido una estrategia totalmente acertada para contribuir al desarrollo turístico y a la preservación de las costumbres y tradiciones que existen alrededor de la preparación de los alimentos característicos de las distintas regiones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acle-Mena, R. S., Santos-Díaz, J. Y., & Herrera-López, B.** (2020). La gastronomía tradicional como atractivo turístico de la ciudad de Puebla, México. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 10(2), 237–248. <https://doi.org/10.19053/20278306.v10.n2.2020.10624>
- Bernal, C.** (2010). *Metodología de la investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Pearson Educación.
- Bonilla, E. & Rodríguez, S. P.** (2005). *Más allá del dilema de los métodos: la investigación en ciencias sociales*. Norma.

- Celebi, D., Pirnar, I., & Eris, E. D.** (2020). Bibliometric analysis of social entrepreneurship in gastronomy tourism. *Tourism*, *68*(1), 58–67. <https://doi.org/10.37741/t.68.1.5>
- Contreras, D. J. & Medina, F. X.** (2021). Gastronomic tourism, typical agri-food products and designations of origin. Development possibilities and expectations in Mexico. *Journal of Tourism and Heritage Research*, *4* (1), 343-363
- Correa, G. L. A.** (2022). Gastronomic tourism, factors that affect the competitiveness of restaurants in Zacatecas, México. *Turismo y Patrimonio*, *18*, 49-65. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2022.n18.03>
- Cruz-Coria, E.; Bonilla-Castillo, M. A.; Sánchez-Suárez, S. D.; Ponce-Vargas, R. J.** (2021). Cocina tradicional mexicana como potencial turístico. En Cuamea, O., Garza, J. M., Suárez, I. B., *Raíces y costumbres en movimiento, turismo rural México, Primera edición, 174-181*. Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía, México. Fundación Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo. Valdivia, Chile.
- Hernández, R. D.** (2018). El turismo gastronómico en Andalucía: factores de análisis. *Revista Espacios*, *39*(22).
- Hernández Rojas, Ricardo D, & Dancausa Millán, María Genoveva.** (2018). Turismo gastronómico: La gastronomía tradicional de Córdoba (España). *Estudios y perspectivas en turismo*, *27*(2), 413-430.
- Kuhn, V. R., Gadotti dos Anjos, S. J., & Krause, R. W.** (2023). Innovation and creativity in gastronomic tourism: A bibliometric analysis. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, *100813*. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100813>
- López, T. E. H., Hernández, Y. C., Sánchez, L. M. C., & Pastaz, M. M. V.** (2019). Gastronomic Tourism: Attitudes, Motivations and Satisfaction of the Visitor in Cantons of Tungurahua, Ecuador. *American Journal of Industrial and Business Management*, *9*(3), 699–719. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2019.93047>
- Mehul Krishna Kumar, G.** (2019). Gastronomic tourism— A way of supplementing tourism in the Andaman & Nicobar Islands. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, *16*, 100139. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2019.100139>
- Meneguel, C. R. de A., Mundet, L., & Aulet, S.** (2019). The role of a high-quality restaurant in stimulating the creation and development of gastronomy tourism. *International Journal of Hospitality Management*, *83*, 220–228. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.10.018>
- Morales, L. M., & Fusté-Forné, F.** (2021). Turismo gastronómico sostenible para la preservación del patrimonio culinario: las rutas del vino en Girona (Catalunya, España) y Querétaro (México). *Turismo y patrimonio*, *(17)*, 45-60. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2021.n17.03>
- Pavlidis, G., & Markantonatou, S.** (2020). Gastronomic tourism in Greece and beyond: A thorough review. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, *21*, 100229. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100229>
- Seyitoğlu, F., & Ivanov, S.** (2020). A conceptual study of the strategic role of gastronomy in tourism destinations. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, *21*, 100230. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100230>

Torres, B. E. (2003) "Del turista que se alimenta al turista que busca comida - Reflexiones sobre las relaciones entre la gastronomía y el turismo". In Lacanau, G., Norrild, J. Gastronomía y Turismo. Cultura a Plato. CIET, Buenos Aires, pp. 305-320

Ullah, N., Khan, J., Saeed, I., Zada, S., Xin, S., Kang, Z., & Hu, Y. (2022). Turismo Gastronómico y Motivación Turística: Explorando Zonas del Norte de Pakistán. *Revista internacional de investigación ambiental y salud pública*, 19(13), 7734. <https://doi.org/10.3390/ijerph19137734>

Páginas web

Adán, F. (s.f.). *Omitlán de Juárez, un pueblo con mucho sabor y color*. <https://elsouvenir.com/omitlan-de-juarez-hidalgo/?amp=1>

Ayuntamiento de Metztlán (s.f.). *Gastronomía Metzca*. <https://metztitlan.gob.mx/Gastronomia>
Ayuntamiento de Tianguistengo (s.f.). *Atractivos turísticos*. <https://tianguistengo.gob.mx/tianguistengo/attractivos-turisticos>

Campa, G. (14 de julio de 2022). *Chicharrón de res le da distintivo de pueblo con sabor a Alfajayucan*. <https://lajornadahidalgo.com/chicharron-de-res-le-da-distintivo-de-pueblo-con-sabor-a-alfajayucan/>

Campa, G. (9 de agosto de 2022). *¿Cómo se hacen las enchiladas mixquihualenses?* [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=8KjxUvJQ3cs>

Cervantes, M. (24 de julio de 2022). *Hidalgo y sus 28 pueblos con sabor*. <https://noticiasenfasis.com.mx/hidalgo-y-sus-28-pueblos-con-sabor/>

Delgadillo, I. S. (3 de septiembre de 2021). *Así surgió el guajolote, comida típica que certificó a Tulancingo como Pueblo con Sabor*. <https://www.pachucavive.com/asi-surgio-el-guajolote-comida-tipica-que-certifico-a-tulancingo-como-pueblo-con-sabor/>

Fernández, V. (17 de julio de 2022). *Los molotes, antojito frito de Acaxochitlán*. <https://www.elsoldehidalgo.com.mx/local/regional/los-molotes-antojito-frito-de-acaxochitlan-8605149.html/amp>

García, E. (7 de abril de 2017). *Pescado en hiervas, Tezontepec de Aldama*. <https://www.localguidesconnect.com/t5/Espa%C3%B1ol/Pescado-en-Hiervas-Tezontepec-de-Aldama/td-p/354182>

González, A. (14 de agosto de 2022). *Tizayuca adoptó los cocoles como tradición*. <https://www.elsoldehidalgo.com.mx/incoming/tizayuca-adopto-los-cocoles-como-tradicion-8738752.html>

Grupo Criterio (9 de abril de 2018). *Conejo en mole de olla con Xocoyol, el platillo ganador en Santiago de Anaya*. <https://criteriohidalgo.com/noticias/se-realizo-con-exito-la-edicion-numero-38-de-la-muestra-gastronomica-de-santiago-de-anaya>

Grupo Criterio (22 de abril de 2018). *¡Qué sabor el de la sierra alta!* <https://criteriohidalgo.com/fin-de-semana/que-sabor-el-de-la-sierra-alt>

Grupo Criterio (11 de noviembre de 2022). *Mole de cahuche, tradición que se comparte en Omitlán*. <https://criteriohidalgo.com/fin-de-semana/mole-de-cahuiche-tradicion-que-se-comparte-en-omitlan>

Grupo Criterio (12 de julio de 2022). *El sabor de Omitlán de Juárez*. <https://criteriohidalgo.com/first-class/especiales/el-sabor-de-omitlan-de-juarez>

- Grupo Criterio** (23 de julio de 2022). *Las enchiladas de Apan, tradición que debes probar*. <https://criteriohidalgo.com/multimedia/enchiladas-apan-tradicion-probar>
- Hernández, E.** (7 de julio de 2022). *Totomoxtle, delicia gastronómica con la que Isabel enaltece Tlahuelilpan*. <https://www.milenio.com/sociedad/totomoxtle-delicia-gastronomica-isabel-enaltece-tlahuelilpan>
- Hernández, E.** (16 de diciembre de 2022). *¿Qué es el cahuche? Conoce el fruto que da color y sabor a platillos hidalguenses*. <https://www.milenio.com/politica/comunidad/cahuiche-fruto-color-sabor-platillos-hidalguenses>
- Hidalgo** (22 de julio de 2022). *No tengo la oportunidad de pasear, pero mis tamales de bola han ido hasta EU: Lupita*. <https://lasillarota.com/hidalgo/estado/2022/7/22/no-tengo-la-oportunidad-de-pasear-pero-mis-tamales-de-bola-han-ido-hasta-eu-lupita-385227.html>
- Hidal-GO!** (10 de julio de 2023). *Los sabores de Acaxochitlán*. <https://hidal-go.com/los-sabores-de-acaxochitlan/>
- Hidalgo Tierra Mágica A. C.** (s.f.). *Omitlán de Juárez, Hidalgo*. <https://hidalgotierramagica.jimdofree.com/destinos/corredor-de-la-monta%C3%B1a/omit%C3%A1n-de-ju%C3%A1rez/>
- Hidalgo Travel** (s.f.). *Gastronomía, pueblos con sabor*. https://hidalgo.travel/wordpress/?page_id=5312
- INEGI (2020). *División municipal del Estado de Hidalgo*. https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/hgo/territorio/div_municipal.aspx?tema=me&e=13
- Juárez, R.** (25 de agosto de 2022). *San Felipe es "Pueblo con sabor"*. <https://www.elsoldehidalgo.com.mx/local/regional/san-felipe-es-pueblo-con-sabor-8788963.html>
- López, M.** (2 de febrero de 2022). *Tamales de Xala: tradición y sabor hidalguense que no puedes dejar de probar*. <https://www.milenio.com/politica/comunidad/tamales-de-xala-gastronomia-hidalguense-como-se-preparan>
- Martínez, C.** (7 de mayo de 2023). *En 2024, nueva convocatoria para designar a nuevos Pueblos con Sabor*. <https://www.elsoldehidalgo.com.mx/local/en-2024-nueva-convocatoria-para-designar-a-nuevos-pueblos-con-sabor-10025147.html>
- Mashei** (s.f.). *Recetas que Tasquillo vio nacer: Mole Tzumi*. <https://www.mashei.com.mx>
- Mexico Desconocido (s.f.). *Nombran "Pueblos con Sabor" a 21 municipios de Hidalgo, ¿conoce los platillos ganadores!* <https://www.mexicodesconocido.com.mx/nombran-pueblos-con-sabor-a-21-municipios-de-hidalgo.html>
- Mileno Digital** (15 de julio de 2022). *¿La conocías? Así es la 'chile torta' platillo que hizo a Mineral de la Reforma Pueblo con Sabor*. <https://www.milenio.com/cultura/chile-torta-platillo-mineral-reforma-pueblo-sabor>
- Mileno Digital** (01 de mayo de 2023). *Conoce por qué Villa de Tezontepec es la cuna de la deliciosa torta gigante*. <https://www.milenio.com/sociedad/tortas-gigantes-origen-nacio-alimento-mexicano>
- Mileno Digital** (27 de julio de 2023). *Gorditas de panza de res son nombradas patrimonio cultural en Hidalgo*. <https://www.milenio.com/cultura/gorditas-panza-res-patrimonio-cultural-hidalgo>

- Mixquiahuala Gobierno Municipal.** (13 de julio de 2022). *Pueblos con Sabor*. [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=ahz6hhvGQ_Q
- Ocádiz, C.** (3 de noviembre de 2018). La "cuelga", ícono de los pueblos indígenas. <https://www.elsoldetulangingo.com.mx/local/la-cuelga-icono-de-los-pueblos-indigenas-2609845.html/amp>
- Ocádiz, C.** (16 de enero de 2021). *La cuelga y otros panes artesanales, patrimonio cultural de Acaxochitlán*. <https://www.elsoldehidalgo.com.mx/local/regional/la-cuelga-y-otros-panes-artesanales-patrimonio-cultural-de-acaxochitlan-6248791.html/amp>
- Ortiz, Y.** (13 de octubre de 2023). *Las bicicletas, una delicia tradicional de Tulancingo*. <https://www.elsoldetulangingo.com.mx/local/las-bicicletas-una-delicia-tradicional-de-tulancingo-10843651.html>
- Pasquel, I.** (6 de noviembre de 2022). *En Cuauhteppec se degusta el pollo al disco*. <https://www.elsoldetulangingo.com.mx/local/en-cuauhteppec-se-degusta-el-pollo-al-disco-9146806.html>
- Peralta, A. E.** (18 de julio de 2022). *Impulsará Huasca cocina de autor tras ser nombrado pueblo con sabor*. <https://aldianoticias.mx/2022/07/18/impulsara-huasca-cocina-de-autor-tras-ser-nombrado-pueblo-con-sabor/>
- Razo, J.** (4 de agosto de 2023). *Las 'burras': el manjar secreto de Zempoala que debes conocer*. <https://descubreenmexico.com/las-burras-el-manjar-secreto-de-zempoala-que-debes-conoces/>
- Rosy tu compañera en la cocina.** (29 de junio de 2020). *Verdolagas con carne de puerco estilo Hidalgo*. [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=6ZXdD9nliNk>
- Trejo, L. E.** (11 de agosto de 2021). *Villa de Tezontepec, cuna de los torteros*. <https://www.elsoldehidalgo.com.mx/local/regional/villa-de-tezontepec-cuna-de-los-torteros-7071665.html>
- UNESCO** (2023). *Las listas del PCI y el Registro de Buenas Prácticas de Salvaguardia*. [https://ich.unesco.org/es/listas?text=&country\[\]=00143&multinational=3#tabs](https://ich.unesco.org/es/listas?text=&country[]=00143&multinational=3#tabs)
- Vargas, G.** (18 de enero de 2023). *Ancas de rana, ícono de la cocina lacustre, en Hidalgo*. <https://www.elsoldehidalgo.com.mx/local/ancas-de-rana-icono-de-la-cocina-lacustre-en-hidalgo-9482513.html>
- Yescas, E. E.** (11 de octubre de 2021). *Pueblos con sabor, una estrategia para fomentar y proteger el patrimonio inmaterial de México*. <https://www.entornoturistico.com/pueblos-con-sabor-una-estrategia-para-fomentar-y-protger-el-patrimonio-inmaterial-de-mexico/>
- Zunoticia** (9 de febrero de 2022). *Atlapexco va por el distintivo pueblo con sabor*. <https://www.zunoticia.com/noticias-de-hidalgo/2022/02/09/atlapexco-va-por-el-distintivo-pueblo-con-sabor/>

TURISMO RURAL COMUNITARIO DE LOS PERILAGOS EN EL CARMEN – ARGENTINA CON PRESENCIA EN LA VIRTUALIDAD

Omar VÁZQUEZ

INTRODUCCIÓN

El presente artículo, pretende ser un estudio exploratorio y reflexivo sobre el turismo rural comunitarios (TRC), y en particular sobre el turismo de proximidad o cercanía, y su posibilidad de crecimiento para los pobladores de la comunidad de Los Perilagos de El Carmen, zona donde este tipo de turismo, tiene preeminencia, ante la creciente actividad turística de la zona, para visibilizar al sector turístico, consideraremos la presencia de la comunidad en la virtualidad, dado que muchos de estos productores locales, actualmente tienen presencia en Internet, a través de páginas en las redes sociales o en portales *web* de turismo.

Nos interesa fundamentalmente TRC y de proximidad, en relación a las herramientas de comunicación en la virtualidad, que están siendo empleadas por los pobladores de la comunidad de Los Perilagos, para visibilizar sus emprendimientos y servicios.
Provincia de Jujuy.

Además, el territorio de Los Perilagos, donde se práctica el TRC (Morera, 2006, Cañada, 2011, Salazar, 2012, González & Izcara, 2019), ha sido zona de constantes conflictos entre la comunidad de Los Perilagos y autoridades del gobierno provincial, debido a que se pretende en el sitio, llevar a cabo la construcción. En ese sentido, se considera la zona de Los Perilagos, un lugar de gran afluencia turística en los últimos tiempos, en la provincia de Jujuy, debido al crecimiento del turismo interior o local, que eclosionó en su momento por la situación de pandemia a nivel mundial, que imposibilitaba a los turistas nacionales como internacionales viajar o circular por las diferentes provincias o países por el riesgo de contagios.

Otro factor determinante, del crecimiento turístico de la zona, que se vive en Jujuy como en Argentina, en esta etapa post epidémica, es la situación económica, donde la inflación y los bajos sueldos ha hecho mella, en los bolsillos de los turistas argentinos, lo cual ha ocasionado que el turismo de proximidad, sea la mejor opción a lo hora de buscar ocio y esparcimiento.

Cabe destacar la etapa post epidémica como el factor causante de un desarrollo pronunciando de nuevos intereses en la demanda turística, tipos de turismo más "convencionales" como turismo de playa o de los de mayor demanda antes de la pandemia perdieron persecución y actualmente se nota crecimiento en turismo rural, aventura, cultural, etc, y claramente se ve reflejado en la de un ecoparque, con motivo de generar un valor económico agregado. Proyecto este, que según la comunidad causará impactos ambientales, razón por la cual se oponen.

Por lo expresado en las ideas anteriores, es que es que nos planteamos realizar este estudio exploratorio acudiendo al entorno virtual, sobre el TRC de proximidad en las comunidades de Los perillagos de El Carmen, considerando el emprendimiento turístico con presencia en la red, donde la comunicación digital podría potenciar sus servicios.

TURISMO RURAL COMUNITARIO

Según el autor Carlos Morera (2006), el turismo rural como concepto no posee una única definición, porque su caracterización es amplia: sin embargo, la mayoría de investigadores de los países europeos lo definen como las actividades compuestas por una oferta integrada de ocio y recreación dirigida a una demanda cuya finalidad principal es el contacto con el entorno autóctono y que potencia la interrelación con la comunidad local.

En ese sentido respecto de otros modelos de turismo rural, existe el turismo rural comunitario (TRC), que es el tipo de turismo que nos enfocamos en este trabajo, cuya distinción es la participación de las poblaciones locales de manera no individual, sino asociativas. Como señala Salazar (2012: 12) el TRC está formado por “experiencias turísticas planificadas e integradas en el medio rural y desarrolladas no por individuos aislados, sino por las propias comunidades locales, mediante el desarrollo de proyectos dirigidos a satisfacer los intereses de la comunidad” (citado en Calderón Fallas, 2017: 21).

En esa misma línea, Cañada (2011) nos dice que, el TRC

es un modelo de turismo que se lleva a cabo mayoritariamente en zonas rurales y en el que la población local – en especial pueblos indígenas y familias campesinas- a través de sus distintas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejerce un papel preponderante en el control de su ejecución, gestión y distribución de beneficios (Cañada, 2011: 2).

Además, expresan que el TRC, se origina como una forma de ampliar y complementar las alternativas productivas de la economía de las comunidades rurales, que sin embargo no reemplaza las actividades agropecuarias tradicionales, aunque puede ser la actividad principal para algunas comunidades.

Asimismo, los autores, González & Izcara, (2019) señalan que el turismo rural comunitario (TRC) se basa

en la igualdad de oportunidades, el respeto a la cultura y el medio ambiente y la gestión y empoderamiento colectivos. Para que estos principios puedan perpetuarse en el tiempo y se vean integrados dentro del TRC, necesitan de mecanismos que puedan poner todos los fundamentos teóricos que sustentan la actividad en un sistema organizativo práctico y en funcionamiento (González & Izcara, 2019).

TURISMO DE PROXIMIDAD

Sobre el turismo de proximidad, resulta esclarecedor lo propuesto por Cañada & Izcara (2022), quienes expresan que se puede usar, el mismo

en un sentido conscientemente limitado, definido por la cercanía geográfica entre una determinada oferta turística y el lugar de residencia de sus visitantes. La proximidad o cercanía son inevitablemente categorías ambiguas y relativas, pero en nuestro caso las usamos para identificar distancias de hasta unas tres horas en transporte terrestre, que permitirían ir y volver al lugar de salida en un mismo día si así se considerara necesario (Cañada & Izcara, 2022).

La situación de pandemia en 2020, lejos de ser un problema circunstancial, fue la antesala de un escenario con múltiples crisis superpuestas —de carácter sanitario, socioeconómico, ecológico, así como de recursos minerales y energéticos, y de seguridad—, que ponen en cuestionamiento el turismo tal como lo hemos conocido. El modelo turístico basado en la movilidad internacional y de grandes distancias está cada vez más en duda. En ese sentido, es que en este contexto, conviene explorar las potencialidades, los límites y las contradicciones de un turismo organizado desde la proximidad (Cañada & Izcara, 2022).

En concordancia, el turismo de proximidad se circunscribe a un turismo doméstico, local o regional, aunque en ocasiones puede adoptar una forma del turismo doméstico a escala nacional. Es la contraparte del turismo de larga distancia o internacional, afectado por las restricciones de la etapa de pandemia y que aún ha llevado tiempo recuperar (Seval et al., 2023).

Otra mirada al respecto de Inma Díaz-Soria (2021), nos asevera que, el turismo de proximidad se plantea como una solución o una opción porque surgen crisis (financieras, sanitarias, ecológicas) y la vida se restringe a los límites municipales, provinciales o regionales, y el contexto de crisis moviliza a que las personas opten por viajar más cerca. Y nos sugiere esta autora, que en el marco de la transición ecológica, el turismo de proximidad, podría ser con visión de futuro, una de las pocas formas de seguir practicando el turismo de manera respetuosa, y como experiencia de (re)descubrimiento. En consonancia, Bustos Cara considera que el turismo de proximidad resulta propicio para fortalecer la relación entre identidad, turismo y territorios locales (2001).

Por su parte (Izcara & Cañada, 2021), también se puede considerar turismo de proximidad, según la distancia, el turismo doméstico de diáspora, que se caracteriza por el retorno periódico al lugar de procedencia, en sobre todo rural, en períodos de vacaciones o de fin de semana” (Gazcon, 2021). Como así también, está el turismo de proximidad, denominado por quienes lo practicaban como “domingueros”, que tiene su génesis en la España de los años ´60 y ´70, que consistía en salidas al aire libre en busca de la naturaleza o la playa, de las familias trabajadoras, y lo hacían habitualmente en domingo porque era el día de descanso oficial, con vehículo particular o transporte público. Hoy su

práctica coincide con el uso que hacen muchas personas, sobre todo inmigrantes, de buena parte de los parques urbanos que existen en torno a las grandes áreas metropolitanas (Yanes, 2021).

Por otro lado, otros ejes relevantes para esta propuesta exploratoria son la virtualidad y comunicación digital, aspectos principales que a continuación desarrollaremos y nos servirán para relacionar este estudio de emprendimiento TRC y turismo de proximidad, en Los Perilagos de El Carmen, con presencia en Internet con el fin de mejorar sus potencialidades a modo de reflexión.

VIRTUALIDAD Y COMUNICACIÓN DIGITAL

En la virtualidad, donde desarrollamos este trabajo, podemos decir que el tipo de comunicación que se observa, es la comunicación digital, que tiene sus propias características.

Así, de acuerdo con Scolari (2008), nos dice que, en el concepto comunicación digital, podemos considerar a todas las nuevas formas de comunicación originadas de la difusión de las tecnologías digitales. Bajo esta órbita de nueva comunicación, se contemplan en los últimos años algunos términos como hipermedios, *New media*, medios interactivos, comunicación digital, cibermedios, *metamediums*, cibercomunicación o *eComunicación*, transmedialidad, hipertexto, interactividad, multimedia.

Todas esas características que engloba la comunicación digital, se hacen patente en la virtualidad, entre los más conocidos, sitios *webs*, redes sociales, diarios digitales, plataformas de audio o video, recursos de video llamadas, etc. que todos los sectores utilizan cotidianamente para difundir, promocionar, contactar, informar o comunicarse, entre ellos el sector de turismo.

Tabla 1: Mediaciones e hipermediaciones

Mediaciones	Hipermediaciones
Soportes analógicos	Soportes digitales
Estructuras textuales lineales.	Estructuras hipertextuales.
Consumidor activo.	Usuario colaborador.
Baja interactividad con la interfaz.	Alta interactividad con la interfaz.
Modelo difusionista uno-a-muchos fundado en el broadcasting (radio, televisión, prensa).	Modelo muchos-a-muchos fundado en la colaboración (wikis, blogs, plataformas participativas).
Confluencia/tensión entre lo masivo y lo popular.	Confluencia/tensión entre lo reticular/colaborativo y lo masivo.
Monomedialidad	Multimedialidad/Convergencia
Se estudia la telenovela, el teatro popular, los informativos, los graffitis, etcétera.	Se estudia la confluencia de lenguajes y la aparición de nuevos sistemas semióticos.
Mirada desde lo popular (se investigan los procesos de constitución de lo masivo desde las transformaciones en las culturas subalternas).	Mirada desde lo participativo (se investigan la convergencia de medios y la aparición de nuevas lógicas colaborativas).
Espacio político territorial (constitución desviada de lo nacional-moderno).	Espacio político virtual (constitución desviada de lo global-posmoderno).

Fuente: Martín-Barbero (1987) y Scolari (2008).

Para entender mejor las principales características y funcionamiento de la comunicación digital, a continuación, se consideran definiciones de especialistas de la disciplina, que nos explicitan estas nuevas formas virtuales del mundo *online*. Expresiones útiles para reflexionar, acerca del turismo rural de El Carmen, con presencia en la virtualidad.

Así, un cuadro comparativo, sobre mediaciones e hipermediaciones o comunicación digital, que propone Scolari, resulta esclarecedor. (Tabla 1).

Otras características relevantes de la comunicación digital, que consideramos son:

Ecosistema digital

En relación al ecosistema digital, Aruguete (2022) nos explicita que este es un momento en el que no podemos hablar de medios y redes sociales de forma contrapuestas, o de plataformas de manera separadas, porque las narrativas que ahí circulan tienen correlato con otros espacios comunicacionales, a pesar de que se piensa que son islas. En esta línea, el investigador en medios Martín Becerra (2022), aporta que la manera masiva, de informarnos, entretenernos, producir, comercializar se ve afectado en estos tiempos por ese ecosistema digital, donde a su vez afecta a la modalidad en que se organizaban los medios de comunicación y las industrias culturales. Asimismo, la especialista Notar (2022), afirma que más personas circulan por ese ecosistema digital, donde cada vez hay menos medios analógicos.

Lectura transmedia

Otro aspecto importante, es el concepto de lectura transmedia, que se da en la virtualidad, así el Dr. en Comunicación Francisco Albarello, aduce que,

transmedia es un concepto que viene más del relato audiovisual, que habla que cada vez más los relatos tienden a contarse en múltiples plataformas y también cuentan con la participación activa de las audiencias (...) transmedia me parece que define bien el estado actual de la lectura (...) leemos en y múltiples plataformas, hacemos dialogar a eso medios porque digamos no es que leamos en forma desentendida entre unos y otros, (...) participamos, escribimos, posteamos, retuiteamos, comentamos, necesitamos participar de algo que está circulando que son los textos en distintas cuestiones o en distintas modalidades no solamente textos audiovisual, sonoro, imágenes, memes, textos híbridos, porque también la lectura transmedia da cuenta de que mezclamos géneros (...). (ConverCom Info, 2019, 12m02s).

Asimismo, el autor considera que esta lectura transmedia en el ecosistema digital, es más acorde a como pensamos los seres humanos, porque pensamos por asociación de ideas, entonces se rompe

la linealidad y jerarquía de la lectura tradicional en papel, por ello actualmente asistimos a un mundo de multilinealidad, con historias que circulan y generan caminos alternativos.

Interfaz

Otro concepto, que resulta relevante, y que se observa en la virtualidad, es la interfaz, que según Carlos Scolari (2013), se llama la interfaz de usuario a la relación entre el sujeto y la tecnología, entre el sujeto y el objeto, con su concepción más difundida en el mundo de la informática, por lo que en el mundo de la usabilidad hablamos de la interfaz sujeto tecnología, este concepto de interfaz, sugiere el especialista, nos puede abrir nuevas ventanas, nuevas formas de ver la realidad y de poder transformarla. Y expresa que toda tecnología tiene una interfaz con el usuario, y toda tecnología es una interfaz, o sea ya no es solo sujeto-objetos sino que es todo una red de sujetos y tecnologías interactuando, entre sí, intercambiando información, acciones.

En relación a la idea anterior, además nos dice que las interfaces evolucionan, por bifurcación o por divergencia, por hibridaciones, así por ejemplo surge la idea de innovar, donde innovar es crear nuevas interfaces, innovar es juntar elementos no solo tecnológicos, como se observa en la virtualidad y los dispositivos electrónicos sino en, experiencias de uso de sujetos, historias, tácticas de uso, estrategias de producción (...). En ese sentido, un ejemplo de interfaz, nos dice Scolari, es la gastronomía peruana, que mezcla tradiciones, memoria, historia, sabores, texturas, colores, hibridaciones para crear nuevos platos, nuevas interfaces, nuevas interfaces gastronómicas, una fusión de tradiciones orientales con incas. Ejemplo este, con el que acordamos puede trasladarse a experiencias de TRC.

Y concluye, que el concepto de interfaz se relaciona con el concepto de teorías de los sistemas de los años '50, y que el mismo puede ser muy interesante, para comprender lo que está pasando y también para operar sobre eso, para transformar la realidad como un concepto clave de los tiempos que nos toca vivir.

Big Data

También es clave el concepto de *Big Data*, en el entorno virtual, el especialista en inteligencia artificial Fredi Vivas, nos explica al respecto que,

Big Data, es un conjunto netamente técnico (...), tecnologías que le permitan gestionar grandes volúmenes de datos a grandes velocidades y con tipos de datos que antes no se analizaban, datos como imágenes, audios, videos, todo ese conjunto de la triple v, como se le dice: volumen, variedad y velocidad, es lo que denominamos Big Data, y está transformando el mundo porque todo lo que hacemos de alguna forma deja una huella digital, queda un registro de todo lo que hacemos dentro de

grande bases de datos y las empresas organizaciones de todo tipo lo están usando para extraer nuevos conocimientos a partir de ellos (Canal Encuentro, 2022, 11m19s).

Huella digital

La especialista en transformaciones culturales, Natalia Notar (2022) no dice que, nuestra identidad se construye y reconstruye a alta velocidad a través de los datos y las huellas digitales que vamos dejando en las diferentes plataformas y en las redes sociales y son esas huellas, esos datos, esos consumos culturales y personales las que abren las puertas para la publicidad direccionada, y le van indicando a las compañías en ese modelo de negocio, por dónde ingresar o llegar al público.

Y finalmente, también es fundamental mencionar otra característica de la virtualidad y la comunicación digital, que implica el uso de Internet y los derechos humanos.

Internet y derechos humanos

Asimismo, en relación a derechos humanos y acceso a información, Mariela Baladrón Magíster en industrias culturales (2022), nos expresa que, ante la gran concentración de la información que presenta Internet en manos de pocas empresas (Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft) popularmente conocido como el grupo GAFAM o los dueños de Internet (Zuazo, 2018), el desafío es grande, pero existe lo que se dice el espíritu pionero y horizontal de Internet con la idea de compartir, de crear, de hacerlo entre distintas personas de cualquier lugar del mundo, por tanto es una potencialidad que tiene Internet, para el ejercicio de los derechos, no sólo de libertad de expresión sino de otros derechos humanos que se pueden facilitar, que tienen lugar en Internet, como de reunión, asociación, educación, salud, entre otros.

METODOLOGÍA

Prosiguiendo, con el propósito de este estudio, damos cuenta de la presencia en la virtualidad del emprendimiento de la Organización Campesina de Los Perilagos, con sus canales y medios de comunicación del TRC y de proximidad, en El Carmen.

Es así que, para identificar la presencia de este emprendimiento nos valimos de la etnografía virtual, como metodología, que se entiende como un método donde el objeto de estudio es *Internet*, como espacio de cultura donde se puede estudiar los usos que las personas realizan con las tecnología de la información y la comunicación (tic) en el ciberespacio adaptable al fin que se busca (Hine, 2004).

En ese sentido, la etnografía virtual, es un campo en expansión, tiene como objeto de estudio más habituales: individuos comunicados o conectados (indígenas virtuales), códigos de comportamientos *online*, comunidades *online*, lista de correos, foros, *chats*, *blogs*, redes sociales, etc. (el "otro

conectado", "ciber-otro", "tele-otro"). En general todas las comunicaciones mediadas por ordenador (CMO o CMC, en inglés): vínculos creados así, relaciones emergentes y mecanismos encarnados. (Arroyo Menéndez & Sádaba Rodríguez, 2012).

Otra técnica investigativa, que se utilizó fue la búsqueda documental para interiorizarse y conocer la temática, contexto, actividades, características y actores de turismo rural en la región.

Contexto de El Carmen y su relación con las Tics

El contexto de nuestro estudio es El Carmen, ciudad cabecera del departamento que lleva el mismo nombre, en la provincia de Jujuy, Argentina. Alcanza una superficie de 330 km². Por su ubicación al sur de la provincia, en la región denominada de los Valles, tiene un estrecho vínculo con ciudades de la provincia vecina de Salta (Vaquero, La Caldera, que limitan al sur). Al norte, limita con los departamentos de San Antonio y Manuel Belgrano (Jujuy). Al oeste San Antonio, y al este el departamento de San Pedro.(Figura 1).

Figura 1: Mapa de la provincia de Jujuy



Fuente:https://www.mapas.top/wp-content/uploads/2023/05/560px-Jujuy_Provincia_Mapa.jpg

La ciudad de El Carmen, tiene una población de 13.623 habitantes, (De un total en el departamento de 97.039 habitantes, es el segundo de la provincia más poblado, luego del departamento Dr. Manuel Belgrano, donde se halla la capital San Salvador de Jujuy).

Es una de las más antiguas poblaciones de la provincia de Jujuy, su nombre se lo debe al patronazgo de la Virgen del Carmen, imagen traída desde El Perú (1753), por la familia española Espinoza de los Monteros, quien tomó posesión de estas tierras en su nombre por la devoción que le concede.

En cuanto a su economía, por su excelente calidad de tierra y clima templado durante casi todo el año, sumado a la disponibilidad de aguas de riego provista por dos grandes diques, La Ciénaga y Las Maderas, favorece la actividad agrícola con el cultivo de hortalizas y frutas, siendo su principal producción el cultivo del tabaco, sector privado, que es el segundo empleador en Jujuy, luego del Estado.

Los Perilagos de El Carmen, un poco de historia

La zona denominada de Los Perilagos en la ciudad de El Carmen, se encuentra conformada por los territorios, donde están emplazados los dos mayores diques de la provincia de Jujuy, La Ciénaga y Las Maderas. (Figura 2).

Figura 2. Los Perilagos de El Carmen: Mapa Diques La Ciénaga y Las Maderas



Fuente: Google Maps

El dique embalse "La Ciénaga" construido en el periodo 1911-1926, fue la primera de las obras de reserva de agua para riego y abastecimiento de agua potable de la provincia de Jujuy. Concebido por el Ingeniero Adriano Borus, profesional jujeño, hoy luego de tantos años de constante servicio sigue manteniendo su insustituible aporte al mantenimiento del desarrollo de la zona de influencia en lo productivo y lo turístico. Posee un cierre, construido en materiales sueltos con una altura máxima desde su fundación de 27,70 mts. Y una longitud de 1.250 mts. Abarca a cota máxima una superficie de 255 hectáreas con un volumen de 3.200 hl3.

Asimismo, cabe destacar que su murallón trabajado en piedra fue obra de lugareños e inmigrantes de esa época. El 1° de julio de 1.926, después de 12 años el dique La Ciénaga abrió sus compuertas y comenzó a regar una extensa zona del departamento El Carmen, lo que impulsó el comercio local, el

riego de la zona ayudó a la explotación agrícola y el posterior asentamiento de familias de inmigrantes de Italia y España que dieron un ritmo diferente al desarrollo regional.

El dique Las Maderas, data sus primeros estudios de realización entre los años 1910 y 1911 por el Ingeniero Diego F. Outes, de la Dirección General de Irrigación, que proyectó un sistema de riego que contemplaba la regulación de los derrames del río Perico. En 1925, el Ingeniero Luis Michaud, demostró que la capacidad del embalse de Las Maderas tal cual fue proyectado, era insuficiente, formulando un nuevo proyecto para esta presa, así como las correspondientes obras de alimentación. A partir del año 1.933, los trabajos de Las Maderas quedaron totalmente paralizados, reiniciándose en el año 1.970. Con muchos altibajos económicos el dique se fue construyendo, empleándose prácticamente 90 años para ejecutar los estudios y llegar al fin de la obra. En el año 1978 se llenó y en el año 2002 se habilitó la Central Hidroeléctrica.

El dique Las Maderas es la columna vertebral de las obras que deban realizarse, el aprovechamiento de las aguas de los Ríos Perico y Grande, asegura el porvenir de las futuras generaciones e incorpora una extensa área de cultivos en la provincia de Jujuy; base forzosa irremplazable para la vida misma y de riego que depende el desarrollo y engrandecimiento de la provincia y la producción de energía eléctrica para la Red de Interconexión del Noroeste.

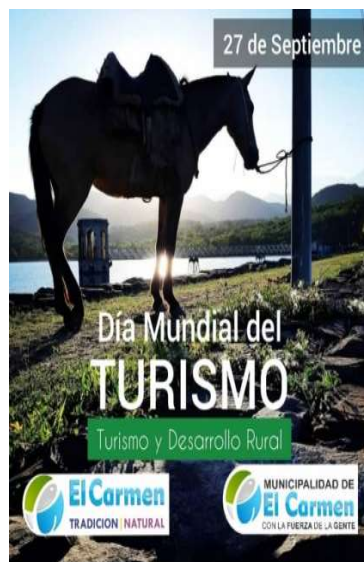
El TRC y el turismo de proximidad del Carmen en la virtualidad

La relevancia del turismo rural para la comunidad carmense, se observa, por ejemplo un *flyer* de una publicación de las redes sociales en *Facebook* e *Instagram* de la Dirección de Turismo de la Municipalidad de El Carmen, en el Día Mundial del Turismo (27 de septiembre), que hace alusión directa, a imágenes y palabras como Turismo y Desarrollo Rural, tradición natural, que denotan su tradiciones, cultura y patrimonio, representativos de la identidad y el territorio carmense. (Figura 3).

Asimismo, el territorio más representativo del TRC, es la comunidad de Los Diques o Los Perilagos de El Carmen, por lo que resulta fundamental saber sobre su presencia en la virtualidad.

Es así que consideramos el emprendimiento de la Organización Campesina de Los Perilagos (OCP) porque es el más relevante y posee las características, que se expresan e ideas y nociones anteriores, sobre lo que es el TRC, principalmente sobre ser una organización colectiva, que si bien ofrecen servicios turísticos, estos son complementarios a sus actividades agrícola-ganaderas.

Figura 3: Flyer Día Mundial del Turismo, Dique La Ciénaga (Municipalidad de El Carmen).



Fuente: Dirección de Turismo El Carmen.

Y de turismo de proximidad, dado que quienes eligen como destino este lugar son mayormente, turistas locales, del departamento El Carmen, otros departamentos de la provincia de Jujuy y otras ciudades cercanas de la vecina provincia de Salta, este turismo tomó protagonismo en los últimos tiempos por la situación de pandemia, acaecida hace un tiempo y por la situación de crisis económica actual del país, que imposibilita a gran parte de la sociedad, practicar el turismo internacional o de larga distancia.

Los resultados, nos expusieron información, servicios y contenidos visibilizados en el emprendimiento de la OCP, sobre el turismo rural en la ciudad de El Carmen.

Y en ese sentido, reflexionamos en relación al conocimiento y la información obtenida, para brindar sugerencias concretas, con el fin de optimizar comunicacionalmente el emprendimiento del TRC y de proximidad de la OCP, en la ciudad de El Carmen, con presencia en la virtualidad.

La información de referencia *online* que se encuentra de este emprendimiento a continuación.

Organización Campesina de Los Perilagos - OCP

Organización de hecho que nuclea a los pequeños productores de agricultura familiar de la zona de los Perilagos del departamento El Carmen.

Integrada por familias que habitan y producen desde hace generaciones en los distintos parajes alrededor de los diques La Ciénaga y Las Maderas: conformada por las regiones llamadas Los

Naranjos, Las Urracas, Las Lanzas, Monte Grande, Las Pircas, Los Cedros, El Algarrobal y Catamontaña. Allí desarrollan la pequeña producción agrícola ganadera y emprendimientos familiares de turismo rural. Siembran maíz, zapallo y frutales, y crían ganado vacuno, ovino, caprino, para el autoconsumo y la venta local. (Figura 4).

Figura 4: Familias integrantes de la Organización Campesina de Los Perilagos

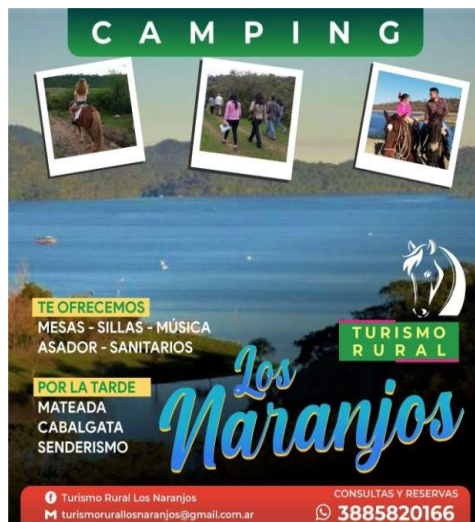


Fuente: Página de *Facebook* de la Organización Campesina de Los Perilagos - OCP

Otros medios o canales de comunicación: Página de Facebook del Movimiento Nacional Campesino Indígena (Jujuy).

También, la región de Los Naranjos con una de las familias integrantes de la OCP, promociona en la red social Facebook, su emprendimiento de TRC, tanto a través de su propia página, como en la de la OCP, y del Municipio de El Carmen.

Figura 5: Flyer Camping de TRC Los Naranjos en Los Perilagos



Fuente: página de Facebook de Turismo Rural Los Naranjos

Conflictos y luchas en la zona de Los Perilagos.

Además, de promover los emprendimientos y servicios de las familias rurales de la zona, la Organización Campesina de Los Perilagos (OCP), pertenece al Movimiento Nacional Campesino Indígena – UTEC-CLOC-VÍA CAMPESINA . En este sentido, es que en los últimos tiempos, se expresan, tanto en su red social, como en marchas y eventos presenciales (actos, festivales, audiencias, etc.), en repudio al proyecto, que consideran mal llamado "EcoParque La Ciénaga", negocio inmobiliario, llevado adelante por el gobierno provincial. (Figura 6)

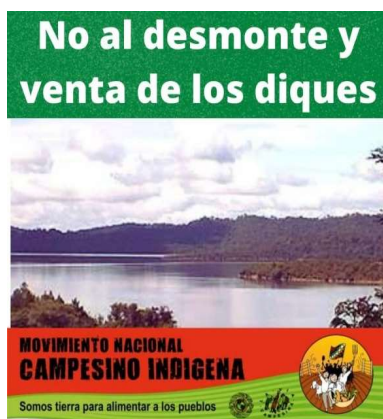
Figura 6: Audiencia Pública por el proyecto inmobiliario de Eco Parque, con presencia y exposición de OCP, realizado en la Casa de la Cultura del Municipio El Carmen.



Fuente: Página de *Facebook* de la OCP

Así en su página de *Facebook*, se visibiliza esta lucha por sus derechos y repudio al proyecto de "Eco Parque La Ciénaga", tanto en sus *flyers* como en sus textos que acompañan, estas denuncias, a continuación un ejemplo de los mismos. (Figura 7).

Figura 7: Flyer informativo sobre el repudio al proyecto de EcoParque



Fuente: Página de *Facebook* de la OCP

Y explicitan, acompañando el flyer, el siguiente discurso:

Informamos a la comunidad que se trata de una nueva amenaza sobre Los Diques, el cual, pone en riesgo la flora y fauna autóctona, uno de los últimos espacios verdes de la provincia, el trabajo, la cultura y la forma de vida de las familias campesinas gauchas, productoras de la zona.

Necesitamos que todo proyecto que se desarrolle, contemple la actividad socio-productiva en escala controlada, es decir, siendo responsable con el medio ambiente.

Este proyecto trae destrucción de nuestra naturaleza, trabajo mal pago y no registrado en condiciones precarizadas, privatización de espacios verdes con tránsito público. Desalojo a las familias campesinas gauchas productoras de la zona, enriquecimiento para unos pocos y no seremos precisamente lxs carmenses. (Organización Campesina de Los Perilagos,s.f.).

Comunicación digital, TRC y de proximidad en El Carmen

De las consideraciones anteriores nos surge la siguiente información sistematizada sobre el emprendimiento de la OCP con actividad en TRC y de proximidad, con presencia en la virtualidad, que hacen uso de la comunicación digital en El Carmen.

Tabla 2: Emprendimiento OCP en la virtualidad en El Carmen

Emprendimiento	Soporte digital	Correo electrónico	Teléfono	Otros canales de comunicación	Interactividad
Organización Campesina de Los Perilagos - OCP	Página de Facebook	No posee	No posee	Facebook Messenger, Página de Face-book Movimiento Nacional Campesino Indígena (Jujuy)	1437 Me gusta - 1632 seguidores

Fuente: Elaboración propia.

REFLEXIONES FINALES

Primeramente, en cuanto al TRC y de proximidad, sin duda resulta relevante para el sector económico de la comunidad de El Carmen, esto se visibiliza en la historia, costumbre, patrimonio cultural y natural, emprendimientos de la OCP que se observan en este estudio donde se utilizó la etnografía virtual realizado en el entorno virtual, consultando diferentes tipos de soportes digitales, como sitios web y redes sociales, entre otros, como también fuentes documentales.

Así, se advierte, que la página de *Facebook* de la Dirección de Turismo del Municipio de El Carmen, actúa difundiendo, promocionando estos emprendimientos y servicios del TRC y de proximidad (Camping Los Naranjos), turismo que prioriza, por poseer una de los espacios verdes con paisajes naturales, más importante de Jujuy, como son Los Perilagos o las zona de los diques La Ciénaga y Las Maderas (*Flyer* memoriales de los diques).

Además, se advierte que la OCP, cumple con la característica de colectividad del TRC, porque representa al grupo de personas de la zona, donde comparten sus saberes, costumbres y tradiciones. Asimismo, se organizan como se contempló en este trabajo, no solo para difundir y promocionar sus emprendimientos, que son complementarias de su actividad principal, las producción agrícola ganadera de tipo familiar, sino también para luchar por sus derechos e intereses en su territorio, como en el caso del conflicto ambiental por el proyecto Eco Parque, desarrollado por el Gobierno Provincial junto a empresas privadas..

En segundo lugar, en cuanto a la comunicación digital que realiza el emprendimientos OCP de TRC y proximidad, encontrados en la virtualidad, se observa que cumple un papel muy importante, para dar a conocer sus actividades o servicios en el sector, utilizando la red social *Facebook*, esto se justifica porque es una de las primeras y más completas en cuanto a funciones (fotos, videos, publicaciones, comentarios, información de contacto, valoración, etiquetado, mensajes, etc.), de las redes creadas con el advenimiento de las tic, en la sociedad de la información en que vivimos. A nivel audiencia es una de las más usadas por los argentinos (84 % de la población). La página además, se complementa con otros canales de comunicación, para contactarse o informarse, *Facebook Messenger* y *Página de Facebook* de Movimiento Nacional Campesino Indígena (Jujuy).

Por consiguiente, la sugerencias o mejoras considerando la potencialidad de la comunicación digital según lo identificado del emprendimiento serían:

En función de sus soportes digitales, que es la red social *Facebook*, la más usada por la audiencia argentina y por ende jujeña. En ese sentido, el emprendimientos identificado, podría hacer un mejor uso de esta plataforma, en sus servicios turísticos, dado que a partir de la pandemia, acontecida en 2020, han tomado mayor protagonismo, porque posibilitó trabajar virtualmente, evitando aglomeraciones y el distanciamiento social en el sector, que se exigía en ese momento tan crítico de nuestra historia reciente, permitiendo hacer consultas y reservas de viajes, hospedaje y paquetes turísticos, y donde el TRC y de proximidad, tomó también gran protagonismo por la demanda de volver a contactar con la naturaleza ante tantos meses de aislamiento por cuarentena obligatoria.

Es así, que *Facebook*, siendo de la más completas redes sociales, se podría utilizar mejor, haciendo énfasis en herramientas y recursos de acceso gratuito y fácil acceso y entendimiento, serían:

- No solo promocionar o difundir los servicios del emprendimiento turístico, sino también las experiencias de cada uno de los turistas.

- Subir videos de clientes, que hagan una reseña personal y espontánea, de esa experiencia de primera mano en TRC, con el fin de que el turista se sienta parte de la historia que contamos en las redes sociales. Reforzado con fotos y publicaciones de calidad. En la actualidad, se habla por ejemplo del post-turismo, que es la etapa en que el turista luego de su estancia y disfrute turístico, le encanta subir fotos y videos de las vivencias de los lugares que visitó.

- Es importante en las redes sociales, medir la eficacia y eficiencia de los contenidos que se publican, monitoreando y analizando continuamente, dado que las redes exigen ser constantes, para ver cómo responde el público ante la difusión de la información, esto permite conocer qué contenido funciona mejor que otro, de esa forma tomar mejor decisiones sobre el enfoque de promoción a adoptar en la virtualidad.

- Sobre herramientas gratuitas para el análisis en la red social *facebook* se puede hacer uso de *Facebook Insights*, que permite conocer datos muy importantes como el número de visitas, el número de me gusta en los *posts*, comentarios y demás. Además, permite saber acerca de la demografía de la gente que te visita la página (edad, sexo, ubicación, dispositivos que usan).

- Otras herramientas de análisis gratuitas a considerar, también son *Google Analytics*, herramienta de análisis *web* que permite medir cantidad de visitas a tu sitio, tasa de conversión, los navegadores y dispositivos que usan tus visitantes. *SimilarWeb*, herramienta que permite comparar tu sitio *web* con otros sitios de tu mismo nicho y análisis de redes sociales de otros sitios similares al tuyo. Con estas herramientas se puede visualizar, cuáles son los *posts* que más atraen a la audiencia, en qué horarios tienes más visitas, qué tipo de contenido se pueden potenciar, qué tipos de anuncios serán los más efectivos y cuáles son las plataformas más importantes en las que deberían invertir tiempo y recursos. Además se indican qué estrategias se están desarrollando en tu sector y te dan recomendaciones sobre las estrategias que podrías implementar para maximizar tus contenidos.

- Otros recursos gratuitos, para potenciar la difusión de los servicios turísticos rurales en la red social, es utilizar lo que en *marketing* digital, se denomina estrategias orgánicas, aquella donde no implica pagar o invertir en campañas publicitarias, y se basa en la capacidad de la empresa o emprendimiento para publicar contenidos relevantes que atraigan a la audiencia y generen interacción. En ese sentido, es que sirve todo lo anteriormente expresado de realizar análisis y monitoreo constante de nuestra red social con las herramientas sugeridas.

- Además, para potenciar esas estrategias orgánicas, considerar usar otras redes sociales, para visibilizar los emprendimientos de TRC, con el fin de tener mayor presencia virtual y llegar a otros

tipos de audiencias, niveles sociales y grupos etarios, como *LinkedIn*, *X* (antes *Twitter*) redes sociales más usadas por el mundo empresarial y profesional, *Instagram*, *YouTube*, *Tik-Tok*, más usadas por los jóvenes.

En relación a las características principales de la comunicación digital, se sugiere teniendo presente las nociones claves, como ecosistema digital, lectura transmedia, interfaz, *big data*, huella digital, internet, derechos humanos, para una mejor comprensión y profundización, conocimiento necesarios hoy para producir contenidos de calidad en la virtualidad, a través de la Dirección de Turismo del Municipio de El Carmen en convenio con la OCP, generar capacitaciones o cursos, al respecto con profesionales idóneos en el tema, aprovechando por ejemplo la oferta de la carrera de Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de Jujuy, en la ciudad (2020) y que ya tiene sus primeros egresados que conocen muy bien la zona y su gente y que poseen formación en informática aplicada al turismo, como también en marketing turístico o en relaciones públicas o de otros profesionales de la Universidad Nacional de Jujuy, que poseen también estas competencias digitales como Licenciados en Comunicación o Ingenieros en Informáticas.

Por último, resulta primordial, mencionar el aspecto de la comunicación digital con su enfoque de derechos humanos en *Internet*, y su potencialidad democrática en relación al conflicto ambiental, que acontece en estos tiempos en la zona de los Diques, y que la OCP, repudia y difunde información al respecto en su *Facebook*.

En este propósito, es que vemos que la OCP, da cuenta de las luchas de las comunidades campesinas por sus derechos en sus publicaciones, como se presentó en este estudio confirmando que el entorno virtual y sus plataformas que ofrece *Internet*, cumple un papel democratizador, acorde a lo que expresa Scolari, de estos nuevos soportes digitales (hipermediaciones), con un modelo de comunicación horizontal, que es de muchos a muchos fundado en la colaboración y la participación, así se contempla que el contenido sobre la lucha de su territorio, por oposición al proyecto de Eco Parque, en la zona de los diques, es comentado en sus publicaciones en *Facebook*, expresando su apoyo por otros usuarios, que son colaboradores en la virtualidad llamados prosumidores (Van Dijk, 2016), usuarios que no solo consumen contenidos sino que producen, en la comunicación digital, dado que siempre agregan su impronta con etiquetas o algún comentario al respecto, y otros actores en lo virtual (Movimiento Nacional Campesino Indígena Jujuy), también comparten la información convocando a movilizarse, asistir o exponer en los distintos eventos que acontecen, como la audiencia pública de este año para tratar el tema en cuestión, (Casa de la Cultura del Municipio de El Carmen).

También, en cuanto a Derecho Humanos en la comunicación digital, y el conflicto ambiental en Los Perilagos, se advierte un sustento normativo, en relación al derecho de acceso a la información pública.

Así por información pública entendemos no solo lo que está en manos del Estado, sino aquella información de interés público en tanto se vincula con la propia gestión del Estado, con la de los servicios que éste ha cedido, licenciado o concesionado – con lo que se incluyen a las empresas de servicios privados como obligadas a dar información - , o aquella que guarda relación con cuestiones de interés social como la información sanitaria o ambiental (Loreti & Lozano, 2012:48).

Por lo cual esta información debería estar disponible para cualquier habitante de la nación, pero que en la práctica no resulta así, y eso se constata en el caso de Los Perilagos.

Porque la documentación del proyecto Eco Parque, estuvo disponible 28 días antes del llamado de audiencia pública, según declaraciones de los expositores en defensa de la OCP, realizado a fines de noviembre de 2023, en casa de la Cultura del Municipio El Carmen, donde se expuso y debatió el mismo entre gobierno jujeño y comunidad involucrada, presentada solo en formato digital, en su página de *Facebook* del Ministerio de Ambiente y Cambio Climático de Jujuy.

El acceso de información, se exige por Ley 27566 (Escazú, 2020), que garantiza para América Latina y El Caribe, la implementación plena y efectiva de los derechos a: el acceso a la información ambiental, la participación pública en los procesos de toma de decisiones ambientales, y el acceso a la justicia en asuntos ambientales.

Es así, que el lapso de tiempo para leer en profundidad y tener un conocimiento adecuado del proyecto por parte de la comunidad de Los Perilagos, fue insuficiente en tiempo y forma.

En este sentido, para esta última reflexión, se concluye que todo el procedimiento por vías legales estaría mal ejecutado, o en la jerga jurídica viciado, por lo cual se deberá tratar todo nuevamente para ver si todas las partes involucradas (comunidad, estado, privados), como se exigen en las normativas, llegan a un acuerdo.

Y cerramos citando a los autores Loreti & Lozano, quienes dicen al respecto que, esto hace a la política de Estado en materia de comunicación, "el acceso a la información pública resulta prioritario (...). Es necesario comprender que se trata de un instrumento sustantivo para el ejercicio y goce de derechos sociales, económicos, culturales y de incidencia colectiva" (Loreti & Lozano, 2012, pág. 49).

En consecuencia, es que entendemos que el TRC y de proximidad, identificada en la OCP, como actor relevante del sector, con presencia en la virtualidad a través de su página de *Facebook*, visibiliza y difunde estas luchas y demandas en relación a sus derechos en consonancia con la concepciones aprendidas.

Concluimos que, la comunicación digital y sus características (Hipermediaciones), los recursos de soportes digitales (Redes sociales) y herramientas que ofrece *Internet* (Foto, audio, videos,

aplicaciones de análisis), son un gran aliado y cumplen un papel clave para el TRC y de proximidad, en relación a promocionar sus emprendimientos y servicios, a los turistas, como también visibilizar la lucha campesina por sus demandas, reivindicaciones y derechos adquiridos en territorios por la preservación de los ambientes sustentables e inclusivos, sustentabilidad que es relevante dado que se vivió una crisis sanitaria reciente (Covid-19), y se vive una crisis de cambio climático, que van en aumento de no tomar, medidas urgentes y acciones inmediatas, escenario donde consideramos que el TRC y de proximidad, que apuesta por el cuidado del medioambiente, mediadas por la virtualidad serán cada vez más importantes para el sector turístico.

Agradecimientos: Por la colaboración de este artículo a: Gimena Laureano, Margarita Álvarez y Daniel García (Estudiantes de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de Jujuy).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arroyo Menéndez, M., & Sádaba Rodríguez, I. (2012). *Metodología de la Investigación Social Técnicas innovadoras y sus aplicaciones.* Madrid: Síntesis S.A.

Calderón Fallas, E. (2017). Turismo rural comunitario, agricultura familiar y desarrollo rural. Análisis de algunas experiencias en las áreas rurales de Costa Rica. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, (247), 15-58.

Cámara de Industria, Comercio y Turismo de El Carmen (s.f). *Carmenses...un pueblo de más de 400 años.* Biblioteca Popular Domingo T. Pérez. Ciudad de El Carmen, Jujuy.

Canal Encuentro (2022, 6 de mayo). *Redes en conflicto: La selva digital* [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=-FnDuCxVauY&t=500s>. Acceso: 28/11/2023.

Cañada, E. & Izcara, C. (25 de enero de 2022). Turismos de proximidad, una alternativa turística. Disponible en: <https://www.elcritic.cat/opinio/ernest-canada-i-carla-izcara/turismos-de-proximidad-una-alternativa-turistica-115895#:~:text=Usamos%20el%20concepto%20de%20%E2%80%9Cturismos,de%20residencia%20de%20sus%20visitantes>. Acceso el: 18/12/2023.

Cañada, E. (2011). Comunicación masiva para el Turismo Rural Comunitario (ACTUAR, Costa Rica). *Alba Sud investigación y comunicación para el desarrollo. Artículo núm. 4, septiembre.* Disponible en: <https://www.albasud.org/publ/docs/46.pdf>. Acceso el: 15/12/2023.

ConverCom Info (2019, 23 de octubre). *Francisco Albarello – TMT Conversaciones* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=A6vzAg94Esk>

Díaz-Soria, I. (9 de septiembre de 2021). El turismo de proximidad ¿un paso hacia la transición ecológica? *Alba Sud investigación y comunicación para el desarrollo.* Disponible en: <https://www.albasud.org/noticia/es/1367/el-turismo-de-proximidad-iquest-un-paso-hacia-la-transicion-ecologica> . Acceso: 18/12/2023.

El Carmen Jujuy Turismo (s.f.). *Inicio* [Página de Instagram]. Instagram. Disponible en: <https://www.instagram.com/elcarmen.jujuy.turismo/> . Acceso el: 30/11/2023

- El Carmen Turismo – Jujuy Argentina** (s.f.). *Inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Disponible en: https://www.facebook.com/ElCarmenTurismoJujuy/?locale=es_LA. Acceso el 30-11-2023
- Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales** (s.f.). *Licenciatura en Turismo*. Disponible en: https://www.fhycs.unju.edu.ar/oferta/licenciatura_turismo.html . Acceso el: 30/11/2023
- González, R. & Izcara, C. (2019)**. Turismo Rural Comunitario en el Noroeste argentino. Una caracterización del desarrollo y retos del TRC en las provincias de Salta, Jujuy y Tucumán, con especial atención a sus formas de organización, influencias externas y dinámicas de comercialización. Alba Sud: investigación y comunicación para el desarrollo. Disponible en: <https://www.albasud.org/blog/es/1133/turismo-rural-comunitario-en-el-noroeste-argentino> . Acceso el: 14/12/2023.
- Hine, C.** (2004). *Etnografía virtual* . Barcelona: UOC.
- Izcarra, C. & Cañadas, E.** (2021). Transformar el turismo desde la proximidad ¿Cómo abordamos el debate desde Cataluña? *Serie Informes en Contraste, núm. 19*. Alba Sud Editorial.
- Ley 27566** (2020). *Acuerdo de Escazú*. 4 de marzo de 2018, Costa Rica. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/ambiente/acuerdo-de-escazu#:~:text=Tiene%20como%20objetivo%20garantizar%20la,la%20justicia%20en%20asuntos%20ambientales>. Acceso el: 01/12/2023
- Loreti, D., & Lozano, L.** (2012). El rol del Estado como garante del derecho humano a la comunicación. *Revista Infojus-Derecho Público, 1*.
- Ministerio de Ambiente y Cambio Climático de Jujuy**. *Inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Disponible en: <https://es-la.facebook.com/ambientejujuy/> . Acceso el: 28/11/2023.
- Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy** (2020). *El Carmen*. Disponible en: <http://www.turismo.jujuy.gov.ar/item/el-carmen/>. Acceso el: 23/11/2023
- Morera, C. (2006)**. Concepto y realidad del turismo rural en Costa Rica. *Revista Ambientico, 150*, 4-8.
- Observatorio de Medios UCA Periodismo** (17 de febrero de 2023). *We Ares Social 2023: los datos sobre la Argentina en materia digital*. Disponible en: <https://observatoriodemedios.uca.edu.ar/we-ares-social-2023-los-datos-sobre-la-argentina-en-materia-digital/> . Acceso el: 01/12/2023
- Organización Campesina de Los Perilagos – OCP** (2017). *Inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Disponible en: <https://www.facebook.com/organizacioncampesinadelosperilagos> . Acceso el: 23/12/2023.
- Organización Mundial del Turismo** (s.f.). *Turismo rural*. Disponible en <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>. Acceso el: 20/11/2023.
- Scolari, C.** (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona, España. Editorial Gedisa, S.A.
- Secretaría de Turismo de Jujuy**. (15 de marzo de 2021). Turismo Rural Comunitario. Disponible en: <http://www.turismo.jujuy.gov.ar/turismo-ruralcomunitario> . Acceso el: 20/11/2023.

Seval, M., Carné, M., Demarchi, M. & Godoy A. (2023). Turismo metropolitano pospandemia. Política pública, estrategias de gobernanza y turismo de proximidad en el Área Metropolitana de Santa Fe – Argentina. En Regina Schlüter y Adela Puig (Coord.). *Turismo en tiempos de cambios: Los desafíos del siglo XXI* (pp.185-208). 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos - CIET.

TEDx Talks (2013, 5 de febrero). *Ecología de las interfaces: Carlos A. Scolari at TEDxMoncloa* [Video]. YouTube. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=CZ_8xeW3Z4s. Acceso: 01/12/2023.

Turismo Rural Los Naranjos (2019). *Inicio* [Página de Facebook] Facebook. Disponible en: <https://www.facebook.com/TurismoRuralLosNaranjos>. Acceso el: 23/12/2023.

Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.

Zuazo, N. (2018). *Los dueños de Internet: Cómo nos dominan los gigantes de la tecnología y qué hacer para cambiarlo*. Debate.

TURISMO Y PATRIMONIO FERROVIARIO

Una mirada al partido de Coronel Dorrego, Argentina

Luciana Belén ALVÁREZ

INTRODUCCIÓN

Los pueblos del interior surgieron y se desarrollaron de la mano del ferrocarril, siendo funcionales al sistema agro exportador adoptado en la Argentina hacia mediados del siglo XIX. Es así que, debido a la crisis de este esquema de producción y al consecuente levantamiento de ramales y supresión de servicios de carga y pasajeros, las pequeñas comunidades que dependían de él para su subsistencia, empezaron a quedar incomunicadas, aisladas y despobladas. La mayoría de sus habitantes migraron a ciudades más grandes en busca de mejores oportunidades y condiciones de vida.

Quienes vivieron esa época, hoy la miran desde lejos recordando con nostalgia al tren de los pueblos, soñando quizás como sería todo si este volviera algún día. Aun queda un tesoro invaluable en sus recuerdos, que permanecen grabados en sus memorias y que forman parte del patrimonio cultural, como un legado para las generaciones más jóvenes. Emma Eulalia, oriunda de El Perdido Estación José A Guisasola rememora:

La estación era el punto de encuentro de la gente del pueblo. Ya sabíamos las horas en que llegaba el tren, por eso nos preparábamos para ir a la estación para a ver quienes bajaban, ni bien sentíamos el ruido, íbamos para allí, jera todo un acontecimiento...!. Recuerdo también un tren muy particular que pasaba por la estación de Guisasola, le decíamos “el trencito” ¡porque era chiquito! Pasaba tres veces por semana y hacia viajes de ida y vuelta. Para nosotros era muy novedoso viajar en el trencito (...)

Esta reflexión de Emma Eulalia nos lleva a dar una mirada al significado del patrimonio cultural de un país, región o ciudad, el que según Fernández, G. & Guzmán, A. (2004:116) “está constituido por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles producidas por las sociedades, resultado de un proceso histórico en donde la reproducción de las ideas y del material se constituyen en factores que identifican y diferencian a ese país o región.”

Frente a la estación siempre surgió un pueblo y allí fueron apareciendo caseríos y todo tipo de negocios

“En esa época había mucho movimiento, el tren era el que le daba vida al pueblo. Guisasola llegó a tener alrededor de tres mil habitantes. Existían gran cantidad de comercios, tales como: casas de acopio de cereales, almacenes de ramos generales, despensas, tiendas, confiterías, farmacia, herrerías, carpinterías, talleres mecánicos, entre otros. (Emma Eulalia. 2010)

Pascale, J., (2006:2) define al patrimonio arquitectónico como “el conjunto de bienes construidos que hemos heredado de nuestros ascendientes y que debemos conservar en el presente con el objeto de transmitirlo a las generaciones futuras. Este patrimonio constituye un valioso rasgo de nuestra cultura, lo cual por si solo resulta un único y válido motivo para pensar en conservarlo...”

La arquitectura es un bien cultural que forma parte del patrimonio de un pueblo y como tal lo identifica y representa. Las casonas, el rancherío, las calles, las plazas y todo lo que conforma y define una ciudad, son productos del hacer del hombre que ayudan a que este se identifique con su ciudad y con un lugar.” (Albanesi, P. & Pascale, J. 2006:4)

Zingoni, J. M., (2001:2) sostiene que, “la obra de arquitectura es el testimonio histórico acumulado y sedimentado de los modos de vida del hombre, no sólo de aquel que la concibió, sino de los que lo vivieron a través de los tiempos y le confirieron nuevos usos y significados simbólicos. Como documento histórico, la obra de de arquitectura manifiesta su evolución lineal de los valores de uso por parte de la sociedad y de las formas de pensamiento que ella le transfiere, a la vez que potencia las calidades presentes con el valor agregado de una comunidad histórico-cultural que solo se pierde por su destrucción física”.

“La arquitectura y la infraestructura ferroviaria representan un legado patrimonial histórico y cultural, cuya posibilidad de explotación abre nuevas perspectivas para las comunidades que deciden re significar su antiguo uso”. (Dias & Galvao, 2010).

La puesta en valor del patrimonio local es una práctica que las comunidades llevan adelante con distintos fines como diversificar sus economías tradicionales o complementarlas, generar beneficios socioculturales y su vez proteger el recurso de base para hacer uso del mismo en forma sustentable para las generaciones del presente y el futuro.

En este sentido, Bertoncello (2009:113) señala “...es así como viejos espacios y constructos (patrimoniales o no), pasan a ser considerados como nuevos atractivos turísticos y a diferencia de cómo se pensaba la gestión local en el pasado, cuando lo viejo era visto como obsoleto, hoy lo viejo se reconvierte no solo en relación con su valor cultural como patrimonio, sino también como recurso económico, principalmente turístico”.

“El turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico- artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto y en cuanto contribuye -para satisfacer sus propios fines- a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada”. (Toselli, C., 2003:3)

ARQUITECTURA FERROVIARIA

Las redes infraestructurales propias del transporte ferroviario, generaron una arquitectura necesaria que funcionó como apoyo logístico de las mismas, concentrando actividades de mantenimiento, carga, descarga, maniobras, estacionamiento, escalas intermedias y alojamiento del personal adscrito.

Las estaciones ferroviarias edificadas en Argentina en el siglo XIX, formaron parte de una arquitectura destinada a la producción y al transporte, correspondiendo al período constructivo conocido como el de *“La Arquitectura de los Ingenieros”*, en donde las construcciones, llevadas a cabo en su mayoría por empresas inglesas, estuvieron más ligadas a lo funcional que a lo estético y la lógica con la que se operaba fundamentalmente era “utilitaria”. Para las mismas, se siguieron los principios de la estandarización y la construcción en serie, mediante sistemas de prefabricación y montaje en seco, con materiales procesados industrialmente, muchos de ellos importados.

Las pequeñas estaciones rurales

Las estaciones del interior de la provincia de Buenos Aires en general se caracterizan por representar un estilo “auténtico”, propio de las pequeñas estaciones rurales, con líneas de simpleza y pocos elementos decorativos, diferenciándose claramente de otras de mayor importancia en la región, - como es el caso de la segunda estación construida por el Ferrocarril del Sud en Bahía Blanca-, que presenta una composición, que incorpora elementos academicistas franceses.

“Las características de la localización espacial de las empresas han sido aspectos que llevan a pensar que las propias implantaciones de la colectividad, constituyeron una tendencia a generar amplias fundaciones de territorios dominados por capital y estética propia”. (Zingoni, J.1996:33)

El predio o complejo ferroviario (Figura 1) de un país, región o ciudad se encuentra integrado por el edificio de la estación, casa del jefe (ubicada lindante a la estación pero sin comunicación interna); baño de hombres y sala de señoras, conjunto de viviendas de peones ferroviarios; casa del auxiliar y cambistas; cartelería; tanque y tomas de agua; talleres, galpones, embarcadero; trazados férreos; señales, maquinarias de desvío y tendidos telegráficos.

Figura 1: Predio ferroviario. Coronel Dorrego.



Fuente Google

La ubicación de cada uno de los inmuebles que componen el conjunto ferroviario, fue puramente estratégica. Comenzando por la *estación*, la misma permaneció paralela al tendido férreo, de manera que arribado el tren se posibilitaba allí toda la actividad de ascenso y descenso de pasajeros (andén). Sobre un lateral de la misma, se ubicó la *casa del jefe* de estación, en donde habitaba con su familia. Es muy característica también, la ubicación de los baños: por un lado se encuentra la *sala o baño de señoras*, contigua a la sala general y el *baño de hombres* separado del edificio (Álvarez, 2010).

Un aspecto que se destaca es la *señalética*, utilizada como elemento indicativo en el espacio. Este es un claro ejemplo en donde se vislumbra la gran organización y el detalle que primó sobre todas las cosas. Se encuentran, los dos *nomencladores* principales con el nombre de la propia estación, los cuales se ubicaron a ambos extremos de tal edificio. Como así también se hallan dispuestos, carteles de distintos tamaños sobre el exterior del edificio. Por ejemplo la cartelería de la sala general, de la sala de señoras y sala del jefe, entre otros. Se suman a estos, los carteles de las señales y de aviso de la empresa ferroviaria (Álvarez, 2010).

Las *viviendas de peones ferroviarios* se situaron a pocos metros de la casa del jefe de la estación y a veces también cercana a la casa del auxiliar. Generalmente fueron un conjunto de casas o casillas, las cuales presentaron una técnica constructiva muy sencilla, ya que en su mayoría, eran utilizadas temporariamente por los empleados (Figura 2)

Frente a la estación, hacia el otro sector de vías, se ubicaron los *galpones y/o talleres*, estrictamente funcionales. Su localización es inmediata a las vías, para posibilitar la rápida carga y descarga de materias primas de los vagones, que provenían de los campos para luego ser transportadas hacia el puerto. También estos depósitos tenían otro acceso para facilitar el atraque de carretas, furgones y camiones que trasportaban cereales y ganado desde las estancias (Álvarez, 2010).

.Figura 2: Viviendas de peones ferroviarios.



Foto de la autora

El *embarcadero*, en la mayoría de los casos se ubicó cercano a los depósitos de cereales con un ramal de vía, para facilitar la carga y descarga de animales desde vagones y chatas.

La *casa del auxiliar*, se ubicó sobre un extremo del complejo y bastante retirada del edificio de la estación. Su baño se situó fuera de la misma. Funcionalmente este edificio supo ser la vivienda del auxiliar del jefe de la estación (Figura 3).

Figura 3: Casa del auxiliar Estación Irene.



Foto de la autora

Las *señales* fueron dispuestas a ambos extremos del complejo ferroviario, de modo que cuando el tren estaba arribando, los maquinistas ya advertían la proximidad de la estación.

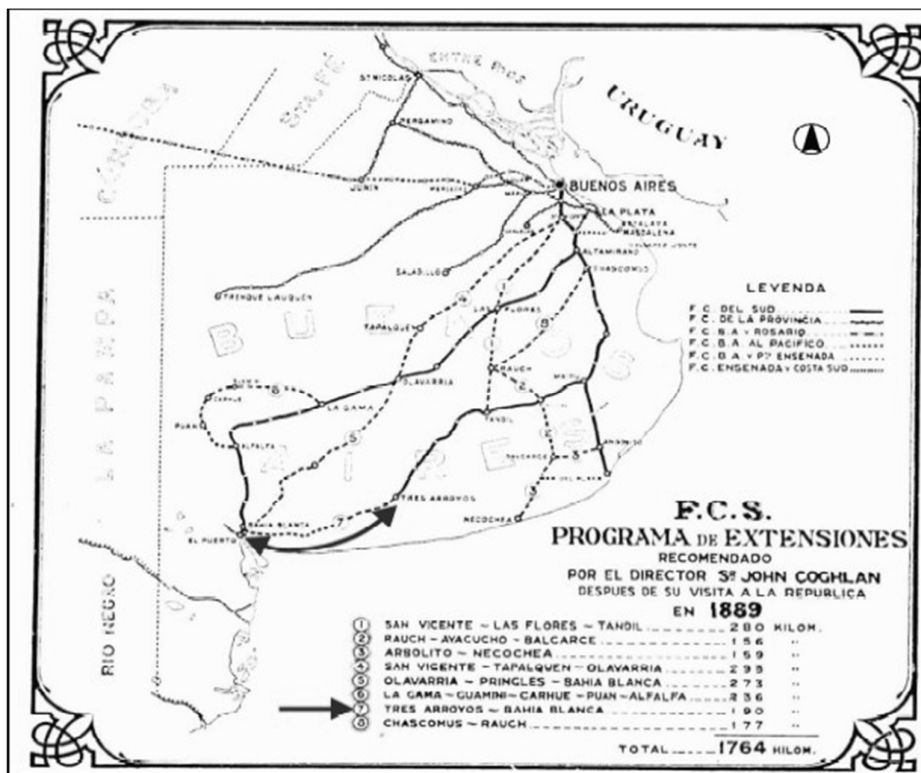
En cuanto a la *maquinaria de desvío*, el plato de rotación es un buen ejemplo de esta categoría, utilizado para el giro de la locomotora.

CASO DE ESTUDIO EN CORONEL DORREGO

Coronel Dorrego es un partido bonaerense que se encuentra al sur de la provincia, a una distancia de 500 kilómetros de la ciudad de Buenos Aires y a 100 kilómetros de Bahía Blanca, una de las ciudades más importantes del sur argentino.

En el año 1.891 se inaugura el primer ramal ferroviario, uniendo Coronel Dorrego con Bahía Blanca. Es posible observar que sus estaciones presentan una *composición* determinada por la existencia de naves con techos de pendiente a dos aguas; fachada de ladrillo visto; cubiertas de francesa y pendientes compuestas por las típicas chimeneas, y hacia las vías se encuentra el andén semi cubierto. Es relevante mencionar también que funcionaron como referentes contemporáneas de estas estaciones en la región, la estación de Bahía Blanca del F. C. Sud y la de Napostá, las cuales fueron inauguradas en el año 1883. (Figura 4)

Figura 4: Programa de extensiones del F C S. Linea Tres Arroyos- Bahia Blanca.



Fuente: RÖGIND, W: 1937

Dentro de las *técnicas constructivas* más distintivas en las estaciones, se encuentran las siguientes:

- ✓ “Pan de Bois”: (Figura 5) que se observa en la estación y la casa del jefe. La misma consta de una construcción en forma de témpano, la cual le otorga la pendiente a la edificación. En la parte superior se encuentra la toma de aire que permitía que los ambientes fueran frescos.

Figura 5: Técnica constructiva Pan de Bois Estación J. A Guisasola



Foto de la autora

- ✓ “Bou-Window”: (observable en la casa del jefe de la estación). La misma es una construcción con forma de mitad de un hexágono, compuesto por ventanas de vidrio repartido que permiten la entrada de gran iluminación. Estas son conocidas con el nombre de “a-guillotina”, ya que para abrirlas es necesario subirlas
- ✓ “Ballon-Frame” (Figura 6) ; y las “construcciones en altura” (ambas fueron empleadas en las casas de los peones ferroviarios). Con respecto a la primera, consta de una estructura de madera en forma de cuadro, la cual funcionaba como aislante y estaba cubierta con chapa. Y la segunda, constituida por pilares de material y ladrillo, constituyéndose en el soporte de la estructura de la construcción. Dicha técnica se utilizó en éstas viviendas para impedir el paso de la humedad.

En cuanto a los detalles constructivos y materiales más empleados en esta época se encuentran los siguientes:

- *Carpinterías de madera*: pueden observarse en las columnas, cabreadas, aberturas, verjas, pizarras y aleros. Con respecto a estos últimos, su terminación se realizó con una cenefa, en la que se combinan diversas figuras geométricas.

- *Trabajos en hierro:* se destacan los portalámparas, faroles, desagües pluviales, bebederos, entre otros.

Figura 6: Técnica constructiva Ballon Frame. Estación Aparicio.



Foto de la autora

Construcciones ferroviarias complementarias

Depósitos: por un lado se encuentra el galpón de chapa, de techo a dos aguas, destinado al almacenamiento de cereales, caracterizado principalmente por la simpleza de sus materiales de construcción. Y por otro lado, el galpón de encomiendas, una obra más sofisticada, que presenta techumbre de chapa a dos aguas, muros de ladrillo visto, y las aberturas, que permitieron la ventilación y el mantenimiento de temperaturas adecuadas para la conservación de los productos. El piso, supo ser de material y elevado, para evitar el contacto con la humedad (Álvarez, 2010).

Tanques: se diferencian dos tipos. Por un lado, se encuentra el tanque de hierro, cuya estructura se armó en Argentina con perfiles importados de Inglaterra. Y el otro tipo, realizado en ladrillo visto. En la parte superior se ubicó el tanque propiamente dicho y la parte inferior supo utilizarse como depósito.

Otras obras importantes llevadas a cabo por las empresas inglesas en Coronel Dorrego son los puentes de los ríos Sauce Grande, Quequen Salado y arroyo Las Mostazas. Las características geográficas del lugar y de implantación, condicionaron el sistema constructivo de estas grandes obras de infraestructura.

“La empresa en forma orgullosa destacaba que los puentes mas grandes de toda la Provincia de Buenos Aires, están sobre la línea sobre el arroyo Las Mostazas y los ríos Sauce Grande y Quequén Salado. La cantidad de pólvora utilizada para las excavaciones practicadas en la piedra y tosca, ha sido de cien toneladas inglesas, o sea 101.600 kilos. En cuanto a los costos, ha sido para la Compañía Inglesa una inversión de \$ 4.880.000 pesos oro, cuya cantidad liquidada al 400 por ciento que era el

precio medio del oro en el tiempo de la obra, da un total en pesos m/n. argentinos de \$ 19.200.000.”
(Funes, D., 1973:185) (Figura 7)

Figura 7: Puente ferroviario Arroyo Las Mostazas



Foto de la autora

REFLEXIONES FINALES

El patrimonio ferroviario del distrito de Coronel Dorrego es un fiel reflejo de la Argentina de fines del siglo XIX de un país que se conducía hacia el progreso y modernidad, y que era considerado el granero del mundo.

Sus grandes y pequeñas obras de ingeniería como los puentes del Sauce Grande o las estaciones rurales llevan impreso el sello del Gran Ferrocarril del Sud, el cual se extendió por toda la provincia de Buenos Aires, dejando su identidad marcada a fuego.

Han pasado más de cien años y estas construcciones aún perviven en el tiempo, denotando la calidad de sus materiales originales de aquella época. Esto ha permitido que en la actualidad muchos de esos espacios hayan sido reconvertidos en centros culturales, museos o sedes sociales de instituciones. Los mismos forman parte de nuevos circuitos turísticos del distrito, posibilitando beneficios socioeconómicos y culturales para los residentes.

El patrimonio ferroviario, utilizado como recurso turístico, contribuirá a su protección y conservación. Por tal motivo, se considera de suma importancia, la aplicación de pautas de sostenibilidad, mediante un manejo responsable del mismo, para garantizar su uso y goce por parte de las generaciones futuras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albanesi, P. N, & Pascale, J. C.** (2006) Turismo y patrimonio arquitectónico: metodología para la confección de un preinventario con actores locales no calificados. Departamento de Geografía. UNS. 2006. Bahía Blanca
- Alvarez, L. B.** (2010) El patrimonio ferroviario del partido de Coronel Dorrego. Su valorización a partir de la actividad turística. Tesis de grado, Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca
- Bertoncello, R..** (2008). Turismo y geografía. Lugares y patrimonio natural - cultural de la Argentina. Ediciones Ciccus.
- Dias, R. & Galvão, M.** (2010). Turismo y patrimonio ferroviario. Un estudio sobre el Trem da Vale (MG) - Brasil. Estudios y Perspectivas En Turismo, 19(3) 394- 408.
- Funes Derieul, C.** 1973. Historia del partido y localidad de Coronel Dorrego en el siglo XIX (1830-1900).” Ed. Panzino hermanos S.A.I.C. Bahía blanca, provincia de Buenos Aires.
- Fernandez, G & Guzman, A.** (2004) Patrimonio industrial, turismo cultural y rutas turísticas para un desarrollo local sustentable”. Caminhos de geografia.. <https://seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/15329>
- Pascale, J.** (2006). Texto de cátedra. Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo .Bahía Blanca. Argentina
- Toselli, C.** (2003) Turismo cultural, participación local y sustentabilidad. Algunas consideraciones sobre la puesta en valor del patrimonio rural como recurso turístico en Argentina”. Universidad del Salvador. Buenos aires, Argentina <https://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/article/view/3324>
- Zingoni, J. M..** (2001. “Pensar el patrimonio”. Texto de cátedra. Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de arquitectura, urbanismo y diseño. Maestría en gestión e intervención en el patrimonio arquitectónico y urbano. Bahía Blanca. Argentina.
- Zingoni, J. M.** (1996) Arquitectura Industrial: Ferrocarriles y puertos. Bahía Blanca, 1880- 1930”. Ed. Universidad Nacional del Sur. Edi-Uns. Bahía Blanca.

TURISMO SUSTENTABLE Y COMUNIDADES LOCALES EN ISLAS DEL DELTA DEL PARANÁ- ARGENTINA

Hacia un nuevo tipo de turismo: El Turismo Social Comunitario

Roberto GORIA

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo analiza los vínculos existentes entre el turismo rural comunitario y el turismo social en contexto de post pandemia Covid-19 en la región del Delta del Río Paraná, proponiendo que la relación simbiótica de estas dos tipologías turísticas puede entenderse como el origen de una nueva: el turismo social comunitario.

El turismo rural comunitario es un tipo de turismo que tiene como rasgo distintivo el de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y de participar activamente en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local. De esta manera, se constituye como una herramienta que permite al turista comprender las relaciones entre áreas naturales, las condiciones de vida de la comunidad y su acervo cultural, siendo el soporte de estas relaciones un espacio singular por su valor patrimonial, natural y cultural. Así, se genera conciencia ambiental sobre el valor intrínseco del ecosistema de soporte y se comprende la importancia de reducir los impactos que la acción antrópica produce sobre el mismo. De esta manera, el modelo de gestión comunitaria de los servicios turísticos se materializa en proyectos sustentables que incorporan una actividad económica que contribuye a mejorar la calidad de vida del colectivo comunitario, proporcionando ingresos complementarios destinados a satisfacer sus necesidades básicas durante las cuatro estaciones del año.

La articulación entre comunidades isleñas, ONGs que operan en los humedales, universidades y sectores estatales vinculadas a las áreas protegidas, han generado algunas iniciativas de turismo rural comunitario en la región de las islas del delta del río Paraná, cada una de ellas en distintas etapas y niveles de desarrollo. En un nuevo escenario de post-pandemia Covid-19, estos proyectos se erigen como alternativas de turismo sustentable de cercanía, debiendo el colectivo comunitario enfrentar el problema que representa alcanzar los visitantes necesarios para asegurar la viabilidad económica de los emprendimientos. Surge así el debate de mantener la comercialización de los servicios turísticos comunitarios en manos propias o delegar el control del mismo a terceros, representados por empresas privadas, ONGs, u otras organizaciones, entre las que se encuentran diversos organismos gubernamentales.

Por otra parte, existen otras formas de turismo, entre las que se encuentran el turismo social, en las que el Estado tiene participación activa, por medio de diversos programas en todos sus niveles de gobierno (nacional, provincial y municipal), que generan una gran cantidad de turistas y excursionistas.

A partir de la mirada sobre el turismo plasmada en la Ley N° 25.997/05, que lo entiende como un derecho social y económico de las personas, dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad de las comunidades, surge la importancia de impulsar iniciativas de turismo social, destinadas al que el conjunto de la sociedad pueda acceder al ocio en todas sus formas, en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad.

Uno de los objetivos de este trabajo es analizar la posibilidad de combinar estos distintos tipos de turismo, en una relación simbiótica de mutuo provecho, brindando a los visitantes beneficiarios de turismo social una experiencia turística de calidad, a la vez que los colectivos comunitarios reciben los réditos económicos por la prestación de los servicios. La interdependencia entre el turismo rural comunitario y el turismo social puede ser potenciada con la concepción de una nueva tipología turística: el turismo social comunitario.

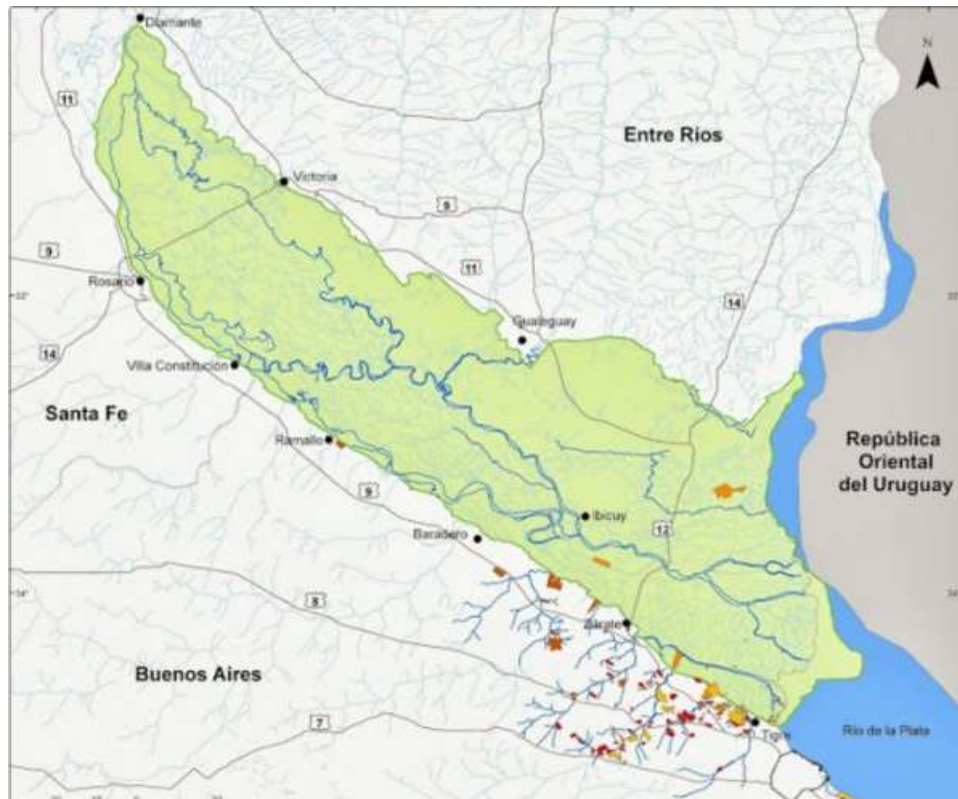
Por medio de este análisis se intenta profundizar en la relación existente entre el desarrollo sustentable de las comunidades locales asentadas en el Delta del río Paraná y las propuestas de turismo en el ámbito comunitario, en un contexto de múltiples desafíos, incertidumbre y oportunidades propios de la post pandemia.

EL DELTA DEL PARANA

La ecorregión Delta e Islas del Paraná es un conjunto de macrosistemas de humedales de origen fluvial que se extiende en sentido norte-sur, abarcando el tramo medio inferior de la cuenca del río Paraná, desde la ciudad de Diamante (Entre Ríos) hasta la ciudad autónoma de Buenos Aires, con una longitud aproximada de 300 km y confluyendo junto al río Uruguay en el estuario del río de la Plata (Malvárez 1997). Abarca una superficie total de casi 17.500 km² y está caracterizado por zonas de islas bajas e inundables, constituyendo una zona de gran interés ecológico y biogeográfico, donde predominan los ecosistemas de humedal (Centro Científico, Tecnológico y Educativo Acuario del Río Paraná, s.f.). (Figura 1)

Los humedales son áreas que permanecen inundados o saturados con agua durante períodos importantes de tiempo y desempeñan funciones de las cuales se derivan múltiples beneficios que contribuyen de modo decisivo al bienestar humano (Minaverri, 2019). Además de la regulación de inundaciones proporcionan agua dulce, alimentan a la humanidad, son amortiguadores de la naturaleza, son esenciales para la biodiversidad y proporcionan productos y medio de vida sostenibles a las comunidades instaladas en ellos (Convención de Ramsar, 1971). En muchos casos los beneficios que brindan los humedales no son reconocidos por la sociedad, lo cual puede resultar en la pérdida de los mismos como consecuencia de la sobre-explotación, contaminación y manejo irresponsable (Kandus, Morandeira & Schivo, 2010).

Figura 1: Mapa del Delta del río Paraná



Fuente: Argentina ambiental

El Delta del Paraná no es estático, sino que avanza sobre el estuario del río de la Plata, acumulando sedimentos que se transforman en islas características con forma de plato: sus costas o riberas son más elevadas que sus centros, donde suelen existir pantanos y pequeñas lagunas (Bó & Quintana, 2010). La región puede dividirse en tres grandes sectores o ecosecciones: el Delta Superior, el Delta Medio y el Delta Inferior y en su conjunto posee una rica biodiversidad que se manifiesta en alrededor de 700 especies vegetales y 543 especies de vertebrados (Quintana, Bó, Merler, Minotti & Malvárez, 1992).

Desde fines del siglo XX, los humedales sufren una fuerte presión antrópica, con el avance de actividades productivas sobre ecosistemas frágiles en el intento de ampliar la frontera agropecuaria. Para replicar las condiciones ecosistémicas de la pampa húmeda se construyen obstrucciones de cursos de agua y endicamientos, lo que genera, entre otras cuestiones, la desaparición de especies nativas de vegetación y fauna y la propagación de especies exóticas (Bó, Quintana, et al, 2010).

COMUNIDADES ISLEÑAS EN EL DELTA DEL PARANÁ

A partir del análisis de yacimientos arqueológicos es posible determinar que hace 2000 años ya existían comunidades asentadas en la cuenca del Paraná medio, con afinidad hacia el ambiente de

islas y riberas bajas del río (Ceruti, 2002). Estas comunidades se asentaban junto a los ríos y espejos de agua y se dedicaban a la recolección, caza y pesca, para lo cual fabricaban canoas, redes, lanzas y arpones (Bonomo, Prado, et al, 2019).

En el siglo XIV grupos Guaraníes, Timbúes, Mocoretás, Corondas, Chanás y Mbeguás convivían en la región, no siempre de manera pacífica, utilizando a los ríos como vías de transporte y provisión de alimentos (Mandrini, 2008; Gastellu, 2016). Los modos de vida cercanos a la naturaleza y la baja densidad de habitantes de la región se tradujeron en una mínima intervención antrópica del medio natural (Gentile y Natenzón, 1998).

Durante el virreinato, esta zona casi despoblada y carente de metales preciosos no atrajo la atención de la metrópoli española, que la consideraba una zona inhóspita. A comienzos del siglo XVII, los grupos de aborígenes fueron reducidos o entregados a encomiendas, y comenzó la extracción de maderas para usos en construcción y como combustible, con destino a las poblaciones españolas establecidas en el litoral (Galafassi, 2004a), así como una incipiente ganadería de islas. En esta época ya se utilizaba la práctica de quema de pastizales para la obtención de pasturas jóvenes destinadas a la hacienda (Taller Ecologista, 2010). Los primeros pobladores estables de la región fueron los jesuitas, quienes dieron inicio a la plantación de frutales en la zona, conservando a los antiguos pobladores como auxiliares de las tareas agrícolas, hasta que debieron abandonar la zona con la expulsión de la orden en 1767 (Gentile y Natenzon, 1998).

A mediados del siglo XIX se instalan inmigrantes europeos en la zona del delta cercano a Buenos Aires, comenzando a talar bosques ribereños con destino al consumo porteño, utilizando los terrenos desmontados para la plantación de frutales, mimbre y hortalizas (Bó y Quintana, 2010). Las explotaciones se basaban en la familia como unidad productiva y se caracterizaron por un bajo nivel de tecnificación, adaptándose al régimen natural del río y, si bien se produjeron procesos de transformación del medio, no generaron alteraciones significativas en su integridad ecosistémica (Gastellu, 2016). La corriente inmigratoria que provocó un impulso poblacional importante se mantuvo hasta mediados del siglo XX, momento en que se invierte el flujo migratorio, orientándose la producción deltaica hacia el monocultivo forestal. Como consecuencia, la unidad productiva familiar entra en fuerte crisis, debiendo emigrar o diversificar su economía en trabajos temporarios y precarios, más ligado a una estrategia de subsistencia que a una de progreso económico (Galafassi, 2004b). Durante este período, en el Delta Medio y Superior, la pesca, la ganadería de islas, la caza y la apicultura se desarrollaron con baja inversión tecnológica y adecuando las prácticas productivas a los ciclos de régimen hidrológico. Las comunidades isleñas, ubicadas a orillas de riachos y arroyos, se componían de unas pocas viviendas dispersas, con alta movilidad residencial, dedicadas fundamentalmente a actividades extractivas de pescado y pieles (Taller Ecologista, 2010).

A partir de la última década del siglo XX, el bajo Delta se revaloriza en términos de residencia y esparcimiento, potenciado por la cercanía a la Capital Federal, lo que se traduce en una mirada de la

zona como estrategia de inversión de grandes emprendimientos turísticos e inmobiliarios. Este proceso convive con un aumento de la actividad forestal que concentra la mayoría de la producción en grandes establecimientos (Astelarra & Domínguez, 2015). El Delta Medio y Superior se despoja de su condición de zona marginal al recibir importantes explotaciones ganaderas que debieron abandonar las tierras pampeanas volcadas hacia el más rentable cultivo de soja.

Simultáneamente, la instalación de empresas procesadoras de pescado de río provoca una notable expansión de la actividad pesquera con destino al mercado interno y a la exportación (Taller Ecologista, 2010). La intensificación de las actividades productivas es sostenida por grandes inversores, quienes no dudan en intervenir el ambiente mediante la construcción de endicamientos, terraplenes y caminos, para reducir los impactos de los ciclos hidrológicos y así replicar las condiciones ecosistémicas pampeanas, constituyendo un fenómeno denominado "pampeanización" de las islas (Bo & Quintana, 2010; Taller Ecologista y Fundación M'biguá, 2009; Galafassi, 2005). Las acciones de estos nuevos actores provocan conflictos con los pobladores locales, fundamentalmente por la tenencia de la tierra, y por el acceso a zonas de pesca y caza, antes de acceso libre y ahora privatizados, que en muchos casos deriva en el abandono de las actividades tradicionales e incluso en el desplazamiento de grupos familiares hacia tierra firme (Gastellu, 2016).

Actualmente, las comunidades que habitan las islas están compuestas de unas pocas casas familiares ubicadas a orillas de las principales vías de agua, muchas de ellas sostenidas en densas redes de parentesco y vecindad que, mediante acuerdos tácitos, manejan las zonas de producción bajo la forma de un bien común (Astelarra & Domínguez, 2015). La mayoría de las viviendas son precarias, caracterizadas como "ranchos" o "casillas" de chapa, madera, caña y barro como materiales principales y no cuentan con baños ni servicios públicos básicos como agua potable, cloacas, electricidad, gas y teléfonos, salvo en zonas del Tigre bonaerense. En el Delta Medio y Superior la tenencia de la tierra es generalmente precaria y no está exenta de conflictos, debido a que, para muchas comunidades, el sentido de propiedad sobre la tierra o los medios de producción no asume la forma del derecho privado. Las actividades económicas de los isleños dependen fuertemente de la productividad natural del ecosistema y es usual que los grupos familiares combinen varias de ellas, de acuerdo a factores climáticos o hidrológicos que las determinan, siendo las principales la pesca artesanal, la caza, la horticultura y la producción de miel. El destino de la producción es en gran medida para el consumo personal, destinándose a la comercialización el excedente, inscribiéndose estas prácticas en una lógica de organización del trabajo que responde a las necesidades familiares y a la interacción con el ecosistema (Benencia & Forni, 1988). Si bien la ganadería a gran escala abre oportunidades de trabajo como peones o cuidadores, generalmente esta oferta viene acompañada de precariedad laboral y pagas insuficientes. Los impactos más importantes de esta actividad son marcadamente negativos y están vinculados a la modificación física del ambiente y al consecuente deterioro o pérdida de los servicios y bienes ecosistémicos deltaicos (Gastellu, 2016; Taller Ecologista, 2010; Bo & Quintana, 2010). Otras prácticas que acompañan a la ganadería intensiva, entre las que se encuentran la fumigación y la quema de pastizales, afectan de manera importante la fauna y flora local, fundamental

insumo de las economías de los colectivos comunitarios (Donadille, Postma, Prol y Vizia, 2010).

ANTECEDENTES Y APROXIMACIONES AL TURISMO EN EL DELTA DEL PARANA

Los inicios del turismo en la región se dan de manera coincidente con el nacimiento de la actividad en el país. A fines del siglo XIX y principios del XX, grupos de clase alta de la ciudad de Buenos Aires se trasladan al territorio deltaico los fines de semana y los meses de verano, generando así las primeras actividades de turismo recreativo en las islas. Este turismo se concentró en el Bajo Delta, favorecido por la cercanía y la accesibilidad desde los puertos de San Fernando y Tigre. La expansión de la actividad produjo la aparición de los “recreos”, instalaciones que tenían como finalidad recibir a los visitantes y posibilitar la práctica de actividades recreativas (Galafassi, 2004a). A partir de la década de los 60 se producen cambios de preferencia de los grupos sociales más acomodados, acompañados del surgimiento de nuevos centros turísticos nacionales y la evolución de los medios de transporte, factores que determinan la merma de la actividad turística en la región.

En el Delta Medio y Superior, a partir de los comienzos del siglo XX se fundan clubes ribereños en las ciudades a ambos márgenes del río Paraná, vinculados a la práctica de deportes náuticos, a la caza y a la pesca deportiva y es en relación a estas instituciones que comienzan las primeras actividades turísticas (Gentile y Natenzón, 1998).

Cuadro 1: Diferentes tipos de turismo/actividades recreativas que se desarrollan en el Delta del Paraná.

Tipo de Turismo	Principales localidades
Caza Deportiva Menor (turismo cinegético) en los ríos, arroyos, bañados y lagunas interiores; particularmente la caza de patos cutirí, crestón y sirirí.	Victoria, Gualeguay
Deportes náuticos. Embarcaciones de remo y vela; esquí acuático, motonáutica y windsurf	Tigre, San Fernando, Rosario, San Nicolás, Villa Constitución, San Pedro y Ramallo.
Playas y balnearios. Recreación y descanso, especialmente en el verano.	Diamante, Victoria, San Nicolás, Gualeguay, Tigre y San Fernando.
Pesca deportiva. Principalmente en los ríos Paraná, Uruguay y Gualeguay. Las especies preferidas son el dorado, surubí, sábalo, tararira, amarillo, armados, pejerrey, raya, mojarra, bagre blanco, morenas, anguilas y viejas del agua.	Diamante, Victoria, Baradero, San Nicolás, Ramallo, Rosario, Tigre y San Fernando.
Ecoturismo. Incluyendo caminatas, safaris fotográficos y avistaje de flora y fauna nativa en áreas protegidas.	Diamante (Parque Nacional Pre-delta), Otamendi (Reserva Estricta Natural Otamendi) y San Fernando (Reserva de la Biosfera Delta del Paraná).

Fuente: Kandus, Morandeira y Schivo (2010)

A partir del siglo XXI, algunas consecuencias del progreso humano, entre los que se encuentran la extinción de especies, el calentamiento global y el deterioro de los ambientes naturales, hacen necesario la priorización de prácticas de ocio respetuosas del medio, entre las que se destaca el ecoturismo. Este tipo de turismo hace referencia a una actividad enmarcada en un criterio de responsabilidad con respecto al uso y manejo de los atractivos y recursos, respetuosa de los modos de producción y de la forma de vida de las comunidades y compatible con el concepto de sustentabilidad (Báez y Acuña, 2003). Esto genera una valorización del ambiente isleño, en tanto su rica biodiversidad y heterogeneidad de paisajes aportan múltiples opciones para la recreación y turismo, motivando la creación de áreas naturales protegidas bajo la figura de Parque Nacional. Los tres ejes principales sobre los que se articula la actividad turística de la región son: la ribera continental, en las islas y a lo largo de los cursos de agua (Kandus, Morandeira & Schivo, 2010). (Cuadro 1)

TURISMO RURAL COMUNITARIO

Antecedentes

Hacia fines del siglo XX surge el concepto de turismo sostenible, que es concebido como un modelo de desarrollo económico para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar a los visitantes una experiencia de calidad y mantener las condiciones ambientales del destino del que dependen tanto la comunidad receptora como los visitantes, debiendo llevarse a cabo sobre criterios de sustentabilidad (Chávez & Osorio, 2006).

Las prácticas turísticas que ponen en valor las características culturales y ambientales de la comunidad receptora y proponen la distribución equitativa de los beneficios acapara la atención de numerosos investigadores, quienes, de acuerdo a determinadas características particulares de las experiencias que analizan, les asignan diferentes denominaciones. Entre las más frecuentes podemos encontrar: “pro poor tourism” (PPT) (turismo orientado hacia los pobres) (Jiménez López & Cavazos Arroyo, 2012), “turismo socialmente responsable” (Sánchez Fernández, 2013), “turismo vivencial” (Acerenza, 2006), “turismo de base comunitaria” (Maldonado, 2005) o “turismo rural comunitario (TRC)” (Vinasco Guzmán, 2017; Kieffe, 2018). Al respecto, Báez & Acuña, 2003) sostienen que cualquiera sea el término utilizado para diferenciar la tipología de la actividad, la misma debe enmarcarse en un criterio de responsabilidad, calidad y ser compatible con el concepto de sustentabilidad para el beneficio de las comunidades.

Gascón & Cañada (2005) sostienen que no hay un modelo de turismo comunitario que pueda aplicarse universalmente, sino que cada experiencia debe adaptarse a las características del contexto y de la comunidad local y expresan con claridad a dónde deben apuntar las propuestas: “En este sentido, el desarrollo del turismo debe favorecer dos objetivos dirigidos a fortalecer la economía campesina: aumentar los ingresos comunitarios y diversificar sus fuentes de ingresos” (Gascón & Cañada, 2005:140).

Con el fin de presentar de manera resumida y esquematizada los puntos fuertes y débiles de este tipo de proyectos turísticos, las oportunidades que se le presentan y las amenazas que le pudieran afectar, se realizó un análisis DAFO. Este análisis toma en cuenta los elementos internos y externos del TRC relacionados fundamentalmente al desarrollo de las comunidades locales involucradas. Sus resultados se muestran en el siguiente cuadro. (Cuadro 2)

Cuadro 2: Análisis DAFO del Turismo Rural Comunitario

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> . Facilidad de acceso a los atractivos naturales (paisajes, flora y fauna) con gran potencialidad turística. . Conservación de las tradiciones culturales . Gestión local participativa . Destinos tranquilos y no masificados . Hospitalidad y calidez de las comunidades . Interés en diversificar la economía . Existencia de redes de cooperación mutua entre distintos proyectos de TRC 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> . Desconocimiento de las comunidades del potencial turístico que disponen . Desestimación por parte de las autoridades gubernamentales de esta opción de desarrollo . Falta de planificación turística para el desarrollo rural comunitario . Escasez de infraestructura turística . Escasa penetración en los canales tradicionales de comercialización turística
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> . Nuevas tendencias turísticas dirigidas al TRC . Recurso diferenciador y con una gran capacidad de explotación por el TRC . Diversificación de la economía y contribución al desarrollo local endógeno . Creación de oportunidades para la mujer y los jóvenes . Recuperación de la cultura local y posibilita el intercambio con los visitantes . Capacidad de educación ambiental, generando hábitos y valores hacia lo natural . Capacidad para generar protección patrimonial y medioambiental . Posibilidad de competir en un turismo vivencial, no masivo 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> . Vulnerabilidad a la acción antrópica externa . Inadecuado manejo de los recursos . Distribución inequitativa de los beneficios . Carencias en la organización sectorial para colocar al TRC como producto turístico . Reproducción de modelos masivos de desarrollo turístico . Reproducción de roles secundarios para la mujer y los jóvenes . Reemplazo de la actividad tradicional por el turismo, constituyendo un nuevo “monocultivo” . “Teatralización” de la cultura local . Alteración del equilibrio social de la comunidad . Consumo de recursos y generación de residuos. Daño ambiental

Fuente: Elaboración propia en base a Jiménez (2006). Jiménez López & Cavazos Arroyo (2012). Gascón & Cañada (2005). Báez & Acuña (2003). Maldonado (2005). Pandiani & Chaves (2009). Ferrería, Svatetz & Trevisán (2019). Zagel & Iglesias (2017)

Turismo Rural Comunitario en el Delta del río Paraná

Existen experiencias concretas de TRC distribuidas a lo largo del territorio nacional, muchas de las cuales se encuentran incorporadas a la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATuRC). Esta red, dependiente de la Secretaría de Turismo de la Nación, promueve la autogestión de las familias originarias y campesinas, en consonancia con las nociones actuales de empoderamiento que esta clase de gestiones turísticas propician.

El reconocimiento de las comunidades, consagrada en la reforma de la Constitución Nacional de 1994 y la afirmación del turismo sustentable como política de Estado a partir de la sanción de la Ley Nacional de Turismo (N° 25.997) y el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS), ambos de 2005, constituyen un cuadro favorable para el desarrollo de proyectos integradores. Cáceres, Troncoso & Vanevic (2013) afirman la existencia de una idea de orientar al turismo hacia un desarrollo con inclusión por parte del poder público como “un encadenamiento de lazos de responsabilidades entre el Estado y las distintas comunidades locales que paulatinamente se han ido volcando a este tipo de emprendimientos” (Cáceres, Troncoso & Vanevic, 2013: 4).

Sin embargo, no ha sido posible dar con vasta producción científica que den cuenta de desarrollos turísticos enfocados en las condiciones ambientales y culturales de las comunidades asentadas en el Delta del río Paraná. La mayoría de las investigaciones encontradas se enfocan principalmente en un desarrollo turístico incipiente en el Bajo Delta del Paraná, fijando los objetivos en el eje económico del turismo y en las acciones de los turistas, acorde a una visión económica-céntrica del turismo, que ha puesto la atención en la voz del turista como el único interlocutor válido con el investigador y constituyendo el engranaje principal del sistema turístico (Korstanje, 2020). Goría (2022) realiza una revisión de cuatro experiencias vinculadas al TRC en el Delta del río Paraná intentando establecer el vínculo entre los proyectos turísticos y el desarrollo sustentable de las comunidades isleñas. Los casos analizados son: Isla Botija en la provincia de Buenos Aires, Islote Municipal Curupí, frente a la ciudad de Paraná, provincia de Entre Ríos, Isla del Espinillo, frente a la ciudad de Rosario y Cuidadores de la Casa Común de la ciudad de Victoria, provincia de Entre Ríos. Al respecto, el autor concluye que:

...los proyectos de TRC en el Delta del Paraná, cuando se enmarcan en un proceso autogestivo comunitario y cuentan con un acompañamiento comprometido por actores externos -Estado, ONGs, Universidad, personal técnico y sector privado-, se constituyen en impulsores del desarrollo sustentable de las comunidades isleñas, generando ingresos complementarios a los de sus actividades tradicionales y que, de esta manera, dichas iniciativas de TRC favorecen y promueven el respeto y valoración de la identidad cultural local, al tiempo que contribuyen a generar conciencia ambiental (Goría, 2022:76).

En las experiencias analizadas fue posible identificar ciertos beneficios sociales y ambientales que no se habían previsto en la planificación, ni tampoco integraban los objetivos de las propuestas de TRC. El compromiso de los actores involucrados activamente en el apoyo de las comunidades fue fundamental para enfrentar complicaciones y dificultades propias de estos procesos multiactorales. Así, las estrategias utilizadas para la resolución de estas complejidades manifestaron efectos interesantes generados en el colectivo comunitario: la conformación de redes de trabajo cooperativo, procesos de empoderamiento de las mujeres y de los jóvenes de las comunidades, la valoración de las propias habilidades de gestión, la puesta en valor del territorio por medio de construcción de infraestructura, educación ambiental en defensa de los humedales y la generación de acciones que ayudan a

diversificar las economías locales no sustituyendo, sino complementando los ingresos de las actividades tradicionales.

Sin embargo, ciertas complejidades inherentes a la actividad turística en general y vinculadas a las propuestas de TRC en particular, se manifiestan como desafíos de compleja resolución en todas las propuestas. Una característica de los prestadores de servicios comunitarios es la informalidad histórica en sus prácticas económicas que, juntamente con la inexistencia de legislación provincial que reconozca a los prestadores comunitarios de servicios turísticos forma un complejo presente que es necesario modificar si se quiere que el TRC sea un agente de cambio efectivo. Por otro lado, las dificultades para la difusión y comercialización de las propuestas, pone a las comunidades frente al dilema de mantener el control de este proceso en manos propias o cederlo a la cadena de comercialización turística convencional.

TURISMO SOCIAL

Antecedentes y evolución

Los primeros antecedentes turísticos en Argentina se encuentran a fines del siglo XIX, con el disfrute del tiempo libre por algunas familias de clases acomodadas, actividad a la que le concedían una gran importancia social. Debido a la inexistencia de destinos turísticos, las largas vacaciones durante los meses de verano se realizaban en las casas de campo, constituyendo una anticipación de la demanda a la oferta turística. En este momento aparecen los primeros centros turísticos del país que se enfocan en el aprovechamiento de los recursos naturales, como por ejemplo las propiedades curativas del mar, surgiendo Mar del Plata como el primer destino vacacional de la costa atlántica y el más elegido por las elites porteñas (Wallingre, 2017). Otros desarrollos incipientes se dan en las localidades serranas de la provincia de Córdoba en torno a importantes establecimientos hoteleros como el Edén de La Falda y el Sierras de Alta Gracia. Los centros termales acaparan también la atención de la actividad turística de estos años y se construyen grandes hoteles que promocionan las funciones curativas de las aguas termales, entre los que se encuentran el Gran Hotel Termas de Rosario de la Frontera, en la provincia de Salta y el de Termas de Reyes de la provincia de Jujuy (Bertoncello, 2006). Ya entrado el siglo XX, la actividad turística mantiene un crecimiento sostenido favorecido impulsado por varios factores conjugados: la creación de los primeros parques nacionales, la importante red ferroviaria argentina, y una creciente red vial troncal que estimula el uso del automóvil (Wallingre, 2017).

Si bien las vacaciones pagas en Argentina tienen sus primeros antecedentes en la década del 30, es en el primer peronismo cuando se generalizan, constituyendo uno de los elementos principales de lo que se ha denominado democratización del bienestar. Este proceso de ampliación de derechos parte de aquellos vinculados a las necesidades más elementales, como la vivienda, la jubilación, la salud y la educación, para continuar con otros que eran considerados, hasta ese momento, reservados para

una elite, entre los cuales se encuentran los vinculados al ocio y el esparcimiento (Schenkell, 2017a). Esto permite a las clases medias y trabajadoras el acceso a diversas actividades recreacionales entre las que se encuentra el turismo, dando lugar a la “conquista de las vacaciones” (Pastoriza, 2008:3).

Este proceso recibe el nombre de turismo masivo y se lo caracteriza por el aumento del volumen de turistas, la vinculación del turismo con el mundo del trabajo y el reconocimiento como un derecho de las personas. Durante el gobierno peronista se consolidaron los derechos laborales, principalmente la limitación del tiempo de trabajo diario y semanal, los días de descanso y, finalmente, las vacaciones pagas. Este proceso de ampliación de derechos en el ámbito del turismo se vio favorecido por la consolidación de las estructuras sindicales que, entre otros beneficios para sus afiliados, comenzaron a ofrecer servicios turísticos muchas veces en sus propios establecimientos hoteleros construidos para tal fin (Bertoncello, 2006).

Con la mirada puesta en la consideración del turismo como un derecho de las personas, se inicia el desarrollo del turismo social (TS) en la Argentina, siendo el primer país de América Latina en implementar este tipo de sistema que abarcó a trabajadores, jubilados, pensionados, docentes, estudiantes y niños que, por motivos fundamentalmente económicos, tenían vedado el acceso a las prácticas turísticas (Wallingre, 2017). La cristalización del TS en la agenda pública como política distributiva que buscaba reducir la inequidad en el acceso al ocio entre los diferentes sectores sociales se materializó en la construcción de complejos turísticos propios, como las emblemáticas unidades turísticas de Chapadmalal en la costa atlántica y Embalse en las sierras de Córdoba. La política de TS era centralizada por los sindicatos, por los gobiernos provinciales (que desarrollaban programas propios) y por la Fundación Eva Perón, una entidad vinculada al Gobierno Nacional que busca incluir en las prácticas turísticas principalmente a aquellos colectivos excluidos de la estructura gremial (Schenkel, 2014, 2017a). Uno de los elementos más innovadores de esta política fue la asignación por Ley 13.992/50 de recursos específicos destinados al financiamiento de la infraestructura y programas de TS. Estos fondos provenían del 3% del Sueldo Anual Complementario, más conocido como “aguinaldo” que se retenía a los trabajadores, integrando el Fondo de Turismo Social administrado por la Fundación Eva Perón.

El golpe de Estado de 1955 da inicio a un período de alta inestabilidad del sistema político con alternancia de gobiernos democráticos débiles y dictaduras militares que intervienen fuertemente sobre los derechos de los individuos. La reducción en la transferencia de recursos a las provincias, sindicatos y sector privado provoca una progresiva desarticulación del sistema estatal de TS para nunca repetir el desarrollo inicial alcanzado en la primera mitad de la década de los 50. La dictadura militar iniciada en el 1976 cancela el histórico Fondo de Turismo Social, que había logrado resistir distintas embestidas desde su creación, derogando además toda la legislación nacional referente al TS y sus unidades dependientes (Schenkel, 2017b).

Con la vuelta a la democracia se produce una reformulación de las políticas de TS, vinculando a las lógicas distributivas originales con otras virtudes económicas, relacionadas a la generación de empleo y desarrollo económico. Los sucesivos gobiernos democráticos fortalecen los vínculos con el sector turístico e impulsan el Programa Federal de Turismo Social, que incorpora la oferta privada de hotelería. Así, la demanda subvencionada se erige como una alternativa para romper la estacionalidad propia del sistema turístico local, convirtiendo al TS en un instrumento con una doble funcionalidad: es una reivindicación social para los sectores vulnerables y también una oportunidad económica para el sector prestador de servicios turísticos. Este programa permite pensar en la conciliación de dos lógicas aparentemente disociadas en el ámbito del turismo: una que lo ve como un derecho de todos quienes deseen consumirlo (lógica universalista) y una lógica restrictiva, asociada a la mirada empresarial de maximización de las ganancias (Schenkel, 2018). Sin embargo, la autora concluye que la reconversión del TS como política pública que intenta conciliar las distintas lógicas presentes en la actividad, contribuye principalmente al fortalecimiento del sector turístico en detrimento de su función distributiva.

La Ley Nacional de Turismo N°25.997/05 define al turismo como un derecho social y económico de las personas, dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad de las comunidades, concepto que es ampliado en su decreto reglamentario (N°1.297/06), que sostiene que el disfrute del ocio recreativo es un derecho que deben gozar todos los habitantes del país. En este marco, destacan la importancia de impulsar iniciativas de TS a partir de las cuales el conjunto de la sociedad pueda acceder al ocio en todas sus formas, en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad. El lanzamiento del Plan Nacional de Fortalecimiento del Turismo Social (PNFTS) en el año 2022 busca consolidar el TS como política de inclusión y de desarrollo socio-productivo, otorgándole un lugar central en la agenda sectorial y se articula en torno a tres programas: El Programa Chapadmalal y Embalse, orientado a la recuperación de ambas unidades revalorizando los mismo como construcción simbólica del TS en Argentina; el Programa Red Nacional de Turismo Social, que comprende la ampliación de la oferta pública en todo el territorio del país y el Programa Federal de Turismo Social, que propone la incorporación de propuestas socio-recreativas y deportivas como alternativa o complemento de las prestaciones turísticas y la participación de organizaciones de la economía social y popular, junto a las micro, pequeñas y medianas empresas (Ministerio de Turismo y Deportes, 2022).

Alineado con el PNFTS se publica en octubre de 2022 el Plan Provincial para el Desarrollo del Turismo Social en Santa Fe (PPDTS-SF), a partir de la asistencia y cooperación entre la provincia de Santa Fe y el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación con el objetivo de contribuir al fortalecimiento del TS en la provincia de Santa Fe, a través del desarrollo de propuestas turístico-recreativas accesibles e inclusivas para toda la población, priorizando aquellas personas en situación de vulnerabilidad social y económica. Las líneas de acción propuestas se articulan en torno a los siguientes programas: el Programa de desarrollo y fortalecimiento de la oferta de turismo social en Santa Fe, destinado al posicionamiento turístico del Complejo Social del Túnel Subfluvial Uranga - Silvestre Begnis y el desarrollo de nuevos centros modelo de TS en la provincia; el Programa de

conocimiento y estímulo de la demanda turístico-recreativa vinculada al turismo social y el Programa de planificación y gestión integral del turismo social, que busca articular diferentes acciones entre los actores participantes, fundamentalmente la difusión de la oferta y la capacitación.

COMPLICIDADES ENTRE EL TURISMO RURAL COMUNITARIO Y EL TURISMO SOCIAL

En la caracterización y análisis de los tipos de turismo abordados en los apartados anteriores se identifican algunas similitudes en los fines que persigue cada uno, en los actores que los componen, en los perfiles de los destinatarios y fundamentalmente en los desafíos que deben enfrentar. Al entrecruzar los componentes de estas prácticas turísticas se encuentran coincidencias significativas relacionadas a las oportunidades de impulsar el desarrollo de las comunidades receptoras generando educación ambiental y optimización de los recursos públicos. (Cuadro 3).

La posible interdependencia entre distintas propuestas turísticas es potenciada en contextos complejos que afectan al sector turístico, tal como puede verificarse al analizar los tiempos de pandemia COVID-19. El potencial del TS como generador de demanda que puede ser atendida de manera solidaria y complementaria por el TRC es explícitamente manifestada en el PNFTS, que manifiesta:

“En tiempos de pandemia, el turismo social se posiciona como una alternativa para reimpulsar el turismo nacional, los turismos de proximidad, regionales y locales, a partir del impacto expansivo que suele generar la subvención pública en contextos de crisis; para desmasificar sitios y lugares, con la facilitación de viajes en periodos de baja demanda comercial; e, incluso, para diversificar la oferta, a partir del apoyo de destinos emergentes y modalidades alternativas, de pequeña escala, vinculadas a prácticas de ecoturismo, turismo rural y comunitario” (Ministerio de Turismo y Deportes, 2022:2).

Las propuestas de TRC resultaron afectadas de manera múltiple por el impacto generado por la pandemia COVID 19 ya que, por un lado, han cobrado mayor protagonismo, en tanto se fortalece la necesidad de propuestas de turismo de cercanía, abriéndose una ventana de oportunidad que pone en discusión de una manera como nunca antes ocurrió, la defensa y promoción del turismo sustentable (Castello, 2020). Pero, en otro orden, se magnifican algunas dificultades debido a que los modos de gestión de servicios turísticos desde el colectivo comunitario son en situación de informalidad en su organización empresarial, producto de una historia de vínculos débiles entre las comunidades y el Estado. Esta condición de las organizaciones comunitarias impide el acceso de las mismas a estrategias de recuperación del sector turístico, algunas con probado éxito en la revitalización sectorial, como es el caso de las distintas etapas del PREVIAJE, y niega también la posibilidad de acercamientos al sistema financiero y a sus líneas especiales de crédito creadas para la supervivencia de las empresas turísticas afectadas por la caída de actividad durante y después de la pandemia (Goria, 2022).

Cuadro 3: Complicidades entre Turismo Rural Comunitario y Turismo Social

	TURISMO RURAL COMUNITARIO	TURISMO SOCIAL
FINES	Desarrollo de la comunidades mediante una actividad económica complementaria	Acceso de toda la población a prácticas turísticas recreativas
ACTORES PRINCIPALES	Colectivo comunitario, Estado, ONGs, sector privado (comercialización)	Estado, sector privado de SSTT, incorporación de prestadores comunitarios
PERFIL DEL DESTINATARIO	Turistas comprometidos con criterios de sustentabilidad	Sectores vulnerables social y económicamente
DESAFÍOS	Visibilización y comercialización. Formalizar la actividad. Alcanzar sustentabilidad en todas sus dimensiones	Ofrecer propuestas turísticas de calidad, sustentables y competitivas
OPORTUNIDADES	Impulso del desarrollo local. Generación de redes de cooperación. Empoderamiento de mujeres y jóvenes. Educación ambiental	Colaborar con el desarrollo y educación ambiental, desestacionalizar la oferta, incorporar organizaciones de la economía social y comunitaria

Fuente: Elaboración propia

En este marco, la reconstrucción de la actividad constituye una prioridad que requiere de procesos innovadores como un requisito excluyente para la supervivencia del sector, pensando a la innovación como un cambio incremental o radical de las estructuras existentes a los fines de solucionar un problema complejo o una debilidad, generando beneficios para la comunidad, recurriendo a la colaboración y articulación de los actores involucrados (Levalle & Perotti, 2020)

REFLEXIONES FINALES: HACIA UNA NUEVA TIPOLOGÍA, EL TURISMO SOCIAL COMUNITARIO

El desarrollo del TS en la Argentina tiene un largo recorrido, con un crecimiento exponencial en la década del 50 y una evolución posterior que alternó etapas de expansión y de retracción, siguiendo los vaivenes políticos, económicos y sociales del país, pero sin alcanzar nunca los niveles registrados durante el primer peronismo. La Ley Nacional del Turismo N° 25.997/05 define al turismo como un derecho social y económico de las personas y revitaliza al TS con una planificación específica, el

PNFTS, intentando consolidar este tipo de turismo como política de inclusión y de desarrollo socio-productivo, otorgándole un lugar central en la agenda sectorial.

El TRC en el Delta del Paraná tiene escasos antecedentes y sus propuestas se encuentran en distintos grados de evolución que no alcanzan a consolidarse como una propuesta completa, diferenciándose así de otras tipologías de turismo más tradicionales con fuerte presencia del sector privado. Sin embargo, se verifica que los procesos autogestivos de origen comunitario que cuentan con un acompañamiento comprometido por actores externos a la comunidad generan propuestas turísticas de calidad, respetuosas de la identidad, cultura y ambiente locales. Además, estos proyectos son impulsores del desarrollo sustentable de las comunidades isleñas y generadores de ingresos complementarios a los de sus actividades tradicionales, así como de otros múltiples beneficios adicionales.

No obstante, el TRC presenta múltiples dificultades vinculadas a las complejidades del turismo en general y a los prestadores turísticos comunitarios en particular, siendo la organización del colectivo local y la comercialización de su producto turístico los más determinantes. Estas problemáticas se han acentuado notablemente en el contexto de la pandemia COVID-19, afectando a los proyectos de turismo de las comunidades por partida doble; por un lado, se redujo la cantidad de visitantes a los destinos ofrecidos y por el otro fue imposible para estos prestadores acceder a herramientas de crédito –tanto provenientes del sector público como del sector financiero formal- y a otras estrategias destinadas a la revitalización de la actividad turística, entre ellos el programa Previaje. Durante la pandemia, el Estado nacional creó programas de asistencia económica destinados a sostener las microempresas turísticas durante el período en que no obtuvieran ingresos, pero en muchas provincias los colectivos comunitarios prestadores de servicios de TRC no pudieron acceder a esos beneficios por no estar reconocidos oficialmente como empresas turísticas.

Al entrecruzar las características y evolución del TRC y el TS se encuentran algunos puntos de encuentro que permiten pensar en el potencial de uno de ellos colaborando para la resolución de los desafíos del otro, construyendo sinergia entre los actores involucrados, y generando beneficios para todos ellos. Es necesario avanzar en la consolidación de estrategias innovadoras que acentúen el carácter simbiótico de la relación entre el TRC y el TS, permitiendo de esta manera que ambos se unifiquen en un producto de calidad prestado por las comunidades locales y disfrutado por todos los visitantes, priorizando aquellos cuyo acceso al turismo ha sido históricamente vedado.

En este sentido, es factible entender a la interdependencia entre estas prácticas turísticas analizadas como una nueva tipología denominada TURISMO SOCIAL COMUNITARIO (TSC), que se define como un tipo de turismo de pequeño formato establecido en zonas rurales y en donde la población local, a través de sus estructuras organizativas colectivas es la encargada de la planificación, gestión y control de los servicios turísticos, ofreciendo actividades respetuosas con el medio natural, cultural y social y con los valores de la comunidad, privilegiando la llegada de visitantes de sectores

vulnerables, generando un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, en una relación justa y con un reparto equitativo de los beneficios entre los miembros del colectivo local.

Para hacer posible la evolución de esta nueva tipología es importante determinar el rol que los distintos actores cumplen en el acompañamiento del proceso autogestivo de la comunidad, que se ve enriquecido con miradas particulares sin que se modifique el protagonismo del colectivo en la toma de decisiones. El desarrollo local debe ir acompañado de instancias de capacitación y formación de los residentes con el fin de alcanzar mayor autonomía en todas las áreas de acción.

La subvención del TSC debe partir fundamentalmente desde el Estado en todos sus niveles debido a que tanto la comunidad receptora como los visitantes de estas propuestas turísticas pertenecen a sectores con distintos grados de vulnerabilidad, garantizando así que el conjunto de la sociedad pueda acceder al ocio en todas sus formas, en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad. También es función gubernamental generar políticas públicas sectoriales para la promoción de los proyectos de TSC y consensuar planes de gestión cuyo fine sea constituir procesos orientadores y articuladores de la actividad, reafirmando voluntades, optimizando recursos y encaminando los esfuerzos hacia un modelo concertado. De esta manera se podrá posicionar al TSC en un lugar central de la agenda sectorial como una alternativa para desmasificar destinos sobreexplotados, para desestacionalizar la demanda comercial y para diversificar la oferta, impulsando los destinos emergentes de pequeña escala.

La participación de ONGs y la universidad son fundamentales en los proyectos turísticos nuevos para el asesoramiento de los equipos técnicos y acompañamiento a los colectivos comunitarios en los procesos de decisión, así como en la producción de conocimiento. El aporte de estas organizaciones en las distintas etapas de los desarrollos genera normativas, indicadores de sostenibilidad y recomendaciones de mecanismos y funciones de los distintos actores participantes, colaborando así a alcanzar los objetivos planteados. El sector privado participa de manera indirecta con una gran cantidad de proveedores de productos y servicios que forman parte de la experiencia del turista y que constituyen una cadena de valor desde la planificación del viaje, la llegada al destino hasta el regreso al lugar de origen.

En el caso particular de las propuestas turísticas en las islas del Delta del río Paraná, la existencia de barreras sociales, culturales, económicas y geográficas demanda estrategias orientadas a este contexto específico que, a pesar de disponer de un alto potencial para el impulso de la actividad, se encuentra al margen de las dinámicas de desarrollo. Estos proyectos deben ser priorizados a través de un trabajo en conjunto entre el Estado nacional, provincias, municipios y población local con la gestión de instrumentos de apoyo y financiación que contribuyan a la generación de oportunidades de esparcimiento accesibles para el público objetivo.

Con el surgimiento del TSC se abre un abanico de desafíos importantes y oportunidades valiosas que deberán ser trabajadas con innovación y creatividad con el fin de generar beneficios en los actores involucrados para impulsar el desarrollo sostenible de la comunidad receptora y garantizar a todos los ciudadanos el acceso al turismo como un derecho.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, M.** (2006), Conceptualización, origen y evolución del turismo. México, Editorial Trillas. Disponible en <http://104.207.147.154:8080/handle/54000/1177>
- Astelarra, S. & Domínguez, D.** (2015). Los junqueros de las islas del delta del Paraná: sujetos emergentes en un territorio amenazado. Estudios socioterritoriales. Revista de Geografía. N° 17 ene-jun, pp. 129-162. Disponible en <http://www.scielo.org.ar/pdf/esso/v17/v17a06.pdf>
- Báez, A. & Acuña, A.** (2003) Guía para las mejores prácticas del ecoturismo en áreas protegidas, México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. Disponible en: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-0/Modulos/Modulo2/Principales/001.pdf>
- Benencia, R., & Forni, F. H.** (1988). El proceso de diferenciación económica en comunidades de pesca artesanal en el área del Paraná Medio. Cuadernos de antropología social, N° 1. Disponible en <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/CAS/article/view/4897>
- Bertoncello, R.** (2006), "Turismo, territorio y sociedad. El mapa turístico de la Argentina", en publicación: América Latina: cidade, campo e turismo, CLACSO, San Pablo.
- Bó, R. F. & Quintana, R. D.** (2010). Caracterización general de la región del Delta del Paraná. En D.E. Blanco y F.M. Méndez (eds.) Endicamientos y terraplenes en el Delta del Paraná: Situación, efectos ambientales y marco jurídico. Fundación Humedales / Wetlands International. Buenos Aires, Argentina. Disponible en http://server.ege.fcen.uba.ar/pcourtalon/PDF4LIBRO_WETLAND2010.pdf
- Bó, R. F.; Quintana, R. D.; Courtalón, P.; Astrada E.; Bolkovic, M. L.; Lo Coco, G. & Magnano, A.** (2010). Efectos de los cambios en el régimen hidrológico por las actividades humanas sobre la vegetación y la fauna silvestre del Delta del Río Paraná. En D.E. Blanco y F.M. Méndez (eds.) Endicamientos y terraplenes en el Delta del Paraná: Situación, efectos ambientales y marco jurídico. Fundación Humedales / Wetlands International. Buenos Aires, Argentina. Disponible en http://server.ege.fcen.uba.ar/pcourtalon/PDF4LIBRO_WETLAND2010.pdf
- Bonomo, M., Prado, V. D., Silva, C. B., Scabuzzo, C., Van** (2019). Las poblaciones indígenas prehispánicas del río Paraná Inferior y Medio. Revista Del Museo De La Plata, Vol 4 N° 2, pp. 575–610. Doi: <https://doi.org/10.24215/25456377E089>
- Cáceres, C.; Troncoso, C.; Vanevic, P.** (2013) Nuevas modalidades turísticas en Argentina. Experiencias de Turismo Comunitario en la provincia de Salta. Congreso de Turismo El Turismo y los Nuevos Paradigmas Educativos. Ushuaia. Disponible en: https://www.conicet.gov.ar/new_scp/detalle.php?keywords=&id=56747&congresos=yes&detalles=yes&congr_id=7291292

- Castello, V.** (2020) Desafíos y oportunidades para el turismo en el marco de la pandemia COVID-19. Cuadernos de Política Exterior Argentina (Nueva Época), N° 131, pp. 115-118 - ISSN 1852-7213 (edición en línea). Disponible en: <http://www.publicacionescerir.com/pdf/CUPEA/cupea131.pdf>
- Centro Científico, Tecnológico y Educativo Acuario del Río Paraná** (s.f.). Ecorregión: Islas y Delta del Paraná. Consultado el 20 de octubre de 2021. Disponible en <http://www.acuariodelrioparana.gob.ar/wp-content/uploads/sites/14/2020/11/Ecorregion-Delta-e-Islas-del-Parana.pdf>
- Ceruti, C. N. (2002). Entidades culturales presentes en la cuenca del Paraná Medio (margen entrerriana). Revista Mundo de Antes, N° 3, pp. 111-135. Disponible en <http://www.mundodeantes.org.ar/pdf/revista3/7%20Articulo%20Ceruti.pdf>
- Chávez, E.; Osorio, J. A.** (2006). Turismo y sustentabilidad: de la teoría a la práctica en Cuba. Cuadernos de turismo, N° 17, pp. 201-221. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/398/39801710.pdf>
- Convención de Ramsar** (1971). La Convención sobre los Humedales. Disponible en https://www.ramsar.org/sites/default/files/documents/library/current_convention_text_e.pdf
- Donadille, G.; Postma, J.; Prol, L. & Vizia, C.** (2010). Producciones, endicamientos y medios de vida en el Delta del Paraná. En Blanco D.E. y Méndez F.M. (eds.) Endicamientos y terraplenes en el Delta del Paraná: Situación, efectos ambientales y marco jurídico. Fundación Humedales / Wetlands International. Buenos Aires, Argentina. Disponible en http://server.ege.fcen.uba.ar/pcourtalon/PDF4LIBRO_WETLAND2010.pdf
- Ferrería, S.; Svatetz, J. & Trevisán, F.** (2019). Red de ecoturismo comunitario litoral – cuidadorxs de la casa común. II Congreso Nacional de Economía Social y Solidaria. Universidad Nacional de Quilmes. Quilmes. Provincia de Buenos Aires. Disponible en <https://observatorioess.org.ar/2020/10/30/red-de-ecoturismo-comunitario-litoral-cuidadorxs-de-la-casa-comun/>
- Galafassi, G.** (2004a). Colonización y conformación moderna de las tierras del Delta del Paraná, Argentina (1860-1940). Revista complutense de historia de América, ISSN 1132-8312, N° 30, 2004, pp. 111-130.
- Galafassi, G.** (2004b). Historia económica social del Delta del Paraná. Cuaderno de trabajo N° 17. Instituto de Investigaciones Histórico-Sociales. Universidad Veracruzana. Veracruz.
- Galafassi, G.** (2005). La Pampeanización del Delta. Sociología e historia del proceso de transformación productiva, social y ambiental del bajo delta del Paraná. Extramuros Ediciones, Buenos Aires.
- Gascón, J. & Cañada, E.** (2005). Viajar a todo tren: Turismo, Desarrollo y Sostenibilidad. Barcelona. Editorial Icaria. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=259607>
- Gastellu, J.** (2016). Transformaciones socioeconómicas y prácticas estatales en Islas del Delta del Río Paraná Bonaerense. [Tesis de magistratura, Universidad Nacional de San Martín]. Disponible en <http://ri.unsam.edu.ar/handle/123456789/774>
- Gentile, E. & Natenzón, C. E.** (1998). Ordenamiento del territorio en el delta del Paraná. En: Travaux du Laboratoire de Géographie Physique Appliquée, N° spécial. El Delta del Paraná aspectos naturales y antrópicos, pp. 71-112. Doi: <https://doi.org/10.3406/tlga.1998.1085>

- Goria, R. J.** (2022). Turismo sustentable y comunidades locales: experiencia de turismo rural comunitario en las islas del delta del Paraná (2009 - 2021) [Trabajo Integrador Final de Grado, Universidad Nacional de Rosario]. Disponible en <https://rephip.unr.edu.ar/items/f8f37d6d-5829-4cf3-b7b7-4bc199945439>
- Jiménez, C. C.** (2006). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. El periplo sustentable, N° 11, pp. 5-21. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193420679001.pdf>
- Jiménez López, O., & Cavazos Arroyo, J.** (2012). El turismo orientado a los pobres: una alternativa estratégica para los países en desarrollo. Pasos Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural, 10(5):451-465. Doi: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.062>
- Kandus, P., N. Morandeira & F. Schivo (eds).** (2010). Bienes y Servicios Ecosistémicos de los Humedales del Delta del Paraná. Fundación Humedales / Wetlands International. Buenos Aires, Argentina. Disponible en https://produccion-animal.com.ar/regiones_ganaderas/27-Ecosist_del_Delta-2010.pdf
- Kieffe, M.** (2018). Conceptos claves para el estudio del Turismo Rural Comunitario. El periplo sustentable, N° 34, pp. 8-43. Disponible en <http://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n34/1870-9036-eps-34-8.pdf>
- Korstanje, M. E.** (2020). El COVID-19 y el turismo rural: una perspectiva antropológica. Revista Dimensiones Turísticas. Vol. 4, N° especial, septiembre 2020 / pp. 179-196. Doi: <https://doi.org/10.47557/CKDK5549>
- Levalle, M., & Perotti, S.** (2020). Turismo, pandemia ¿y después?: Desafíos de la formación profesional en un nuevo escenario. Temas y Debates, (40), 459-465. Disponible en http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1853-984X2020000300046&script=sci_arttext
- Maldonado, C.** (2005), Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario. Documento de trabajo N° 13 de la Oficina Internacional del Trabajo, Ginebra, ISBN: 92-2-317378-7. Disponible en http://ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_117525.pdf
- Malvárez, A. I.** (1997). Las comunidades vegetales del Delta del río Paraná. Su relación con factores ambientales y patrones de paisaje. [Tesis Doctoral, Universidad de Buenos Aires]. Argentina. Disponible en https://bibliotecadigital.exactas.uba.ar/download/tesis/tesis_n2900_Malvarez.pdf
- Mandrini, R.** (2008). La Argentina aborígen: de los primeros pobladores a 1910. Siglo XXI Ediciones. Buenos Aires.
- Minaverry, C. M.** (2019). Enfoque ecosistémico, pago de servicios y análisis comparativo del marco legal para la protección de los bosques nativos en dos regiones forestales argentinas. Ius et Praxis, Vol. 25, N° 1, pp. 441-480. Doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-00122019000100441>
- Ministerio de Turismo de la Nación** (2015). Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Actualización 2014. Disponible online en <https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/Plan-Federal-Estrategico-Turismo-Sustentable-2025.pdf>
- Ministerio de Turismo y Deportes,** (2022). Plan Nacional de Fortalecimiento del Turismo Social. Disponible en https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2022/06/plan_nacional_de_fortalecimiento_del_turismo_social.pdf

- Pandiani, M. 6 Chaves, E.** (2009). Ecoturismo: Posibilidades de su implementación en el Parque General San Martín – Paraná (Entre Ríos). III Fórum Internacional De Turismo Do Iguassu – Foz de Iguazú (Brasil). Disponible en <https://festivaldascataratas.com/wp-content/uploads/2014/01/1.-ECOTURISMO-POSIBILIDADESDE-SU-IMPLEMENTACION-EN-EL-PARQUE-GENERAL-SAN-MART%c3%8dN.pdf>
- Pastoriza, E.** (2008). El turismo social en la Argentina durante el primer peronismo. Mar del Plata, la conquista de las vacaciones y los nuevos rituales obreros, 1943-1955. Nuevo Mundo Mundos Nuevos. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2886541>
- Quintana, R.D.; Bó, R.; Merler, J; Minotti, P. & Malvárez, A.I.** (1992). Situación y uso de la fauna silvestre en la región del Bajo Delta del río Paraná, Argentina. Iheringia, Sér. Zool., N° 73, pp. 13-33
- Sánchez Fernández, M. D.** (2013). Turismo socialmente responsable en destino: la Comunidad Autónoma de Galicia. Revista de responsabilidad social de la empresa, ISSN 1888-9638, N°. 13, pp. 175-200. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4966280>
- Schenkel, E. N.** (2014). La inserción del turismo social a la agenda pública en la Argentina. Buenos Aires. Disponible en <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/21814>
- Schenkel, E.** (2017a). Política turística y turismo social. Una perspectiva latinoamericana. Buenos Aires: Clacso y Ciccus.
- Schenkel, E.** (2017b). La desarticulación de la política argentina de turismo social de mediados del siglo XX. Anais Brasileiros de Estudos Turísticos, 50-64. Disponible en <https://periodicos.ufjf.br/index.php/abet/article/view/3174>
- Schenkel, E.** (2018). El turismo social del siglo XXI: ¿una política para los consumidores o para los proveedores del servicio? Argentina, 2000-2015. Apuntes, 45(83), 67-92. Disponible en http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S0252-18652018000200003&script=sci_arttext
- Taller Ecologista** (2010). Humedales del Paraná. Biodiversidades, usos y amenazas en el Delta Medio. Edición digital. Disponible en <https://tallerecologista.org.ar/wp-content/uploads/2019/10/Humedales-del-Parana.pdf>
- Taller Ecologista y Fundación M'biguá** (2009). Islas del Paraná: la última frontera. Edición digital. Disponible en <https://tallerecologista.org.ar/wp-content/uploads/2021/10/laultimafrontera.pdf>
- Vinasco Guzmán, M. C.** (2017). Marco teórico para la construcción de una propuesta de turismo rural comunitario. RIAA, Vol. 8, N° 1, pp. 95-106. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6285715>
- Wallingre, N.** (2017), Desarrollo del turismo como política de Estado en Argentina. Antecedentes y transformaciones; en Wallingre, N. (Coord.), Desarrollo del Turismo en América Latina, enfoques e internacionalización, Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/1022/desarrollo_del_turismo.pdf?sequence=1
- Zagel M.; Iglesias, A.** (2017) Turismo en las áreas naturales protegidas del bajo delta del río Paraná. En: Paz M. (presidencia) VIII Simposio Internacional y XIV Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo. CONDET.

OLEOTURISMO EN ARGENTINA

El ejemplo de “Olivares de las Sierras” – Provincia de Buenos Aires

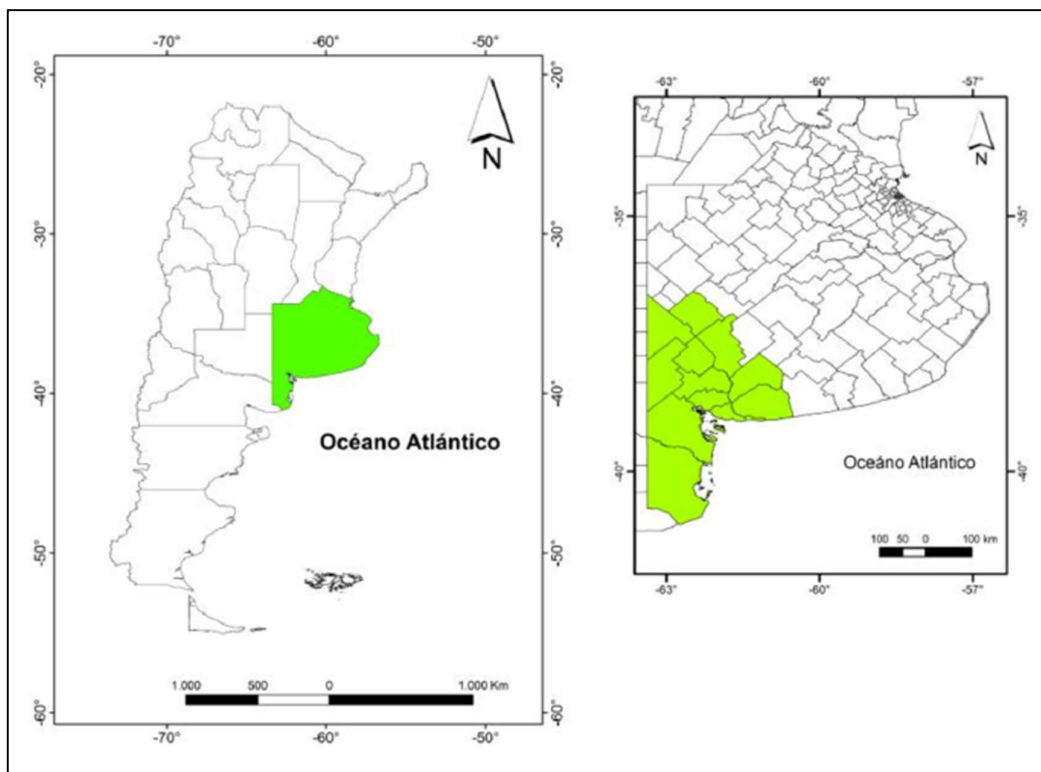
Yanina TORRES
Patricia ERCOLANI

INTRODUCCIÓN

El oleoturismo, práctica turística cuya motivación está relacionada con el aceite de oliva y los recursos asociados al olivar, se presenta como una oportunidad de diversificación de las economías regionales. El presente artículo, analiza el desarrollo integral del emprendimiento “Olivares de las Sierras” en el partido de Tornquist, provincia de Buenos Aires, desde su concepción como proyecto de investigación académica hasta su consolidación actual.

Si bien hasta el año 2016 no se habían desarrollado cultivos de olivo en el distrito de Tornquist, las experiencias existentes en la región (Coronel Dorrego, Villarino y Puan, entre otros) y los premios obtenidos por éstas, demostraban las condiciones favorables del Sudoeste Bonaerense (Figura 1) para la producción olivícola.

Figura 1: Izquierda: Mapa de la República Argentina y en verde la provincia de Buenos Aires. Derecha: Mapa de la provincia de Buenos Aires y en verde el sudoeste bonaerense.



Fuente: Goñi, L. (2020:5)

“El olivo está asociado a zonas de clima mediterráneo caracterizado por inviernos suaves y veranos cálidos. La planta crece y fructifica apropiadamente entre las latitudes 30° a 40° del hemisferio sur; dando mejor calidad de aceite en zonas con más frío como nuestro SO Bonaerense y Norte de la Patagonia Argentina, lo cual podemos aprovechar para producir aceites de mayor calidad”. (Tranier, M. et al.; 2012:1)

Además, *“el olivo tiene mayor rentabilidad por hectárea que la agricultura o la ganadería, permitiendo el aprovechamiento de tierras no aptas para otros cultivos o que directamente no se utilizan por otros motivos, como lomadas o sitios de piedemonte”* (Tranier, M. et al.; op cit.), lo cual era sumamente favorable para el proyecto, ya que la finca donde se planteaba la posibilidad de implantar el olivar, cuenta sólo con 14 has., a la vera de un cerro del cordón de Ventania.

Todas estas características, sumadas a la ubicación del predio, en pleno corredor turístico sobre la Ruta Provincial N°76, y los resultados favorables de las encuestas realizadas al público objetivo, hacían suponer que el desarrollo de una producción de este tipo, con visitas guiadas a la plantación e instalaciones y venta al público de aceite de oliva virgen extra envasado; sería un emprendimiento innovador. En su conjunto, permitiría diversificar la producción local, a la vez que generaría una nueva atracción para los turistas, ofreciendo un producto sustentable, de calidad, alto valor agregado y con gran identidad local.

La pandemia por Covid-19 retrasó la apertura del establecimiento al público, pero una vez superado el aislamiento y reactivada la actividad turística, comenzaron a desarrollarse visitas guiadas y venta de aceite de oliva virgen extra y productos derivados, confirmando la hipótesis planteada en el inicio del proyecto, sobre la viabilidad de un emprendimiento de oleoturismo en el distrito de Tornquist.

TURISMO EN EL ESPACIO RURAL

La pérdida de calidad asociada al modelo turístico convencional, debido en parte a la estandarización de la oferta y servicios, así como al deterioro de recursos y atractivos, ha propiciado la emergencia del turismo alternativo. Este enfoque abarca nuevas modalidades, destacándose aquellas que se despliegan en el espacio rural, experimentando un notable crecimiento como opción innovadora para un tipo de turista más comprometido con el medio ambiente y en búsqueda de nuevas experiencias.

“Frente al modelo de turismo tradicional en el que existe el riesgo a que se pierda el atractivo original por la masificación de la oferta, el turismo alternativo pretende ser una forma menos agresiva con el medio ambiente e invertir mayores esfuerzos en preservar los valores naturales y culturales de los destinos turísticos (Alonso y Múgico 1998)”. (Fullana, P. & Ayuso Siart, S., 2002:41)

El incremento del interés de la demanda por destinos y productos alternativos, sumado a la necesidad de los productores rurales de incorporar otras opciones a la producción rural para diversificar sus ingresos; ha conferido relevancia a los espacios rurales como escenarios propicios para prácticas turísticas recreativas. Este fenómeno, no solo beneficia a los visitantes en busca de experiencias más auténticas y sostenibles, sino que también contribuye al desarrollo económico de las comunidades rurales al proporcionarles, entre otras, oportunidades para ampliar sus fuentes de ingresos.

Este cambio ha sido acompañado por diversas políticas públicas desarrolladas por distintos organismos *“en vistas a promover una actividad que no degradara el medio ambiente, que rescatara las costumbres y tradiciones locales y que, a la vez, resultara sostenible económicamente. En este proceso el INTA tuvo una actuación especial, muy importante”*. (Scalise, J., 2012:16)

Para el caso de Argentina pueden mencionarse como antecedentes el Programa Argentino de Turismo Rural “RAÍCES” (2000); el Programa PROFODE (2004); la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (2006); el PRONATUR (2008); Senderos de Argentina (2010); Programa TERRA (Turismo en espacios rurales de la República Argentina) (2010) y Pueblos Auténticos (2017). Más recientemente, iniciativas promovidas por el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación han cobrado relevancia. Entre ellas se encuentra Experiencias Argentinas para vivir, una iniciativa lanzada en el marco del programa “PreViaje”, donde se promocionaron más de un centenar de experiencias turísticas, con la finalidad de visibilizar y poner en valor pueblos, localidades y pequeños poblados, haciendo hincapié en aspectos como la gastronomía identitaria, la historia y la cultura. Asimismo, La Ruta Natural es un programa federal que busca impulsar el desarrollo territorial a través del turismo de naturaleza y su oferta turística complementaria, tanto a nivel nacional como internacional.

“Según la Organización Mundial de Turismo, el término turismo rural se utiliza cuando la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido. El rasgo distintivo de los productos del turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local”. (Román, M. F., 2009:14)

Al referirse específicamente al turismo en espacios rurales, se trata de integrar los flujos turísticos que se desarrollan en el medio rural, lo que permite incluir todos los movimientos turísticos que se despliegan en un entorno no urbano, independientemente de las motivaciones, el interés por la cultura rural, las relaciones que se puedan establecer con la población agraria e incluso, los tipos de alojamiento. (Subsecretaría de Desarrollo Turístico, Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, Dirección de Desarrollo de la Oferta, Ministerio de Turismo de la Nación, 2010)

OLEOTURISMO

El oleoturismo surge como respuesta a la necesidad de diversificar los ingresos en los establecimientos olivícolas, consolidándose como una oferta turística específica.

“Aunque en primera instancia pueda sorprender, el oleoturismo es una tipología turística de carácter incipiente, que empieza a asentarse en algunos destinos turísticos sin importar el nivel de madurez de estos. En algunos casos se establece como el principal reclamo para los visitantes, mientras que en otros se constituye como parte de la oferta existente en el destino, enriqueciendo la variedad de actividades que pueden llevarse a cabo en el mismo”. (Casado Montilla, J., 2022:64)

Si bien España puede considerarse el principal oferente de actividades oleoturísticas, debido a su condición de mayor productor mundial de aceite de oliva; *“son multitud los destinos en el mundo que están apostando por el oleoturismo, ya sea desde iniciativas privadas o públicas, mereciendo una mención la región del sudoeste bonaerense (Argentina), Uldecona (España), la región de la Provenza (Francia), la isla de Creta (Grecia) o Wagga Wagga (Australia)”.* (Casado Montilla, J., 2022:69)

Según la definición de Casado Montilla (2022:65), el oleoturismo se conceptualiza como *“un viaje de ocio, o de negocios, que requiere necesariamente, al menos, una pernoctación por parte del viajero, cuyo desplazamiento está motivado por el conjunto de actividades cuya base es el aceite de oliva y la cultura, el patrimonio, el paisaje y las costumbres de la población que giran a su alrededor”.*

Esta tipología de turismo proporciona numerosos beneficios a los productores agropecuarios y sus comunidades; no sólo a través de la diversificación del ingreso, sino también con la puesta en valor del patrimonio natural y cultural, la generación de empleo y la comercialización directa de los productos relacionados con el aceite de oliva.

“En cuanto al potencial del oleoturismo para los territorios, es notorio cómo su puesta en marcha favorece la dinamización de la economía local. En primer lugar, este va a contribuir a la conservación de los recursos naturales, culturales y patrimoniales, lo que se traduce, de manera directa, en la generación de empleos vinculados a la actividad turística, gracias al aprovechamiento de dichos recursos (Orgaz-Agüera, Moral, López-Guzmán y Cañero, 2018). En segundo lugar, el oleoturismo se percibe como una herramienta que permite a las empresas, en el caso de almazaras y empresas vinculadas a la producción y venta de aceite de oliva, la obtención adicional de ingresos, junto a la creación de un escaparate que les va a permitir mostrar sus productos a un público mayor, además de transmitir la imagen deseada gracias a los productos turísticos en los que el turista está involucrado en la recolección de la aceituna y la extracción del aceite de oliva. Finalmente, todos estos impactos sociales y económicos del oleoturismo se traducen en la capacidad de luchar contra el éxodo rural a través de la generación de empleo, formación y oportunidades para sus residentes”. (Casado Montilla, J., 2022:66).

COMPONENTES DE LA OFERTA

Según varios autores (Galera Alegre (2020); Locatelli y Elías (2022); Casado Montilla (2022)) la oferta oleoturística es diversa. Esta incluye una amplia gama de actividades llevadas a cabo por empresas y organizaciones relacionadas con la producción de aceite de oliva, como se detalla en la Tabla 1.

Tabla 1: Oferta de Oleoturismo

ACTIVIDAD/EXPERIENCIA	DESCRIPCIÓN
Visitas a las fincas olivícolas	Visitas guiadas por el olivar, explicando el proceso de producción y todos aquellos elementos del patrimonio etnográfico en torno al olivo y su patrimonio natural. Durante la visita, se puede realizar actividades complementarias como: cosecha de aceitunas, senderismo, observación de aves, entre otros.
Visitas guiadas a las almazaras para conocer el proceso de extracción del aceite	Visita guiada a las almazaras, tanto a las más actuales como a las tradicionales, donde se explica la función y funcionamiento de las mismas, desde la recepción del fruto, elaboración, almacenaje y envasado.
Elaboración del propio aceite en almazara	Visitas experienciales donde los turistas pueden elaborar su propio aceite con ayuda de los expertos.
Experiencias gastronómicas relacionadas con el aceite	Actividades relacionadas con la posibilidad de realizar catas de aceite dirigidas por expertos (a nivel aficionado o profesional), degustaciones de AOVEs, o el consumo de platos y postres elaborados con el aceite de oliva como producto clave de la experiencia.
Olivoterapia en spas y balnearios	Visitas a spas y/o balnearios donde se realizan tratamientos de belleza (exfoliación, masajes, aromaterapia, cuidados de la piel) a base de oliva y/o sus derivados.
Talleres de cosméticos	Participación en la elaboración de cosméticos naturales a base de aceite de oliva.
Museos del aceite y centros de interpretación del aceite	Visita guiada a antiguos molinos puestos en valor como museos; Centros de interpretación del AOVE; y, visita a jardines temáticos con distintas variedades de olivos, que constituyen un entorno didáctico e interactivo para sus visitantes.
Alojamientos rurales en torno a los olivares	Alojamientos rurales con un enclave propio del olivar, en cortijos y almazaras rehabilitados para tal fin y complejos hoteleros alrededor del aceite.
Tiendas, espacios gourmet y oleotecas	Venta de AOVE, productos gourmet, cosmética, souvenirs y otros productos artesanales desarrollados con madera de olivo, aceite de oliva, huesos de aceituna, entre otros; con la finalidad de fidelizar a los potenciales clientes y extender su experiencia una vez hayan regresado a su hogar.
Fiestas, eventos y ferias	Difusión de las características y beneficios del AOVE, puesta en valor del patrimonio gastronómico y artístico cultural, venta de AOVE y derivados.

Fuente: Elaboración propia a partir de Galera Alegre (2020); Casado Montilla (2022) y Locatelli & Elías (2022).

CARACTERÍSTICAS DEL OLEOTURISTA

“Millán et al. (2015) considera como oleoturista a aquella persona que realiza un desplazamiento en su tiempo de ocio, a un lugar distinto al de su residencia habitual, para profundizar en el conocimiento de la cultura del olivo y del aceite, no teniendo que alojarse en un lugar específico. Estos autores mencionan varias de las actividades que los oleoturistas realizan entre las que se destacan: visita a antiguos molinos o haciendas, a tiendas especializadas o museos del aceite; visitas a explotaciones y contemplación de los paisajes del olivar; participación en fiestas y actividades gastronómicas con el aceite de oliva como protagonista; asistencia a ferias y conocimiento de las características de otras industrias relacionadas con el olivo y el aceite de oliva (cosmética, conserveras, artesanía de madera, aceitunas aderezadas, etc.)”. (Locatelli, J.M. & Elías, S.R., 2022: 6)

Por su parte, Casado Montilla expresa que, al ser el oleoturismo una tipología turística incipiente, existen muchos interrogantes con respecto al comportamiento y necesidades de los visitantes. Sin embargo, el auge de los últimos años ha llevado a realizar diferentes estudios, pudiendo en la actualidad categorizar la demanda *“en cuatro grupos bien diferenciados (véase Tabla 2) en función de unas pautas de comportamiento comunes, lo que facilita a la oferta la planificación, creación y promoción de sus productos oleoturísticos.”* (Casado Montilla, J., 2022:70)

Tabla 2: Características del Oleoturista

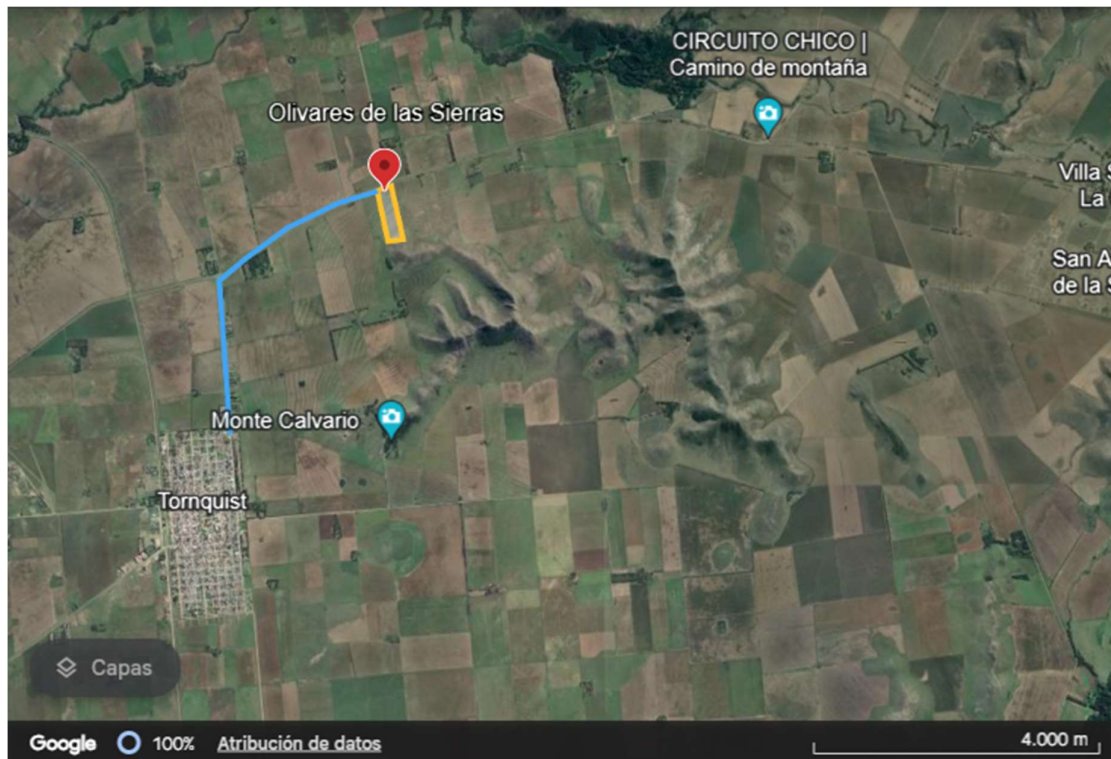
TIPO DE OLEOTURISTA	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS
Oleoturistas aficionados	Residentes o visitantes que no pernoctan en la ciudad. Los no residentes que pernoctan optan por hoteles o casas de familiares y amigos. Buscan mejorar sus conocimientos sobre las variedades de aceite de oliva y realizar actividades beneficiosas para la salud. Reservan mayoritariamente de manera online o directamente en las instalaciones de la empresa.
Oleoturistas experienciales	No residentes de los cuales el 50% pernocta en otra ciudad. Eligen hoteles y pensiones. Buscan mejorar sus conocimientos sobre las variedades de aceite de oliva para aprovecharlos a nivel profesional. Reservan a través de su lugar de trabajo y online.
Oleoturistas de media jornada	No residentes que pernoctan en otra ciudad, en hoteles o casas de familiares y amigos. Buscan conocer el origen y el entorno de una Denominación de Origen y conocer las propiedades organolépticas del aceite de oliva. Reservan de manera directa con la empresa.
Oleoturistas entusiastas	No residentes que pernoctan en la ciudad, principalmente en hoteles. La mayoría busca conocer las propiedades organolépticas del aceite de oliva. Generalmente reservan por vía telefónica.

Fuente: Elaboración propia en base a Casado Montilla (2022)

ANÁLISIS DE “OLIVARES DE LAS SIERRAS”

El distrito de Tornquist se encuentra al sudoeste de la provincia de Buenos Aires, entre los cerros más altos del sistema de Ventania. Allí, la vida al aire libre y el contacto con la naturaleza son el principal atractivo. En un recorrido de tan sólo 50 kilómetros, Tornquist, Villa Serrana La Gruta, Villa Ventana, Sierra de la Ventana y Saldungaray, forman la Comarca Turística Sierras de la Ventana. La finca se encuentra ubicada a 6 kilómetros de la localidad cabecera, sobre el denominado Corredor Turístico de la Ruta Provincial N°76 (véase Figura 2).

Figura 2: Localización de “Olivares de las Sierras” y recorrido desde Tornquist



Fuente: Elaboración propia en Google Earth (2023)

Las actividades que se pueden realizar son múltiples e incluyen golf, trekking, cabalgatas, mountain bike, canopy, arquería, senderismo, escalada, paseos en 4X4 y cuatriciclos, ideales para disfrutar en familia. Los circuitos religiosos e histórico-culturales constituyen una opción alternativa. Inmersas en este paisaje natural, se destacan las obras monumentales del reconocido ingeniero arquitecto Francisco Salamone, que con su particular estilo Art Decó dejó su impronta en la Comarca.

Todas las localidades cuentan con excelente gastronomía y servicios de alojamiento diversos; además de artesanos, fábricas de embutidos y quesos, chocolates, alfajores, dulces, conservas, cerveza artesanal y vinos.

Como fuera especificado en la introducción, hasta el año 2016, los cultivos de olivo no habían sido desarrollados en el distrito de Tornquist, aunque ya existían experiencias consolidadas en otros distritos que conforman la región del Sudoeste de la provincia de Buenos Aires. Por otra parte, el hecho de ser un destino conocido, con una demanda en crecimiento, sumado a la ubicación estratégica de la finca sobre el corredor de la Ruta Provincial N°76, permitía vislumbrar un futuro prometedor para este tipo de emprendimiento, el cual sería el primero de la Comarca Turística Sierras de la Ventana.

En sus inicios, el predio contaba con una superficie de 14 hectáreas, y estaba delimitado por un alambrado de 7 hilos, aunque carecía de otras instalaciones. A diferencia de los emprendimientos olivícolas que inicialmente se centran en la producción agrícola y luego, para diversificar sus ingresos, dar a conocer la marca y los productos o mejorar su comercialización, se abren al turismo; “Olivares de las Sierras” fue concebido desde sus inicios como un emprendimiento de oleoturismo. En este enfoque, la generación principal de ingresos no estaría dado por la producción olivícola (dada la limitada extensión del cultivo), sino por las diversas actividades turísticas y los productos derivados que se ofrecerían directamente a los visitantes, prescindiendo de intermediarios.

El proyecto constituye el trabajo final de monografía para obtener el título de “Especialista en Turismo Rural y Comunitario” de la Universidad Nacional del Sur, presentada por la hija de los dueños del predio. En el mismo, la hipótesis planteada para guiar la investigación fue la siguiente: *“Las características geográficas, los intereses de los nuevos turistas, la demanda real existente en el destino y el carácter innovador del cultivo del olivo en el partido de Tornquist hacen viable la instalación de un establecimiento de turismo rural orientado a la producción olivícola y sus derivados como alternativa de desarrollo turístico.”* (Torres, Y., 2021:7)

La investigación fue desarrollada principalmente a través del trabajo de campo, abarcando tres instancias: observación en el terreno, relevamiento y descripción del área de estudio; aplicación de una encuesta a turistas, mediante una muestra aleatoria y realización de entrevistas a diferentes actores sociales, seleccionados por su representatividad como informantes clave.

La limitada extensión de tierra, que es pequeña para una producción agropecuaria tradicional pero demasiado extensa solo para un emprendimiento turístico, condujo a la oportunidad de planificar el desarrollo de un cultivo innovador como el del olivo.

Los resultados alcanzados mostraron que, las transformaciones en las motivaciones de los turistas que se vienen registrando desde la década del '80, revelando un creciente interés en formas de turismo que son alternativos al tradicional turismo de masas, de menor impacto y mayor compromiso con el medioambiente; son claramente evidentes en la demanda que caracteriza a la Comarca Turística Sierras de la Ventana, de marcado perfil ecoturístico.

En este contexto, el turismo en el espacio rural adquiere una nueva dimensión, actuando como diversificador de la economía rural y generador de nuevas experiencias para los visitantes.

A través de la realización de encuestas en las localidades que componen la Comarca, se obtuvieron resultados positivos en diversas consultas, entre ellas: en cuanto al interés por parte de los visitantes de conocer una finca olivícola (88,3%), y de adquirir productos derivados de la misma, ya sea como souvenir o para consumo personal (95%); constituyendo un porcentaje más que interesante en el análisis de la temática, y respaldando la propuesta de investigación.

Mediante el trabajo de campo pudo apreciarse, entonces, que la demanda existente en la Comarca Turística Sierras de la Ventana era alta; y que el carácter innovador de un establecimiento de este tipo sería muy bien recibido entre los visitantes.

La ubicación estratégica de la finca, sumado a la ausencia de establecimientos similares en un radio de 100 kilómetros, constituyen dos características diferenciales que podían aprovecharse, adicionalmente, a la fuerte identidad que ya posee el destino turístico en el que se encuentra inmerso.

En virtud de lo expuesto anteriormente, se llegó a la conclusión de que el desarrollo de este cultivo innovador, colaborando con el cuidado del medio ambiente, creando nuevos puestos de trabajo y generando valor agregado a la producción local, eran motivaciones que respaldaban la viabilidad de esta iniciativa en un establecimiento rural del distrito de Tornquist.

El proyecto “Olivares de las Sierras” fue finalmente materializado entre los meses de abril y mayo de 2016. Previamente, se llevó a cabo la instalación del riego por goteo y la demarcación del terreno destinado a la plantación de olivos. De las nueve hectáreas planificadas se implantaron seis, sin embargo, el sistema de riego está preparado para incorporar oportunamente las tres hectáreas restantes. Los plantines fueron adquiridos en un vivero de Coronel Dorrego, distante 135 kilómetros de la localidad de Tornquist.

En el año 2021, luego de cinco años de trabajo, se logró la primera cosecha de aceitunas con resultados muy satisfactorios. Desde ese momento, en los años sucesivos, la cosecha fue incrementándose de forma sustancial (véase Tabla 3), lo que permite comercializar la producción a nivel local y a los turistas que visitan el emprendimiento.

Tabla 3: Evolución de los niveles de producción

AÑO	Kilogramos de aceitunas cosechados	Litros de aceite obtenidos
2021	470	70
2022	1900	275
2023 (granizo, pérdida del 50% de aceitunas)	3100	440

Fuente: Elaboración propia en base a información brindada por “Olivares de las Sierras” (2023)

El proceso de recolección es manual, llevado adelante por la familia y amigos de la misma; desarrollándose también visitas guiadas con participación en la cosecha. La extracción de aceite se realiza en una finca ubicada en la localidad de Cabildo, que cuenta con maquinaria moderna para realizar el trabajo. Posteriormente, el envasado y etiquetado se completan en la localidad de Tornquist.

La pandemia por Covid-19 retrasó la apertura del establecimiento al público; no obstante, una vez superado el aislamiento y reactivada la actividad turística, comenzaron a desarrollarse visitas guiadas y venta de aceite de oliva virgen extra y productos derivados.

En la actualidad, y siguiendo la tabla presentada anteriormente, la oferta turística de “Oliveros de las Sierras” está compuesta por:

- Visita a la finca olivícola: visita guiada por el olivar, explicando el proceso de producción e información histórica y cultural sobre el cultivo del olivo. Durante los meses de marzo y abril se ofrece la oportunidad de participar en el proceso de recolección de las aceitunas.
- Experiencias gastronómicas relacionadas con el aceite de oliva: degustación del aceite de oliva de producción propia, acompañado de panes caseros y tomates de la huerta.
- Venta de AOVE y cosmética artesanal elaborada con el aceite de oliva virgen extra como ingrediente principal.

Además, mientras el presente artículo es redactado (noviembre 2023), se encuentra en la fase final de construcción un domo geodésico diseñado para funcionar como espacio de recepción de turistas y para la venta de AOVE y productos relacionados. El mismo, es un proyecto presentado al Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación a finales del año 2022, el cual fue aprobado. A través de un ANR (aporte no reembolsable) del Programa de Incentivo para Inversiones Turísticas de Pequeños Prestadores (InTur), se contribuyó con una parte de los recursos económicos necesarios, complementando la inversión realizada por los propietarios.

InTur “*busca promover inversiones que mejoren la oferta de productos y servicios turísticos a nivel federal, fortaleciendo la cadena de valor del sector y potenciando el desarrollo de las economías regionales*”. (Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, 2023)

De esta manera, se prevé que para la temporada estival 2023-24, la oferta del establecimiento se amplíe con las siguientes actividades:

- Experiencias gastronómicas relacionadas con el aceite de oliva: catas dirigidas tanto para público aficionado como profesional. Dos de las propietarias, que se encuentran culminando los estudios de Sommelier de Aceite de Oliva, serán las encargadas de estas actividades.

- Visita guiada a la finca olivícola con una propuesta diseñada especialmente para familias con hijos pequeños.
- Talleres de cosmética artesanal, con el AOVE como ingrediente principal.
- Tienda Gourmet con venta de AOVE, cosmética natural y artesanías en cerámica producidas por una artesana local; productos de decoración y papelería con la temática olivícola y productos gastronómicos locales como quesos, vinos y embutidos.

Respecto a la demanda del establecimiento, desde su apertura al público en febrero de 2022, ha ido en crecimiento.

El perfil del público que visita el espacio está compuesto, principalmente, por parejas solas; aunque también han asistido familias con hijos adolescentes y familias con niños pequeños (estos últimos especialmente durante la temporada de cosecha del olivar). La mayoría de los visitantes (62%) provienen de la ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires; seguidos por Bahía Blanca y la región (14%); resto de la provincia de Buenos Aires (12%); otras provincias (7%) y residentes locales (5%).

En relación con los perfiles de oleoturistas presentados por Casado Montilla, la demanda de "Oliveros de las Sierras" se ajusta al perfil "oleoturista aficionado". Estos visitantes son personas que se encuentran de vacaciones en el destino y deciden visitar la finca como un atractivo adicional, mostrando gran interés en conocer sobre el proceso de producción del aceite de oliva virgen.

La meta, a través de la incorporación de la nueva oferta de actividades, es atraer a dos tipos específicos de visitantes: oleoturistas experienciales, quienes buscan adquirir conocimientos para aprovecharlos a nivel profesional y oleoturistas entusiastas, interesados en explorar las propiedades organolépticas del aceite de oliva virgen.

CONCLUSIONES

La concreción del proyecto "Oliveros de las Sierras" en el partido de Tornquist, provincia de Buenos Aires, representa un ejemplo palpable del potencial del oleoturismo como motor de diversificación económica en las regiones rurales. Este emprendimiento, iniciado en 2016, se fundamentó en las condiciones climáticas favorables del Sudoeste Bonaerense para la producción de aceite de oliva, destacando la rentabilidad del olivar en terrenos no aptos para otros cultivos. La ubicación estratégica del predio en el Corredor Turístico de la Ruta Provincial N°76 y los resultados positivos de las encuestas reforzaban la viabilidad del proyecto.

Desde sus inicios se buscó acompañar las tendencias actuales de la demanda turística: creciente concienciación por los temas medioambientales, una demanda más exigente en términos de calidad,

un mercado más segmentado y el incremento de los viajes independientes, ofreciendo experiencias auténticas y sostenibles.

La pandemia por Covid-19 impuso desafíos, retrasando la apertura al público, pero una vez superadas las restricciones, el emprendimiento abrió sus tranqueras, con visitas guiadas y la venta de aceite de oliva virgen extra y sus derivados. La respuesta favorable de los visitantes permitió confirmar la hipótesis inicial de la investigación.

En este sentido, el turismo de proximidad desarrollado postpandemia contribuyó al crecimiento y, fundamentalmente, al conocimiento de otros productos que se ofrecían en la región a turistas y recreacionistas de localidades cercanas. Esta situación potenció la promoción y el desarrollo de diferentes emprendimientos que claramente responden a las características propias de los productos que se insertan en el espacio rural. Éstos son obra de las propias poblaciones locales, que participan tanto en la puesta en marcha de los proyectos como en su gestión, con el respaldo y coordinaciones necesarias.

La consolidación de “Olivares de las Sierras”, desde su fase inicial como proyecto de investigación académica hasta la cosecha y comercialización de aceite de oliva, destaca la importancia de la planificación y el enfoque integral en el turismo rural. La diversificación de la oferta, con la incorporación de nuevas actividades y la próxima inauguración de un domo geodésico, refleja una adaptación continua a las tendencias del mercado y la creciente demanda de experiencias turísticas enriquecedoras.

Contribuir a la diversificación de la oferta de la Comarca Turística Sierras de la Ventana con esta nueva propuesta no solo enriquecerá las experiencias disponibles, sino que también abrirá nuevas oportunidades para el desarrollo del oleoturismo y de nuevas prácticas turísticas recreativas en la región del Sudoeste Bonaerense.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Casado Montilla, J.** (2022). Oleoturismo. En Pulido Fernández, J.I. & Durán Román, J.L. (Coord.) *Tipologías de interés especial en turismo de interior*. Ed. Pirámide, Madrid, 63-77.
- Fullana, P. & Ayuso Siart, S.** (2002). Turismo sostenible. Ed. Rubes, Barcelona.
- Galera Alegre, C.** (2020). Análisis del Oleoturismo en la provincia de Jaén y propuesta de una ruta oleoturística. Trabajo Final de Grado. Universitat Politècnica de Valencia, Gandía.
- Goñi, L.** (2020). Estudio de la fenología del olivo (*Olea europaea* L.) cv. Arbequina en el Sudoeste Bonaerense. Tesis de Magíster en Ciencias Agrarias. Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca.
- Locatelli, J.M. & Elías, S.R.** (2022). Oleoturismo y rutas turísticas en el Sudoeste bonaerense (Argentina). *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 6 (1): 1-14.
- Román, M.F.** (2009). Turismo rural en Argentina: concepto, situación y perspectivas. IICA, Buenos Aires.
- Scalise, J.** (2012). Herramientas técnicas y conceptos claves para el desarrollo del turismo rural. PROSAP, Buenos Aires.
- Torres, Y.** (2021). El cultivo del olivo y sus derivados como alternativa innovadora de desarrollo en un establecimiento de Turismo Rural en el partido de Tornquist. Monografía de la Especialización en Turismo Rural y Comunitario. Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca.
- Tranier, M., García, G. & Francisco, C.** (2012). Olivicultura en Puan. Ponencia Congreso Argentino de las Cooperativas. [En línea] <<http://www.cac2012.coop/wpcontent/uploads/2012/09/14-ponencia-CAC2012.pdf>> [Consulta: 15 mar 2015]

ÍNDICE DE AUTORES

ÁLVAREZ, Luciana Belén, Licenciada en turismo. Universidad Nacional del Sur (UNS), Bahía Blanca, Buenos Aires, Argentina. Concejal del Honorable Concejo Deliberante de Coronel Dorrego, Buenos Aires, Argentina. Email: alvarezcabre@gmail.com

ÁLVAREZ GARCÍA, José, Doctor en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Vigo, Galicia, España. Catedrático de Economía Financiera y Contabilidad en la Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo de la Universidad de Extremadura, Cáceres (España). Mail: pepealvarez@unex.es

ARNAIS BURNE, Stella Maris, Doctora en Antropología por la Université Laval, Quebec, Canadá. Profesora investigadora de tiempo completo en el Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores del CONACYT nivel 2. Mail: stellaarnaiz@yahoo.com.mx

BARRIONUEVO, Ignacio, Licenciatura y Tecnicatura Universitaria en Turismo, Universidad Nacional de Jujuy, El Carmen-Jujuy, Argentina, Mail: danielbarrionuevo03@gmail.com

CÉSAR DACHARY, Alfredo Argentino, Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Leiden, Países Bajos. Profesor investigador de tiempo completo en el Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco, México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores del CONACYT nivel 2. Mail: cesaralfredo552@gmail.com

CHALAR BERTOLOTTI, Luis Francisco, Magister en Desarrollo y Gestión del Turismo (Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, República Argentina). Docente Asistente del Departamento de Turismo, Historia y Comunicación; Cenur Litoral Norte; Universidad de la República (Salto, República Oriental del Uruguay). Mail chalarluis@gmail.com

CIVILA-ORELLANA, Vanesa, Doctora en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires/CONICET, Buenos Aires, Argentina con Posdoctorado en Temas Estratégicos, Universidad de Buenos Aires/Universidad de Valladolid, Valladolid España/CONICET. Especialista. en Gestión Cultural, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Docente investigadora Universidad Nacional de Jujuy/CIITED CONICET, Jujuy, Argentina. Mail: vicivilaorellana@fhcys.unju.edu.ar

DEL RÍO RAMA, María de la Cruz, Doctora en Dirección y Organización de Empresas por la Universidad de Vigo, España. Profesora Titular de Universidad e investigadora del Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad de Vigo, Ourense, Galicia, España. Mail: delrio@uvigo.es

DURAN SÁNCHEZ, Amador, Máster Universitario en Investigación en Ciencias Sociales y Jurídicas, Universidad de Extremadura, Badajoz, España. Doctorando en Economía y Empresa Universidad de Extremadura, Badajoz, España. Profesor e investigador del Departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Facultad de la Empresa, Finanzas y Turismo, Universidad de Extremadura, Cáceres, España- Mail: amduransan@unex.es

ENRIQUEZ MARTÍNEZ, Mario Alberto, Doctor en Estudios Turísticos (Universidad Autónoma del Estado de México). Estado de México. México. Profesor Investigador, El Colegio de Tlaxcala, A.C., Tlaxcala. México. Mail: mario.albertoem@coltlax.edu.mx

ERCOLANI, Patricia Susana, Doctora en Geografía. Universidad de las Islas Baleares, Palma de Mallorca, España y Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Argentina. Profesora titular en el Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca, Argentina. Mail: ercolani@uns.edu.ar

FLORES-ROMERO, Martha-Beatriz, Doctora en Ciencias Administrativas del Centro de Investigación y Desarrollo del Estado de Michoacán, Morelia, México. con mención honorífica. Profesora-investigadora de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia, México. Mail: martha.flores@umich.mx

GAMBAROTA, Daniela Melisa, Doctora en Geografía, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Argentina. Becaria Posdoctoral Interna del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS) UNS – CONICET y Docente auxiliar del Departamento de Geografía y Turismo de la Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca Argentina. Mail:danielagambarota@gmail.com
– dgambarota@iess-conicet.gob.ar

GORIA, Roberto Juan, Licenciado en Turismo por la Universidad Nacional de Rosario, Rosario, Argentina. Profesor, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales Universidad Nacional de Rosario. Argentina. Mail: robertogoria@hotmail.com

JIMENEZ-ISLAS Donaji, Doctor en Biotecnología por la Universidad Politécnica de Pachuca, Hidalgo, México. Profesor-investigador en la División de Ingeniería en Energías Renovables del Instituto Tecnológico Superior de Huichapan, Hidalgo, México. Mail: djimenez@iteshu.edu.mx

LÓPEZ, Eunice, Doctor en Antropología (Especialidad en Políticas e Imágenes de la Cultura y Museología), por la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidade Nova de Lisboa, Portugal. Profesora adjunta en Instituto Politécnico de Tomar, Portugal, Unidad Departamental de Ciencias Sociales. Miembro integrado del centro de investigación TECHN&ART-IPT y miembro colaborador de centros de investigación CITUR-IPL; GOVCOPP-UA. Mail: eunicelopes@ipt.pt

LÓPEZ GUEVARA, Víctor Manuel, Doctor en Turismo, Derecho y Empresa (Universidad de Girona). Cataluña. España. Profesor investigador El Colegio de Tlaxcala, A.C., Tlaxcala. México. Mail; victorlopez@coltlax.edu.mx

MALDONADO ERAZO, Claudia Patricia, Doctora en Desarrollo Territorial Sostenible, Universidad de Extremadura, Badajoz, España; Coordinadora de Unidad de Integración Curricular de la Carrera de Turismo, Profesora e investigadora en Facultad de Recursos Naturales, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. claudia.maldonado@esPOCH.edu.ec

MARTÍNEZ, Viviana Mabel, Técnica en Turismo y Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Adscripta en las cátedras de Introducción al Turismo y de Relaciones Públicas y Humanas, en la Licenciatura y Tecnicatura Universitaria en Turismo, Universidad Nacional de Jujuy, Argentina. Participante de los Proyectos Fortalecer-Integrar-Promover y del Programa de Investigación y Promoción de las Humanidades y Ciencias Sociales, pertenecientes a la Secretaría de Investigación Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy. Mail: vivianaspj@gmail.com

MONTÚFAR-GUEVARA, Silvia Patricia, Docente investigador de la Carrera de Turismo, Facultad de Recursos Naturales, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. Mail: nancy.tierra@esPOCH.edu.ec

NORRILD, Juana A., Doctoranda en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata (La Plata, Argentina). Se desempeña como investigadora asociada del Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (Buenos Aires, Argentina). Mail: janorrild@gmail.com

PÉREZ-ROMERO, Miriam-Edith, Doctora en Administración con mención honorífica por la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia, México. Profesora-investigadora de la División de Ingeniería en Gestión Empresarial del Instituto Tecnológico Superior de Huichapan, Hidalgo, México, y doctoranda en Desarrollo Territorial Sostenible (R015) por la Escuela Internacional de Doctorado de la Universidad de Extremadura, Badajoz (España). Mail: meperez@iteshu.edu.mx; mperezgp@alumnos.unex.es

PÉREZ SERRANO, Adriana Montserrat, Doctora en Estrategias para el Desarrollo Agrícola Regional (Colegio de Postgraduados campus Puebla). Puebla. México, Profesora investigadora El Colegio de Tlaxcala, A. C., Tlaxcala. México. Mail: adriana_serrano@coltlax.edu.mx

PUIG, Adela María, Magister en Dirección de Empresas Turísticas (Universidad Politécnica de Madrid - España). Contadora publica y Licenciada en Administración (Universidad Nacional de Rosario. Argentina) Docente de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de Rosario, Argentina.

QUIRÓS, Elisa, Licenciatura y Tecnicatura Universitaria en Turismo Universidad Nacional de Jujuy, El Carmen-Jujuy, Argentina. Mail: elisajujuy2@gmail.com

RAMOS, Jorge Omar, Técnico Superior en Relaciones Públicas Protocolo y Ceremonial, Escuela Modelo de Educación Integral Superior, Jujuy, Argentina. Adscripto en las cátedras de Introducción al Turismo y de Relaciones Públicas y Humanas, en la Licenciatura y Tecnicatura Universitaria en Turismo, Universidad Nacional de Jujuy, Argentina. Mail: jorgeramosjujuy@gmail.com

SCHLÜTER, Regina G., Doctora en Psicología Social por la Universidad J. F. Kennedy, Buenos Aires, Argentina. Docente Investigadora de la Universidad Nacional de Quilmes (Bernal, Argentina) y Directora del Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos- CIET (Buenos Aires, Argentina). Mail regina.cieturisticos@gmail.com

TIERRA TIERRA, Nancy Patricia, Profesora e investigadora en la Carrera de Turismo, Subdecana de Facultad de Recursos Naturales, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador y Doctoranda en Desarrollo Territorial Sostenible (R015) por la Escuela Internacional de Doctorado de la Universidad de Extremadura, Cáceres (España). nancy.tierra@epoch.edu.ec, nancytierra@gmail.com

TORRES, Yanina Natalia, Especialista en Turismo Rural y Comunitario. Licenciada en turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca Argentina. Docente en Escuela Educación Secundaria Agraria con orientación en turismo rural N°1 y Escuela Educación Secundaria con orientación en turismo N°1.Tornquist, Argentina. Mail: lic.yaninatorres@gmail.com / ytorres1@abc.gob.ar

TORTUL, Marina, Doctora en Economía, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Argentina. Docente auxiliar del Departamento de Economía, Universidad Nacional del Sur (UNS) y Profesional principal del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS) UNS-CONICET, Bahía Blanca, Argentina. Mail: marina.tortul@uns.edu.ar

VARGAS, Andrea Lorena, Profesora de Francés, Instituto de Enseñanza Superior N.º 4 Scalabrini Ortiz, Argentina. Técnico Universitario en Turismo. Universidad Nacional de Jujuy. Tesista de la Licenciatura en Turismo, Universidad Nacional de Jujuy. Docente, en el Programa de Lenguas Extranjeras, Universidad Nacional de Jujuy. Mail: loreo.olay@gmail.com

VÁZQUEZ, Omar Eduardo, Licenciado en Comunicación Social, Universidad Nacional de Jujuy, Argentina; Maestrando en Problemáticas Contemporáneas de la Comunicación, Universidad Nacional de Jujuy. Investigador en Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy. Mail: omar_1_vasquez@yahoo.com.ar

VELÁSQUEZ, Sofía Soledad, Participante de los Proyectos Fortalecer-Integrar-Promover y del Programa de Investigación y Promoción de las Humanidades y Ciencias Sociales, perteneciente a la Secretaría de Investigación Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy. Mail: velasquezsofi076@gmail.com

VILLARUBIA GÓMEZ, Álvaro Patricio, Especialista. en Gestión Cultural. (Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina); Licenciado. y Profesor en Turismo, UCES-DASS/UCASAL, Jujuy, Argentina. Docente investigador Universidad Nacional de Jujuy, Jujuy, Argentina. Mail: avillarrubia@fhcys.unju.edu.ar

ISBN 978-987-96282-4-9



ES UNA PUBLICACIÓN DEL CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS TURÍSTICOS

WWW.CIETURISTICOS.COM.AR