

ARTÍCULOS DE CARÁCTER ACADÉMICO Y CIENTÍFICO
ESCRITOS POR DOCENTES, ESTUDIANTES, INTELLECTUALES Y PROFESIONALES.

MEROPE

REVISTA DEL CENTRO DE ESTUDIOS EN TURISMO, RECREACIÓN E INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO

ISSN 2683-9830

Turismo

Interpretación
del patrimonio

Recreación

Discapacidad

Accesibilidad

Museos

Exposiciones

Ferias
y festividades

**Problemáticas
ambientales,
sociales
y comunitarias
en relación
al turismo
y la recreación**

Territorio

Ciudades

Gestión ambiental

**Desarrollo urbano,
periurbano y rural**

Vinculados al tiempo
libre, el turismo,
la recreación
y/o la interpretación
del patrimonio.



**Abril
2025**

Editores

Noemi Josefina Gutiérrez

Editora Responsable

Facundo Luis Rosati

Editor Asociado

Comité Editorial

Dra. Patricia Inés Laría

Departamento de Economía.
Facultad de Economía y Administración.
Universidad Nacional del Comahue. Argentina.

Dra. Noemi Josefina Gutiérrez

Centro de Estudios de Turismo, Recreación e Interpretación del Patrimonio. Facultad de Turismo.
Universidad Nacional del Comahue. Argentina.

Dra. Lilia Zizumbo Villarreal

Facultad de Turismo.
Universidad Autónoma del Estado de México.

Dra. Ana Luz Quintanilla Montoya

Universidad de Colima
México

Mtra. América Malbrán Porto

Centro INAH Chihuahua. Instituto Nacional de Antropología e Historia. México.

Comité Científico

Dra. Lilia Zizumbo Villarreal

Facultad de Turismo.
Universidad Autónoma del Estado de México. México.

Mg. Norma Noya

Facultad de Economía y Administración.
Universidad Nacional del Comahue. Argentina.

Mtra. América Malbrán Porto

Centro INAH Chihuahua. Instituto Nacional de Antropología e Historia. México.

Mg. María Gabriela Torre

Facultad de Turismo.
Universidad Nacional del Comahue. Argentina.

Dra. Yusara Isis Mastrocola

Facultad de Turismo.
Universidad Nacional del Comahue. Argentina.

Arq. Alberto Jurgeit

Centro de Estudios para un Hábitat Sustentable y Grupo Gestión Ambiental del Desarrollo Urbano (CEHAS/GADU). Universidad Nacional del Comahue. Argentina.

Dra. Patricia Inés Laría

Departamento de Economía.
Facultad de Economía y Administración.
Universidad Nacional del Comahue. Argentina.

Esp. Nadia Heredia

Facultad de Ciencias de la Educación.
Universidad Nacional del Comahue. Argentina.

Dra Noemi Josefina Gutiérrez

Centro de Estudios de Turismo, Recreación e Interpretación del Patrimonio. Facultad de Turismo.
Universidad Nacional del Comahue. Argentina.

Dra. Rebeca Osorio González

Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México y Centro Universitario UAEM, Temascaltepec, México.

Dr. Gastón Lombard Tomio

Facultad de Filosofía y Letras.
Universidad Nacional de Cuyo. Argentina.

Revisora de estilo

Giména Méndez

Facultad de Humanidades.
Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Colaboradora

GUT Melina Solange Aravena

Centro de Estudios de Turismo e Interpretación del Patrimonio. Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Diseño

Belén Rosati
bv.rosatis@gmail.com

Imagen de tapa

Gut. Mariela Belén Muñoz.
Visita guiada Chacra de Blanca Laino.
Inicio del otoño 2025 en el Alto Valle del Río Negro.
Argentina.

El contenido de los artículos y opiniones expresadas en Mérope son responsabilidad exclusiva de sus autores.
Mérope es una publicación semestral editada y publicada por el Centro de Estudios de Turismo, Recreación e Interpretación del Patrimonio (CETRIP) de la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue.
Se permite su reproducción y difusión con la cita correspondiente.
ISSN 2683-9830

© 2025 – CETRIP UNCo – Centro de Estudios de Turismo, Recreación e Interpretación del Patrimonio.
Universidad Nacional del Comahue.
Buenos Aires 1400 – (8300) Neuquén - Argentina



CONTENIDOS

08 Editorial

16 Prólogo

Divulgación científica

- 24** Construcción colectiva de saberes en Turismo Comunitario:
Un estudio comparado de experiencias entre Brasil y México
Aline Santos Bispo; Selene Nohemi Cuevas Islas

- 41** Lo comunitario en los turismos:
una experiencia formativa para la producción de lo común
Daniela Scotto D'Abusco; Mariana Sosa

- 63** Constructores de Autenticidad: Turismo y Redes de Comercialización de Textiles
Artesanales en la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina)
María Eugenia Lodi

- 88** Aproximaciones desde la etnografía al proceso comunitario de turistificación y
patrimonialización en Lagunillas del Farallón (Puna de Jujuy)
Facundo Gaitán Hairabedian; Facundo Petit

- 106** Turismo Político y visibilidad de los movimientos sociales:
Una aproximación al Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE) en Argentina
Camila Garralda; Luiz Alexandre Lellis-Mees

- 127** El turismo cinegético en La Pampa:
expansión capitalista y estrategia de diversificación productiva
María Eugenia Comerci

- 147** Geolocalización y turismo rural comunitario:
democratización del conocimiento en Traslasierra, Córdoba
*María de los Ángeles Galfioni; María Solange Páez; Marina Bustamante; Eduardo Belelli;
Sebastián Miguel Hissa*

- 169** Marketing intercultural. Experiencia de co-creación en Turismo Rural Comunitario junto a la Comunidad de Santa Ana
Damián Demaro
- 189** Desarrollo de Capacidades Comunitarias en el Qhapaq Ñan: Diplomatura en Patrimonio y Proyectos Interculturales
Mariana Celina Fabbroni; Marlene Pedetti; Mariana Pérez Márquez
- 211** **Nuestros revisores - evaluadores de artículos**
- 215** **Pautas para la presentación de trabajos**

EDITORIAL

Los artículos de la Edición Número 12 de **MÉROPE** son parte de los trabajos presentados en las **2das Jornadas de Turismo, Comunidades y Ruralidad: Productos locales e identidades en escenarios globalizados de consumo y comercialización**, cuya sede fue la Universidad Nacional de Quilmes en la localidad de Bernal, provincia de Buenos Aires, Argentina, realizadas los días 25, 26 y 27 de septiembre del año 2024.

La disposición de los trabajos que se presentan a continuación sigue el orden de las mesas de las jornadas:

Principian la revista los trabajos correspondientes a la **mesa A: Enfoques y metodologías participativas para el diseño y la gestión de experiencias turísticas en espacios rurales y comunitarios**.

En primer lugar, “*Construcción colectiva de saberes en Turismo Comunitario: Un estudio comparado de experiencias entre Brasil y México*”, de **Aline Santos Bispo** de la Universidade Federal do Sul da Bahia, Brasil y **Selene Nohemi Cuevas Islas** de la Universidad Autónoma Metropolitana de México, investigación, cuyo objetivo es analizar el papel que tiene el investigador dentro de los trabajos que se hacen del turismo comunitario, tomando como base los estudios de Bourdieu (1987); Stuart Hall (2003) y Martínez Castillo (2012) para reflexionar sobre la cuestión de la identidad cultural; el papel del investigador en los estudios de turismo comunitario y sobre el control cultural que tienen las comunidades en la construcción y

Articles in the 12th edition of **MÉROPE** stem from presentations at the **2nd Conference on Tourism, Communities, and Rurality: Local Products and Identities in Consumption and Commercialization Globalized Scenarios**, hosted by the Quilmes National University at Bernal, Buenos Aires, Argentina, held on September 25, 26, and 27, 2024.

The order of the articles below follows the structure of the conference panels:

Panel A: Participatory Approaches and Methodologies for Designing and Managing Tourism Experiences in Rural and Community Spaces.

The issue opens with research from Panel A. The first article, “*Collective construction of knowledge in Community Tourism: A comparative study of experiences between Brazil and Mexico*” by **Aline Santos Bispo** (Southern Bahia Federal University, Brazil) and **Selene Nohemi Cuevas Islas** (Metropolitan Autonomous University, Mexico), analyzes the role of researchers in community tourism projects. Drawing on Bourdieu (1987), Stuart Hall (2003), and Martínez Castillo (2012), the authors reflect on cultural identity, the researcher’s position, and community control over the design and management of tourism initiatives. Two case studies are examined: Tosepan Titataniske Union of Cooperatives (“united we will overcome” in Nahuatl) in Puebla, Mexico, and

gestión de estos proyectos. Se explicitan dos estudios de caso, la Unión de Cooperativas Tosepan Titataniske (“unidos venceremos” en náhuatl), de Puebla, México y la Rede BATUC, de Bahía, Brasil desde la perspectiva del turismo comunitario y su relación con las formas y saberes de estos pueblos.

A continuación, el artículo “*Lo comunitario en los turismos: una experiencia formativa para la producción de lo común*”, de **Daniela Scotto D’Abusco** y **Mariana Sosa** del Departamento de Ambiente y Turismo, Universidad Nacional de Avellaneda, Argentina, narran la experiencia de formación de la “Diplomatura en Gestión Pública de Proyectos Turísticos y Culturales”, realizada entre el ex Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, el ex Ministerio de Cultura de la Nación y la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV). La propuesta se desarrolló durante el año 2023 y tuvo como finalidad contribuir a la profesionalización de trabajadores del turismo y la cultura de todos los niveles de la administración pública. Se introdujo como innovación la posibilidad de que puedan participar personas interesadas desde todos los puntos de nuestro país y la articulación de dos sectores que, generalmente, trabajan desligados. A lo largo de los meses, el trayecto se compuso de cuatro módulos que caminaron hacia la producción de una vasta cantidad de proyectos turísticos-culturales en territorios con características muy diversas.

Seguidamente los trabajos presentados en la **mesa B: Procesos comunitarios y turismo: debates sobre la identidad, el patrimonio y su mercantilización**.

María Eugenia Lodi, del Instituto de Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras, UBA – CONICET, en su artículo “*Constructores de Autenticidad: Turismo y Redes de Comercialización de Textiles Artesanales en la Quebrada de Humahuaca*

BATUC Network in Bahia, Brazil.

Next, “*The communal aspect in tourism: a formative experience for the production of the common*” by **Daniela Scotto D’Abusco** and **Mariana Sosa** (Department of Environment and Tourism, Avellaneda National University, Argentina) details the educational process of Public Management of Tourism and Cultural Projects Diploma. Developed in 2023 through collaboration between Argentina’s former Ministry of Tourism and Sports, former Ministry of Culture, and Avellaneda National University, this program aimed to professionalize public-sector officials in tourism and culture. It prioritized nationwide participation and fostered collaboration between typically siloed sectors. Throughout the months, the course consisted of four modules that led to the production of a vast number of tourism-cultural projects in territories with very diverse characteristics.

Panel B: Community Processes and Tourism: Debates on Identity, Heritage, and Commodification.

María Eugenia Lodi, from the Instituto de Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras, UBA – CONICET, in her article “*Constructing Authenticity: Tourism and Artisan Textile Marketing Networks in the Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina)*”, addresses the marketing of handicrafts through “networks of networks” of artisans, within the framework of “development with identity”, where culture is transformed into an economic resource for the community, reflecting on the interaction between tourism promotion policies and the handicraft field. It analyzes the ArtesanAR Seal as a device for building authenticity in the commercialization of handmade textiles. As a result, she suggests that it is possible to observe tensions between traditional forms of handicraft

(Jujuy, Argentina)", aborda la comercialización de artesanías a través de "redes de redes" de artesanos, en el marco del "desarrollo con identidad", donde la cultura se transforma en un recurso económico para la comunidad, reflexionando sobre la interacción entre las políticas de fomento turístico y el campo artesanal. Analiza el Sello ArtesanAR como dispositivo de construcción de autenticidad en la comercialización de textiles artesanales. Como resultado, plantea que es posible observar tensiones entre las formas tradicionales de producción artesanal y las demandas del turismo, vinculadas a la patrimonialización del paisaje en la Quebrada de Humahuaca. Siendo el Sello ArtesanAR una herramienta clave que articula significados de autenticidad y tradición, que sugiere que los sellos de calidad juegan un rol fundamental en la construcción y legitimación de prácticas culturales "auténticas".

Posteriormente, en el artículo "*Aproximaciones desde la etnografía al proceso comunitario de turistificación y patrimonialización en Lagunillas del Farallón (Puna de Jujuy)*", **Facundo Gaitán Hairabedian** del Instituto de Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Argentina y Facundo Petit de la Unidad Ejecutora en Ciencias Sociales Regionales y Humanidades (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas/Universidad Nacional de Jujuy), Argentina; proponen, a partir de un abordaje etnográfico, una aproximación a los procesos de turistificación y de patrimonialización que se están desarrollando en la Puna jujeña en general y en la comunidad de Lagunillas del Farallón, en particular. Perciben que ambos son procesos interrelacionados y conflictivos que involucran una gama amplia de actores que tensionan sentidos en torno a la identidad, el pasado y el patrimonio.

A continuación, los trabajos de la **mesa C: Circuitos socioeconómicos y comercialización de produc-**

production and the demands of tourism, linked to the patrimonialization of the landscape in the Quebrada de Humahuaca. The ArtesanAR Seal is a key tool that articulates meanings of authenticity and tradition, suggesting that quality seals play a fundamental role in the construction and legitimization of "authentic" cultural practices.

Subsequently, in the article "*Ethnographic approaches to the community process of touristification and heritage-making in Lagunillas del Farallón (Puna of Jujuy)*", **Facundo Gaitán Hairabedian** from the Instituto de Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Argentina and Facundo Petit from the Unidad Ejecutora en Ciencias Sociales Regionales y Humanidades (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas/Universidad Nacional de Jujuy), Argentina; propose, from an ethnographic approach, an approximation to the processes of touristification and patrimonialization that are being developed in the Puna Jujuy in general and in Lagunillas del Farallón community, in particular. They perceive that both are interrelated and conflictive processes that involve a wide range of actors that tension senses around identity, the past and heritage.

The following are the papers from **round table C: Socioeconomic circuits and commercialization of small-scale rural tourism products.**

Camila Garralda, from the Universidad Nacional de Quilmes, Argentina and **Luiz Alexandre Lellis-Mees**, from the Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brazil, in the article "*Political Tourism and visibility of social movements: An approach to the Excluded Workers Movement (MTE) in Argentina*", make an approach to Political Tourism concept from the Movement of Excluded Workers (MTE) in Argentina,

tos turísticos rurales de pequeña escala.

Camila Garralda, de la Universidad Nacional de Quilmes, Argentina y **Luiz Alexandre Lellis-Mees**, de la Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil, en el artículo “*Turismo Político y visibilidad de los movimientos sociales: Una aproximación al Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE) en Argentina*”, realizan un abordaje al concepto de Turismo Político desde el Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE) en Argentina, para indagar cómo este tipo de turismo puede contribuir a la visibilidad de los movimientos sociales, a través de la generación de experiencias turísticas transformadoras, planteando que el Turismo Político es una tipología definida como tal en los primeros años del siglo XXI y una herramienta utilizada por movimientos y organizaciones sociales para promover su visibilidad, transformándose en atractivos turísticos destinados a un tipo particular de turistas.

Continuando con la presentación de investigaciones, la **mesa D. Conflictos ambientales y territoriales: Debates, tensiones y resistencias en contextos (neo)extractivistas**.

En el artículo “*El turismo cinegético en La Pampa: expansión capitalista y estrategia de diversificación productiva*”, **María Eugenia Comerci** del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Universidad Nacional de La Pampa, Argentina, analizan cómo, en el marco de la expansión capitalista y avance del extractivismo, la provincia de La Pampa (Argentina) se posiciona como la primera productora de cotos de caza, campos y establecimientos dedicados a esta actividad. A partir de ello, proponen abordar qué estrategias desarrollan, en torno al turismo cinegético, las operadoras pampeanas en la actualidad. El trabajo de investigación sugiere que el avance de estos establecimientos coincide con el proceso de extranjerización de tierras y la llegada de nue-

to investigate how this type of tourism can contribute to the visibility of social movements, through the generation of transformative tourism experiences, proposing that Political Tourism is a typology defined as such in the early years of the 21st century and a tool used by social movements and organizations to promote their visibility, becoming tourist attractions aimed at a particular type of tourists.

Continuing with the presentation of **research, panel D. Environmental and territorial conflicts: Debates, tensions and resistance in (neo) extractivist contexts**.

In the article “*Hunting tourism in La Pampa: capitalist expansion and productive diversification strategy*”, **María Eugenia Comerci** of the National Council of Scientific and Technical Research, National University of La Pampa, Argentina, analyzes how, within the framework of capitalist expansion and the advance of extractivism, La Pampa province (Argentina) has positioned itself as the leading producer of hunting preserves ¿reserves?, fields and establishments dedicated to this activity. Based on this, they propose to address what strategies are currently being developed by operators in La Pampa regarding hunting tourism. The research work suggests that the advance of these establishments coincides with the process of land foreignization and the arrival of new agents, with a business profile, and many of them, articulated with global networks.

Within the context of **round table G: Innovation and rurality: Challenges and experiences of new technologies and social technologies in community-based tourism proposals**.

The article “*Geolocation and community-based rural tourism: democratization of knowledge in Traslasierra, Córdoba*”, **María de**

vos agentes, con perfil empresarial, y, muchos de ellos, articulados con redes globales.

En el marco de la **mesa G: Innovación y ruralidad: Desafíos y experiencias de nuevas tecnologías y tecnologías sociales en propuestas turísticas comunitarias**.

El artículo "*Geolocalización y turismo rural comunitario: democratización del conocimiento en Traslasierra, Córdoba*", **María de los Ángeles Galfioni; María Solange Páez; Marina Bustamante**, las tres autoras del Departamento de Geografía, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Río Cuarto; **Eduardo Belelli**, Promotor del Paisaje Corredor Chaco Árido de la Administración de Parques Nacionales y **Sebastián Miguel Hissa** de la Facultad de Turismo y Ambiente, Universidad Provincial de Córdoba, todos ellos y todas ellas de Argentina, a partir de la creación del Parque Nacional Traslasierra, en el departamento Minas de la provincia de Córdoba, como nueva área protegida que se suma al Corredor Biogeográfico del Chaco Árido, que abre nuevas oportunidades socioeconómicas a la zona, proponen el reconocimiento de las potencialidades naturales y culturales del área norte de amortiguamiento del Parque Nacional de Traslasierra, utilizando como herramienta el mapeo colaborativo apoyado en las geotecnologías en el marco de un proceso de democratización del conocimiento ya que consideran que la potencialidad, de área, debe estar vinculada a un tipo específico de desarrollo turístico que ponga en valor el patrimonio cultural y natural, recuperando los saberes locales ancestrales mediante el turismo rural comunitario, promoviendo el involucramiento de las comunidades campesinas en el diseño y gestión de la práctica turística, así como en la preservación del patrimonio territorial.

Cerrando, los trabajos presentados en la **mesa H:**

los Ángeles Galfioni; María Solange Páez; Marina Bustamante, from the Department of Geography, Faculty of Human Sciences, Río Cuarto National University; **Eduardo Belelli**, Promoter of the Arid Chaco Corridor Landscape of the National Parks Administration, and **Sebastián Miguel Hissa** of the Faculty of Tourism and Environment, Córdoba Provincial University, all of them from Argentina, as a result of the creation of Traslasierra National Park, in the Minas department of the Córdoba province, as a new protected area in addition to the Arid Chaco Biogeographic Corridor, which opens new socioeconomic opportunities to the area, propose the recognition of the natural and cultural potential of the northern buffer area of Traslasierra National Park, using collaborative mapping supported by geotechnologies as a tool, within the framework of a process of democratization of knowledge, since they consider that the potential of the area should be linked to a specific type of tourism development that values the cultural and natural heritage, recovering local ancestral knowledge through rural community tourism, promoting the involvement of rural communities in the design and management of tourism practices, as well as in the preservation of the territorial heritage.

Closing, the papers presented at **table H: Training and communication processes in Community Tourism in rural and peri-urban environments**.

Damián Demaro, from the Faculty of Arts, La Plata National University, Argentina, in the paper "*Intercultural Marketing. Co-creation experience in Community-Based Rural Tourism with the Santa Ana Community*", relates an Rural Community Tourism (TRC) experience, carried out with the community of Santa Ana in Jujuy, in order to promote a communication, design and marketing proposal aimed at strengthening

Procesos de formación y comunicación en el Turismo Comunitario en entornos rurales y periurbanos.

Damián Demaro, de la Facultad de Artes, Universidad Nacional de La Plata, Argentina, en el trabajo *"Marketing intercultural. Experiencia de co-creación en Turismo Rural Comunitario junto a la Comunidad de Santa Ana"*, relata una experiencia de Turismo Rural Comunitario (TRC) llevada adelante junto a la comunidad de Santa Ana en Jujuy, con el fin de promover una propuesta de comunicación, diseño y marketing orientada a fortalecer el destino como opción turística. El poblado se emplaza en la ruta denominada "De la Quebrada de Humahuaca a las Yungas", habitada por pueblos originarios que ofrecen experiencias de turismo indígena y se posicionan como actores centrales en el intercambio generado a partir de su sabiduría y conocimiento ancestral. Plantea que la propuesta permitió una transformación de los actuales procesos de comunicación de la comunidad a partir de una estrategia de planificación compuesta por líneas de trabajo que sumaron la producción de piezas comunicacionales y jornadas con los miembros de la comunidad destinadas a incrementar el uso de herramientas de difusión para mejorar el diálogo con el público interesado en la visita al destino. También que, la participación de la mirada sobre el diseño, la comunicación y el marketing en los emprendimientos de TRC conjuntamente con la metodología de práctica situada permite un posicionamiento de mayor competitividad a las alternativas de turismo nacional e internacional existentes con el objetivo de aumentar el atractivo y el interés de los turistas que arriban al lugar.

Cerrando este número 12, **Mariana Celina Fabbioni; Marlene Pedetti** de la Universidad Nacional de Quilmes y **Mariana Pérez Márquez** de la Universidad de Belgrano Facultad de Ciencias Empresariales y Sociales, las tres de Argentina, en el artículo *"Desarrollo de Capacidades Comunita-*

that destination as a tourist option. The town is located at so-called "From the Quebrada de Humahuaca to the Yungas" route, inhabited by native peoples who offer indigenous tourism experiences and position themselves as central actors in the exchange generated from their wisdom and ancestral knowledge. It states that the proposal allowed a transformation of the current communication processes of the community based on a planning strategy composed of lines of work that included the production of communication pieces and workshops with community members aimed at increasing the use of dissemination tools to improve the dialogue with the public interested in visiting the destination. Also that, the participation of the look on the design, communication and marketing in the TRC ventures together with the methodology of situated practice allows a positioning of greater competitiveness to the existing national and international tourism alternatives with the objective of increasing the attractiveness and interest of the tourists that arrive to the place.

Closing this issue 12, **Mariana Celina Fabbioni; Marlene Pedetti** from Quilmes National University of and **Mariana Pérez Márquez** from the School of Business and Social Sciences at Belgrano University, all three from Argentina, in the article *"Development of Community Capacities in the Qhapaq Ñan: Diploma in Heritage and Intercultural Projects"*, explain that the Qhapaq Ñan, an extensive Andean road system, recognized as World Heritage by UNESCO in 2014, is an invaluable testimony of the knowledge, exchange and territorial management of Andean civilizations. The study emphasizes the need to strengthen the community capacities of the populations linked to the Qhapaq Ñan, highlighting their essential role in the preservation and promotion of this legacy. From a community-

rias en el Qhapaq Ñan: Diplomatura en Patrimonio y Proyectos Interculturales”, explican que el Qhapaq Ñan, extenso sistema vial andino, reconocido como Patrimonio Mundial por la UNESCO en el año 2014, es un testimonio invaluable de los conocimientos, el intercambio y la gestión territorial de las civilizaciones andinas. El estudio enfatiza la necesidad de fortalecer las capacidades comunitarias de las poblaciones vinculadas al Qhapaq Ñan, destacando su papel esencial en la preservación y promoción de este legado. Desde un enfoque de base comunitaria, la investigación propone el análisis del desarrollo de una diplomatura orientada al turismo con identidad, la gestión del patrimonio cultural y el desarrollo sociotecnológico. A través de la integración de saberes ancestrales con metodologías contemporáneas, esta formación busca empoderar a las comunidades locales para diseñar, gestionar y evaluar proyectos sostenibles que potencien tanto la identidad cultural como las oportunidades socioeconómicas.

La edición N°12 de MEROPE se consolida como un espacio de interrogación frente a los relatos hegemónicos sobre lo comunitario y lo rural en el turismo. Los artículos aquí reunidos, más que celebrar la diversidad como folclore mercantilizado, desentrañan las tensiones entre las identidades locales y los mecanismos globalizadores de un capitalismo que busca homogeneizar experiencias bajo lógicas extractivistas. La ruralidad emerge no como escenario pasivo, sino como campo de disputa donde se negocia la autonomía comunitaria frente a modelos de desarrollo socioeconómico que instrumentalizan culturas y territorios. La revista, fiel a su línea editorial, no elude señalar las asimetrías de poder: ¿Quién define lo auténtico? ¿Qué saberes se invisibilizan al convertir prácticas cotidianas en productos turísticos? Estas preguntas no son retóricas; son grietas que interpelan la complicidad académica con agendas globales que romantizan

based approach, the research proposes the analysis of the development of a diploma course oriented to tourism with identity, cultural heritage management and socio-technological development. Through the integration of ancestral knowledge with contemporary methodologies, this training seeks to empower local communities to design, manage and evaluate sustainable projects that enhance both cultural identity and socioeconomic opportunities.

The 12th edition of MEROPE consolidates itself as a space for questioning the hegemonic narratives on community and rural tourism. The articles gathered here, rather than celebrating diversity as commodified folklore, unravel the tensions between local identities and the globalizing mechanisms of a capitalism that seeks to homogenize experiences under extractivist logics. Rurality emerges not as a passive scenario, but as a field of dispute where community autonomy is negotiated in the face of socioeconomic development models that instrumentalize cultures and territories. The magazine, faithful to its editorial line, does not avoid pointing out the asymmetries of power: Who defines what is authentic? What knowledge is made invisible when everyday practices are turned into tourist products? These questions are not rhetorical; they are cracks that question academic complicity with global agendas that romanticize poverty while perpetuating colonial hierarchies and multiple exclusions.

If there is one thing this issue shows, it is that rural tourism cannot be analyzed outside its political dimension. The papers presented, from their different approaches, trace a map of strategies where the local is not opposed to the global, but rather subverts it. Geolocation technologies, alternative marketing circuits and political tourism overflow institutional

la pobreza mientras perpetúan jerarquías coloniales y múltiples exclusiones.

Si algo evidencia este número es que el turismo rural no puede analizarse fuera de su dimensión política. Los trabajos presentados, desde sus distintos enfoques, trazan un mapa de estrategias donde lo local no se opone a lo global, sino que lo subvierte. Tecnologías de geolocalización, circuitos alternativos de comercialización y turismo políticos desbordan los marcos institucionales, cuestionando la ilusión de neutralidad en la gestión turística. MEROPE, desde el sur epistemológico, reafirma su compromiso con investigaciones que no solo describen realidades, sino que las problematizan en clave de justicia social. Este volumen no cierra debates; los amplía: invita a repensar el turismo como praxis transformadora donde lo académico, lo comunitario, lo económico y lo político convergen para imaginar futuros, más allá del consumo fetichizado de “lo rural” y “lo comunitario”.

Atentamente,
Les editores.

frameworks, questioning the illusion of neutrality in tourism management. MEROPE, from the epistemological south, reaffirms its commitment to research that not only describes realities, but also problematizes them in terms of social justice. This volume does not close debates; it broadens them: it invites us to rethink tourism as a transformative praxis where the academic, the community, the economical and the political converge, to imagine futures beyond the fetishized consumption of “rural” and “community”.

Greetings.
The editors

PRÓLOGO

En el año 2021 se organizaron las 1eras Jornadas de Turismo, Comunidades y Ruralidad de manera virtual, en medio de la pandemia por COVID-19. Afortunadamente, en los días 25, 26 y 27 de septiembre del año 2024, las 2das Jornadas de Turismo, Comunidades y Ruralidad “Productos locales e identidades en escenarios globalizados de consumo y comercialización” se pudieron realizar de forma bimodal en la Universidad Nacional de Quilmes en la ciudad de Bernal, Provincia de Buenos Aires, Argentina.

Así, con estas dos ediciones, las Jornadas se consolidan como un espacio científico colaborativo pensado por el Colectivo de Turismo, Comunidades y Ruralidad, un grupo conformado por representantes de equipos de universidades públicas argentinas vinculadas con pequeñas/os productoras/es, organizaciones y emprendimientos de turismo rural comunitario y de base comunitaria en la ruralidad, en diálogo con contextos periurbanos. Sus miembros son: la Incubadora de Turismo Socio Solidario de Base Comunitaria junto a la Maestría en Gestión y Desarrollo del Turismo, la Licenciatura en Administración Hotelera y la Licenciatura en Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ); el Grupo de Estudios Turismo, Comunidades y Ruralidad del Instituto de Investigaciones en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) y co-organizado por la Licenciatura en Turismo, de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), el Centro de Estudio de Turismo, Recreación e Interpretación del Patrimonio (CETRIP- UNCo) de la Facultad de Turismo, de la Universidad Nacional del Comahue (UNCOMA), la Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF), el LabTur de la Universidad Nacional de Jujuy y la Licenciatura en Turismo y Desarrollo Local de la Universidad Nacional de Chilecito (La Rioja) junto a la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATuRC) y la Fundación Buenavida.

Las Jornadas buscan propiciar el intercambio de saberes y conocimientos territoriales y académicos, como fruto del trabajo conjunto entre equipos de investigación, extensión y vinculación comunitaria de diferentes países y la problematización en el desarrollo del turismo; generando espacios de debate, reflexión y actualización de los saberes y prácticas del turismo en relación con las comunidades y sus territorios.

Estas 2das. Jornadas procuraron generar un espacio de reflexión y debate que permitiera abordar la complejidad del turismo en su relación con las comunidades, la ruralidad y la construcción del desarrollo socioeconómico territorial, a partir de algunos principios organizadores: inclusión, interculturalidad, asociatividad, autogestión, acompañamiento, solidaridad, sororidad, colaboración, cooperación; con el aporte fundamental de quienes protagonizan los procesos en los territorios que habitan.

Nos interesa destacar también las 2das Jornadas en números. En total, se presentaron 104 resúmenes de ponentes académicos y 40 presentaciones multimediales de proyectos territoriales en desarrollo en las distintas Mesas de trabajo. Asistieron alrededor de 50 asistentes de manera presencial y 400 personas más a partir de la inscripción para la concurrencia on-line, las vistas a las Conferencias en el Canal de Youtube y las participaciones por zoom a las Mesas de ponencias. Entre expositores, asistentes y conferencistas, se encontraban docentes, estudiantes, investigadores, técnicos y protagonistas de proyectos territoriales provenientes de 26 universidades argentinas, 20 universidades latinoamericanas, 2 universidades españolas, 7 instituciones de educación superior no universitaria, 4 instituciones del sistema científico tecnológico argentino y 22 organizaciones sociales de primer y segundo grado. Es de destacar el apoyo económico recibido del Grupo de Universidades La Rábida que permitió contar con este número significativo y diversos de participantes, lo cual ha redundado en su repercusión en redes académicas y medios vinculados a los proyectos territoriales que participaron y en la consolidación y fortalecimiento de equipos, enfoques y metodología en el área, inclusive desde la potencia de la internacionalización de redes académicas.

Las mesas temáticas propuestas y parte de las conclusiones a las cuales se arribó en el transcurso de las 2da Jornadas fueron:

A. Enfoques y metodologías participativas para el diseño y la gestión de experiencias turísticas en espacios rurales y comunitarios

Los trabajos presentados en esta mesa permitieron reflexionar sobre las formas de involucramiento que se ponen en práctica en los procesos de planificación y gestión turística en espacios rurales y periurbanos. Como también deliberar sobre la construcción, desde una mirada crítica y bajo el enfoque de las metodologías participativas y de la investigación-acción-participante, las prácticas, creencias, acciones y posicionamientos del turismo en el territorio rural y periurbano.

B. Procesos comunitarios y turismo: debates sobre la identidad, el patrimonio y su mercantilización

A partir las exposiciones realizadas en esta mesa B, se debatió las formas de vinculación del turismo con el patrimonio y la identidad de las poblaciones. Las contribuciones permitieron profundizar, discutir y repensar cómo se dan

los entrecruzamientos de estas categorías y los procesos que tienen lugar a partir de los mismos. Se recibieron trabajos que abordaban de forma crítica los procesos de exotización y/o mercantilización de la cultura y el patrimonio, procesos de conflictividad territorial con bases socio-culturales y comunitarias, procesos de resignificación local y comunitaria de expresiones artísticas y prácticas socio-culturales. Dentro de los procesos de mercantilización, se debatió la vinculación de la cuestión patrimonial con la generación y distribución de ingresos.

C. Circuitos socioeconómicos y comercialización de productos turísticos rurales de pequeña escala.

De acuerdo a las problemáticas y necesidades de las comunidades y las expectativas de quienes viajan, el turismo vinculado a las comunidades rurales y periurbanas genera innovaciones en términos de construcción de mercados. En la mesa, se procuró reflexionar desde una perspectiva crítica sobre los productos turísticos considerados de intereses especiales por su demarcación de lo masivo y sus oportunidades, sus miradas sobre los procesos de desarrollo, su experiencia de organización de circuitos socioeconómicos y productivos que enlazan recursos y emprendimientos territoriales, sus mercados, su escala, su sostenibilidad, sus características. También intentó analizar el papel de la distribución de productos turísticos de pequeña escala y sus estrategias de comercialización responsable, examinando sus canales de venta convencionales, no convencionales y/o digitales.

D. Conflictos ambientales y territoriales: Debates, tensiones y resistencias en contextos (neo)extractivistas.

A partir de la presentación de propuestas de investigación y experiencias de resistencias sobre conflictos ambientales y territoriales que surgen a partir de actividades extractivistas en espacios rurales habitados por comunidades indígenas y/o campesinas, el debate se orientó a reconocer, identificar, comprender y analizar los procesos de tensiones y resistencias. Como así también las luchas y estrategias desplegadas por las poblaciones ante el avance del extractivismo; la mercantilización de la naturaleza en contextos de profundización de las políticas neoliberales, y las formas en que las comunidades se involucran en la actividad turística como alternativa de resistencia y de reivindicación de su cultura.

E. Áreas Naturales Protegidas en disputa: actores, intereses, resistencias y acciones colectivas en la gestión territorial.

La actividad turística en espacios naturales es compleja y contradictoria. El turismo impulsa procesos de conservación, despojo, patrimonialización y mercantilización de la naturaleza. El tema de la mesa propuso examinar cómo las Áreas Naturales Protegidas (ANP) generan intereses contrapuestos,

tensiones entre actores, resistencias locales y acciones colectivas con narrativas divergentes. Los trabajos expuestos sobre experiencias de resistencias y estrategias de acción colectiva impulsadas por emprendimientos turísticos asociativos de comunidades indígenas y/o campesinas, así como otros grupos y/o asambleas socio ambientales. Se deliberó sobre las estrategias de actores público-privados y del tercer sector, los dispositivos estatales, las luchas por el acceso a los bienes comunes, así como el respeto por la diversidad cultural y el derecho a la autodeterminación de los pueblos.

F. Construcción colectiva y visibilización de otras historias y memorias locales desde el turismo comunitario.

El uso turístico de la historia, muchas veces activado desde los patrimonios, suele implicar la construcción y difusión de narrativas que reproducen pasados oficializados, los “grandes relatos”, las “épocas de oro” de un lugar y sus comunidades. Sin embargo, el turismo comunitario busca promover la participación de otros sujetos pertenecientes a las comunidades locales, dando la posibilidad que sean quienes puedan co-construir y compartir sus propias historias y memorias, que muchas veces entran en tensión con las institucionalizadas.

Los trabajos presentados permitieron analizar y debatir sobre cómo las comunidades se posicionan políticamente en este proceso, no exento de conflictos y contradicciones, para configurar otras narrativas y relatos sobre sus propias subjetividades pasadas y presentes.

G. Innovación y ruralidad: Desafíos y experiencias de nuevas tecnologías y tecnologías sociales en propuestas turísticas comunitarias.

El desarrollo de iniciativas turísticas desde el turismo comunitario y de base comunitaria en contextos rurales y periurbanos busca promover la vinculación de proximidad con las culturas locales y sus entornos, su sustentabilidad y el alejamiento del turismo de masas, entre otros aspectos, lo que posibilita diseñar una multiplicidad de innovaciones en el ámbito turístico, con una lógica de diseño que considere las condiciones para la reproducción de la vida y teniendo en cuenta en particular las que son fruto de la acción colectiva. Considerando las condiciones desiguales de estas comunidades en relación al acceso de servicios públicos y a la disponibilidad tecnológica, se propuso poner en valor experiencias vinculadas a innovaciones abiertas y colaborativas en los ciclos de desarrollo de los proyectos turísticos, sean tecnológicas, de productos, de procesos o de modelos de gestión.

Los trabajos presentados permitieron poner en debate los usos sociales de las tecnologías y la utilización de tecnologías de organización social en los proyectos turísticos. Se reflexionó sobre la disputa y la necesidad de disponer de herramientas tecnológicas en territorios periféricos o disociados de los circuitos productivos tradicionales. Se debatió sobre digitalización y

plataformización colaborativa, y usos de la inteligencia artificial, realidad virtual, geolocalización y otras tecnologías 4.0 en las propuestas de turismo en comunidades rurales y periurbanos.

H. *Procesos de formación y comunicación en el Turismo Comunitario en entornos rurales y periurbanos.*

Las presentaciones expuestas en esta mesa permitieron poner en común estudios y experiencias sobre las implicancias de los procesos educativos y comunicacionales en los proyectos de turismo de las comunidades en la ruralidad y en contextos periurbanos. Se debatió acerca de cuáles son las características de los procesos educativos y comunicacionales que acompañan reconfiguraciones simbólicas en los proyectos y su relación con la sustentabilidad en el turismo y el afianzamiento de los saberes patrimoniales. También se analizó los procesos de formación y comunicación como lugar de reflexión y el pensamiento crítico en tales propuestas, las temáticas abordadas y su relación con la construcción de alternativas turísticas, socio-económicas y políticas. Las presentaciones permitieron debatir sobre los procesos comunicacionales y educativos vinculados con la generación y consolidación de oportunidades de trabajo.

Esperamos que el 2026 nos encuentre nuevamente en la 3ra edición de las Jornadas de Turismo, Comunidades y Ruralidad en la Universidad Nacional del Comahue como sede anfitriona.

Daniel García

Universidad Nacional de Quilmes

Silvina Gómez

FCE. Universidad Nacional de La Plata

Elisa Lacko

Universidad Nacional Tres de Febrero. RATuRC. Fundación Buenavida.

Noemí Josefina Gutierrez

CETRIP. Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue.

Cecilia Perez Winter

Universidad de Buenos Aires. Universidad Nacional de Quilmes. CONICET. Red Estratégica de Conocimiento en Turismo Rural de INTA, RECI700.

Juan José Castro

Lab+Tur. Universidad Nacional de Jujuy

Marina Delponti

Universidad Nacional de Chilecito. RATuRC. Fundación BuenaVida.

Marlene Pedetti

Universidad Nacional de Quilmes

Marian Lizurek

Universidad Nacional de Quilmes

Rodrigo Silva

Universidad Nacional de Quilmes.

Divulgación científica

Construcción colectiva de saberes en Turismo Comunitario: Un estudio comparado de experiencias entre Brasil y México

Collective construction of knowledge in Community Tourism: A comparative study of experiences between Brazil and Mexico

Aline Santos Bispo

Universidade Federal do Sul da Bahia
Brasil
alinebispo.sa@gmail.com

Selene Nohemi Cuevas Islas

Universidad Autónoma Metropolitana
México
selene.cuevas.turismo@gmail.com

Resumen

Este estudio tiene el objetivo de analizar el papel que tiene el investigador dentro de los trabajos que se hacen del turismo comunitario y dar énfasis en el hecho de que una investigación de este tipo es una co-creación tanto de la persona que investiga como de la persona o personas que viven en el entorno de lo que se investiga. Se utilizan los estudios de Bourdieu (1987) y Stuart Hall (2003) para reflexionar sobre la cuestión de la identidad cultural y el papel del investigador en los estudios de turismo comunitario y también a Martínez Castillo (2012) para hablar sobre el control cultural que tienen las comunidades en la construcción y gestión de estos proyectos y, se tiene una aproximación a la teoría de la co-

Abstract

This study aims to analyse the role of the researcher in community tourism works and to recognize that such research is collaborative creation of the person investigating and the person or persons living in the environment of what is being investigated. Using the studies of Bourdieu (1987) and Stuart Hall (2003) to reflect on the issue of cultural identity and the role of the researcher in community tourism studies, and also to Martínez Castillo (2012) to talk about the cultural control that communities have in the construction and management of these projects, and there is an approach to the theory of communality, theoretical that allows a broader view on the internal structure of

munalidad, teórica que permite tener una visión más amplia sobre la estructura interna de dichas comunidades. Este trabajo resulta de dos estudios de doctorado, en donde por un lado se presenta el caso de la Unión de Cooperativas Tosepan Titataniske (“unidos venceremos” en náhuatl), de Puebla, México, y en el otro la Rede BATUC, de Bahía, Brasil desde la perspectiva del turismo comunitario y su relación con las formas y saberes de estos pueblos.

Palabras clave: Turismo comunitario. Sujeto conocido. América Latina. Movimiento contrahegemónico.

these communities. This work is the result of two doctoral studies, in which on the one hand the case of the Union of Cooperatives Tosepan Titataniske ("united we will win" in Nahuatl), from Puebla, Mexico, and on the other the Rede BATUC, of Bahia, Brazil from the perspective of community tourism and its relationship with the forms and knowledge of these peoples.

Keywords: Community tourism. Known subject. Latin America. Counterhegemonic movement.

Introducción

El turismo comunitario, *community based tourism* o turismo de base local (TBL) configura una modalidad de organización de la infraestructura turística que se sustenta de forma variable en: (1) propiedad local de la infraestructura turística, (2) la participación local en la planificación y desarrollo de la actividad turística, y (3) el control local sobre la gestión de los negocios turísticos y sus beneficios, que deben repercutir en el conjunto de la sociedad local (Ruiz-Ballesteros, 2019). En la dinámica del turismo comunitario, los residentes planifican actividades, actúan como guías locales y, en algunos casos, se ofrece alojamiento en casas de residentes que también brindan alimentación a los visitantes. Es decir, toda la cadena productiva pasa por la comunidad que participa en este proceso, no sólo como hacedores o meros atractivos.

La práctica tiene su génesis en comunidades rurales de América Latina y se origina del término Turismo Rural Comunitario (TRC). Aunque hay varios antecedentes que exploraron la articulación de la comunidad y el turismo (Pawson et al., 2017), la primera aplicación del término *community-based tourism* (CBT) se atribuye al geógrafo Peter Murphy (1985), en la obra *Tourism: a Community Approach* (Pawson, D'Arcy & Richardson, 2019).

Según Maldonado (2009), cuatro principales factores contribuyeron a su surgimiento. Primero, las presiones globales del mercado turístico sobre el patrimonio natural y cultural de las comunidades rurales e indígenas. Segundo, la búsqueda de estas comunidades de una fuente alternativa de ingresos para minimizar las dificultades económicas históricamente establecidas; El tercer factor fue el papel relevante que juegan las pequeñas y microempresas en el desarrollo económico local y en la diversificación de la oferta turística nacional; El cuarto factor fueron las estrategias políticas del movimiento indígena y rural de la región para preservar sus territorios ancestrales desde la perspectiva de su incorporación a procesos de globalización con identidad propia.

En este contexto, también es común que el turismo sea considerado un medio de cooperación para el desarrollo rural y la reducción de la pobreza (Maldonado, 2009; Scheyvens, 2011; Gascón, 2013), pero sin distanciarse de todos los elementos constitutivos de los sitios simbólicos, que son todas las creencias compartidas por una comunidad y que se manifiestan en sus cuestiones sociales y económicas (Zaoual, 2009; Bartholo, 2009). Coriolano y Vasconcelos (2013:108) refuerzan aún más eso:

“las actividades turísticas comunitarias se asocian a otras actividades económicas con iniciativas que fortalecen la agricultura, la pesca y la artesanía, convirtiéndolas en actividades preexistentes al turismo. Prioriza la generación de empleo para residentes, pequeñas

empresas, dinamizar el capital local y asegurar la participación de todos. Asegura la participación de personas de las comunidades con planificación descentralizada y asociativa, lucha por la regulación territorial de las tierras costeras, muchas de las cuales son marinas, por la garantía de la propiedad de las poblaciones indígenas, pesqueras, llamadas comunidades nativas”.

Delante un escenario de gran desigualdad social y económica, en América Latina las comunidades locales han adoptado al turismo comunitario como una estrategia de reivindicación y justicia social. La expansión del turismo comunitario en las últimas décadas, sobre todo en países de América Latina, ha desarrollado diversas investigaciones que buscan comprender cómo se desenvuelven las dinámicas de producción en las comunidades que optan por la práctica del turismo. Es a partir de este contexto que proponemos analizar el desarrollo del turismo comunitario en las comunidades rurales con un enfoque basado en la perspectiva de las comunidades. De forma a reflexionar sobre la construcción del conocimiento a partir de las investigaciones en contexto del turismo comunitario. Así que el principal objetivo de este estudio es analizar el papel que tiene el investigador dentro de los trabajos que se hacen del turismo comunitario y dar énfasis en el hecho de que una investigación de este tipo es una co-creación tanto de la persona que investiga como de la persona o personas que viven en el entorno de lo que se investiga.

Este estudio está organizado de la siguiente manera. En la primera sección presenta la metodología desarrollada para este estudio. En la segunda sección reflexionamos sobre la co-creación de las investigaciones de turismo comunitario donde presentamos la idea de la epistemología del sujeto conocido y la diferencia que se tiene con investigaciones que se basan en la epistemología del sujeto cognoscente. La tercera sección trata del papel del investigador en las investigaciones-intervenciones de turismo comunitario. La cuarta sección trata de la estructura interna, controles y gestión desde la comunidad. Y, por fin, la quinta y última sección trata de los territorios ancestrales y el proceso de investigación, donde, es posible ver, a partir de los casos de la Red BATUC y de la Unión de Cooperativas Tosepan Titataniske, ejemplos de territorios ancestrales donde investigaciones han sido co-creadas por el sujeto investigador y los sujetos que viven en las realidades que se estudian.

Metodología

Cabe señalar que este artículo es fruto del diálogo entre dos investigadores doctorales en curso, en donde por un lado se presenta el caso de la Unión

de Cooperativas Tosepan Titataniske (“unidos venceremos” en náhuatl), en activo desde 1977 y ubicada en la sierra nororiental de Puebla, México, y que tiene una cooperativa especializada en turismo comunitario, la Tosepan Kali; y, por otro lado, se presenta el caso de la Rede BATUC, una red de turismo comunitario que se encuentra ubicada en el estado de Bahía, Brasil y que reúne a 40 comunidades. Estas investigaciones se centran sobre el estudio de estrategias innovadoras y creativas y la solidaridad construida colectivamente en el ámbito de práctica del turismo en diálogo con las formas de vida de estas comunidades. Estas investigaciones contribuyen a fortalecer el debate sobre el turismo en territorios tradicionales y populares desde la perspectiva del turismo comunitario y su relación con los modos de vida y saberes de estos pueblos.

A partir de este contexto, este estudio invita a una reflexión sobre la construcción de las investigaciones en espacios rurales de turismo comunitario que tienen un cambio de una epistemología del sujeto cognoscente a una epistemología del sujeto conocido (Vasilachis de Gialdino, 2006), es decir, investigaciones que construyen el conocimiento junto a las personas que se encuentran involucradas dentro del fenómeno de estudio, por lo que este deja de ser un simple objeto de estudio para pasar a ser un sujeto que conoce y crea conocimiento.

A pesar de que los casos se encuentran en contextos diferentes, es posible dar ciertos conocimientos para construir una visión del proceso de investigación del turismo comunitario en espacios rurales de América Latina, pues se puede identificar en ambas realidades la existencia de un movimiento contrahegemónico (en menor o mayor medida) en el que muchas comunidades han asumido el turismo precisamente como una estrategia para afirmar modos de vida, visibilizando problemas relacionados con su propia vida cotidiana y otras cuestiones, relacionados con derechos territoriales que permean la vida comunitaria.

Las técnicas de recolección de datos aquí aplicadas están basadas en: entrevistas semiestructuradas (grupales e individuales), acceso y producción de diversos documentos y artículos periodísticos y de opinión. A estas técnicas se suman la consulta bibliográfica y la estancia en campo. La inmersión de los investigadores en el territorio de estudio por varios periodos de tiempo le concede un marcado énfasis ecológico porque el investigador observa a los sujetos en situaciones reales sin acudir a prácticas simuladas (Pawson, D'Arcy & Richardson, 2019).

En cuanto a la observación participante, se hace énfasis en la co-creación y estudio de diversos documentos (actas, elaboración de capacitaciones, sistematización de información, recolección de la memoria colectiva de las organizaciones, presentaciones y participación en reuniones y tertulias). Por tanto, se configuran como investigación acción ya que las investigadoras

actuaron como miembros y/o colaboradoras de los colectivos donde se desarrolló la investigación. La investigación acción es un tipo de investigación social de base empírica que se diseña y lleva a cabo en estrecha asociación con una acción o la resolución de un problema colectivo y en el que los investigadores y participantes que representan la situación o el problema están involucrados en modo cooperativo o participativo (Thiollent, 1997).

Por lo tanto, esta investigación busca resaltar las características constitutivas de la práctica del turismo comunitario en comunidades rurales, asumiendo una postura epistemológica que involucra la experiencia de los propios investigadores y de los sujetos que participan en el mismo. Esta elección se hace debido a la necesidad de utilizar métodos que abarcan tanto el punto de vista de los investigadores, así como los encuestados. De herramientas que ayudan a resaltar el objetivo y subjetivo implícito y procesal metodológicas que no implican simplemente recopilar datos, pero al recopilar sus diferentes significados, buscamos estudiar no sólo los fenómenos en sí, sino entender su significado. individual o colectiva para la vida de las personas (CAUMO, 2006).

Co-creación dentro de las investigaciones de turismo comunitario

“La investigación tradicional...busca homogeneizar y controlar al sujeto de la experiencia...ha devenido más y más en una metodología...e intentos de simplificar la realidad, cuantificándola, reduciéndola a expresiones genéricas, abstractas y descontextualizadas” (Concepción Messina, 2011. Pp. 63), por lo que ha sido necesario buscar y desarrollar nuevas formas de percibir la realidad, es decir nuevos paradigmas que nos ayuden a tener, como lo comenta Ritzer (Valles, 1999), una imagen básica del objeto que se debe estudiar a través de la definición de las preguntas que se necesitan responder, el cómo se deben responder estas y las reglas que se necesitan seguir para interpretar las respuestas que se obtengan de la información recabada, la cual estará guiada por el qué y el cómo de esta imagen básica.

Estas imágenes básicas de los objetos de estudio que se han construido a lo largo del tiempo, también definen y delimitan las metodologías e instrumentos que se emplearán para el análisis de dichos objetos de estudio. Si bien es cierto que, dentro del paradigma predominante en las investigaciones científicas (paradigma positivista) es indispensable crear una separación entre el objeto de estudio y el sujeto investigador (Valles, 1999; Guba & Lincoln, 2002), para otros paradigmas como la teoría crítica es necesario que el sujeto investigador y el sujeto investigado se comuniquen y exista una interacción, pues a pesar de ser dos sujetos que tienen posiciones diferentes con respecto a la realidad que se quiere analizar, “construyen de manera conjunta un saber sobre ese fragmento del devenir histórico y social...una realidad que

se comparte y que compromete a ambos sujetos de la intervención” (Robles Gil & Robles Rendón, 2006. Pp. 62 y 63).

Para realizar cualquier investigación que pretenda ser elaborada desde la perspectiva del sujeto con el que se hace la investigación, se deben de analizar ciertos elementos que pueden influir en el comienzo, desarrollo o fin de la investigación que se pretende hacer. Es indispensable “la <<descripción>> de la cultura...comprender los <<significados>> de las acciones y sucesos presentes...y...hacerlo en forma acorde al <<punto de vista>> de quienes la viven” (Ameigeiras, 2006. Pp. 114), por lo que se hace necesario contemplar la subjetividad tanto del sujeto investigador como del sujeto investigado con lo cual se hace preciso:

- Tomar en cuenta que “en relación con cualquier objeto de conocimiento tenemos una serie de pre-nociones, prejuicios, premisas y afectos que funcionarán como obstáculos epistemológicos si previamente no los identificamos y elaboramos” (Baz, Jaidar & Vargas, 2002. Pp. 183 y 184), por lo que antes de empezar una investigación, en el desarrollo de la misma y al final del trabajo, los investigadores tendrán que ir visualizando si estas premisas/prejuicios no afectan la forma de construir conocimiento.
- Cambiar de una epistemología¹ del sujeto cognoscente a una epistemología del sujeto conocido (Vasilachis de Gialdino, 2006), es decir, pasar de esa relación dualista en donde no existe una interacción entre el sujeto investigador y el sujeto investigado y el conocimiento es creado por el que conoce (sujeto cognoscente²), a un sujeto conocido que construye el conocimiento junto con el sujeto que investiga, un sujeto que pasa de ser objeto de investigación a un participante activo y primordial. Esta epistemología se podría resumir en 4 puntos:

a) La validez del conocimiento está determinada en la medida en la que el sujeto conocido ya no es visto como objeto pues se entiende que existe una identidad (esencial y existencial) que hace que tanto el investigador como el sujeto que se quiere conocer sean iguales y por tanto se reconoce que tiene la misma capacidad de conocer, aunque tengan distintas formas de hacerlo y aporten cosas distintas a la investigación.

1. “...se interroga acerca de cómo la realidad puede ser conocida, acerca de la relación entre quien conoce y aquello que es conocido, acerca de las características, los fundamentos, de los presupuestos que orientan el proceso del conocimiento y la obtención de los resultados” (Vasilachis de Gialdino, 2006. Pp 46).

2. “...está centrada en el sujeto que conoce ubicado espacio-temporalmente, en sus fundamentos teórico-epistemológicos y en su instrumental metodológico. Tal sujeto, con esos recursos cognitivos, aborda al sujeto que está siendo conocido y la situación en la que se halla” (Vasilachis de Gialdino, 2006. Pp 50).

b) Las formas de conocer y crear conocimiento son a través del sujeto que conoce y del sujeto que es conocido, por lo que existe un conocimiento creado a través de la construcción cooperativa.

c) El alcance del conocimiento dependerá de la reflexión que haga el investigador sobre las contribuciones que podría tener o no su investigación a la realidad a la que pertenece el sujeto que se quiere conocer, por lo que es necesario preguntarse el ¿para qué? y ¿para quién? y siempre estar reflexionando sobre la utilidad del conocimiento que se quiere crear.

d) El desarrollo del conocimiento se hace a través de una cooperación entre los dos sujetos que participan, dado que los dos aportan cosas diferentes. Al conocerse a sí mismo y al conocer al otro sujeto se hace una construcción participativa del conocimiento, en donde permite una participación igualitaria de ambos sujetos.

Papel del investigador en la intervención-investigación de turismo comunitario

En el ámbito de este estudio, se considera necesario una corriente de pensamiento alineada con el protagonismo de quienes promueven y participan en el turismo comunitario, es decir, que parte del punto de vista de las propias comunidades, teniendo en cuenta que, independientemente de la corriente de pensamiento adoptada, a partir de la práctica del turismo, hábitos y costumbres adquieren una nueva importancia para la comunidad (Vieira; Carvalho, 2014). Las actividades comunitarias cotidianas se vuelven atractivas para los visitantes, como el proceso de elaboración de la harina de yuca, el jarabe de hierbas medicinales, el aceite de palma, el cultivo de mariscos o los ciclos de siembra y cosecha. Esto promueve una apreciación del conocimiento y las actividades ocupacionales de la comunidad.

Tomando como presupuesto la forma especial que toma el conocimiento cuando su objeto está hecho de y por sujetos cognoscentes. Utilizando palabras de Bourdieu, aquí se opone al “punto de vista objetivista, como en el viejo precepto durkheimiano, donde los agentes sociales pueden ser <<tratados como cosas>>, adoptando así el punto de vista subjetivista, representado por la fenomenología, la etnometodología y el constructivista sociológico” (Bourdieu, 1987. Pp. 1), los agentes construyen la realidad social, que a su vez se entiende como el producto de la agregación de actos individuales de construcción.

Aquí, hay dos puntos importantes que aclarar. El primero es que el investigador que lleva a cabo estudios en una comunidad debe tener presente que

estos grupos no están esperando una solución milagrosa a sus problemas que les aportarán los investigadores mediante teorías y metodologías ya preparadas. En nuestra experiencia, podríamos decir que, durante el proceso de investigación, es más común que los investigadores sean transformados por la comunidad que al revés. Segundo punto y también a continuación de lo anterior, es que el investigador que se suma a este proceso de construcción desarrolla un rol que va más allá de la mera recolección de datos. Estos estudios, así como sus autores, pasan a formar parte de las luchas que libran las comunidades y, a menudo, se convierten en actores estratégicos en una relación de intercambio de conocimientos. Eso es lo que Hall llama "intelectual orgánico". Hall (2003) defiende que el intelectual orgánico trabaja en dos frentes. Así, debe saber más que el intelectual tradicional, estar a la vanguardia del trabajo teórico intelectual y, al mismo tiempo, transmitir sus conocimientos a intelectuales fuera de la academia. De manera que, los intelectuales tradicionales se ponen del lado de conocimientos e intereses sociales ya establecidos, al paso que los intelectuales orgánicos están comprometidos con un trabajo intelectual radical que genere cambios sociales y económicos (Hall, 2003). El concepto de intelectual orgánico al que recorre Hall es una categoría marxista desarrollada por Antônio Gramsci para quién es un tipo de intelectual que permanece vinculado a su clase social, actuando como portavoz. "Entonces, el trabajo del intelectual es el trabajo crítico en la medida en que rompe las evidencias, están ahí para denunciar lo que parece obvio" (Castoriadis, 2016).

Estructura interna, controles y gestión desde la comunidad

Aunque el turismo de masas ha generado impactos negativos en las culturas de los sitios donde se ha desarrollado como la destrucción o debilitamiento de aspectos culturales a través de la homogeneización cultural, la forma en que se pueden minimizar o eliminar estos daños son a través de un tipo de turismo comunitario en donde la misma comunidad tenga control sobre dicha actividad y sobre sus posibles consecuencias. Uno de los tipos de control que puede y debe ejercer la comunidad que ha tomado la decisión de desarrollar dentro de su territorio la actividad turística, es el control cultural, el cual es "la capacidad social de decisión local sobre...todos aquellos componentes de una cultura que deben ponerse en juego para identificar las necesidades, problemas y aspiraciones...[para] intentar satisfacerlas, resolverlas y cumplirlas" (Martínez Castillo, 2012. Pp. 66). Con esto hablamos de que la comunidad tiene una autonomía para determinar dicho control, por lo que se hace necesario entender los factores que integran esta autonomía y comprender la estructura interna de una comunidad, en especial

una comunidad rural, la cual generalmente está integrada por personas indígenas-campesinas.

“Todo pueblo que ha vivido durante varios siglos, desarrolla una filosofía en torno a la vida y a la muerte; respecto a lo conocido y lo desconocido; frente a sí mismo como un conjunto de seres humanos, y frente a los demás seres que pueblan y habitan la Tierra, como la Madre común” (Rendón Monzón, 2003. Pp. 93). La comunalidad de acuerdo a Martínez Luna (2010) es lo opuesto a la individualidad y a la competencia. “La teoría de la comunalidad, observa a los miembros de la comunidad como actores que poseen características en común -un pasado, presente y futuro, un espacio territorial definido, una lengua o idioma y un sistema comunitario encaminado hacia la justicia” (Cuevas Islas, 2019), por lo que se utilizará dicha teoría para entender los factores antes mencionados.



El pensamiento de estas comunidades están ligados al territorio, el cual provee a la comunidad de un espacio donde puede vivir, convivir y pertenecer. Dentro de este territorio se generan conexiones entre los sujetos que se encuentran dentro de ese territorio y el territorio en sí mismo, un vínculo entre los sujetos que habitan el territorio y el territorio. Por otra parte, existe una organización político-social que determina los demás hábitos que corresponden a la vivencia dentro del territorio donde se encuentran

Esquema 1:
Factores de la comunalidad

Fuente: Elaboración propia con base en Rendón Monzón (2003), Díaz (2007) y Martínez Luna (2003, 2010).

los sujetos que componen la comunidad; dicha organización está compuesta generalmente por una asamblea que está compuesta por personas elegidas por la misma comunidad de acuerdo a los servicios que ha prestado a la misma, por lo que dicha asamblea se considera como máxima autoridad dentro de la comunidad. Otro de los elementos es un sistema judicial propio que pueda dar justicia a las personas, la cual debe de ser oportuna y de conocimiento de todos los que integran la comunidad. También tiene que haber una historia en común, donde exista un pasado, un presente y posiblemente un futuro para los integrantes de la comunidad. relacionado con esto, está el

siguiente factor, el cual es el don comunal en donde se encuentra la lengua, las experiencias y los saberes compartidos por los sujetos que componen la comunidad (Rendón Monzón, 2003; Díaz, 2007; Martínez Luna, 2003, 2010).

Territorios ancestrales y el proceso de investigación

Red BATUC, Bahía, Brasil

Desde el ámbito de la red BATUC podemos decir que la diversidad cultural está presente en los diferentes perfiles de comunidades y actores que participan de la Red BATUC. Este mosaico identitario se da debido a la configuración territorial de la propia Bahía, estado donde está ubicada. Con más de 14 millones de habitantes distribuidos en 417 municipios, el estado cubre más de 500.000 km² (aproximadamente el tamaño de un país como Francia). Su principal singularidad como red es precisamente su funcionamiento y alcance geográfico a nivel estatal. Actualmente la Red está presente en 29 municipios (24 municipios turísticos y 5 municipios no turísticos) y cuenta con más de 40 proyectos de Turismo Comunitario. De estos 40 proyectos, más del 80 por ciento son comunidades rurales que tienen diferentes características, como: indígenas, quilombolas, comunidades ribereñas, asentamientos rurales, comunidades pesqueras y comunidades de pastoreo.

Esta diversidad constituye un ejercicio de alteridad, no sólo afuera, sino también entre pares, donde múltiples identidades convergen en un movimiento contrahegemónico (Bispo dos Santos, 2019) en el que muchas comunidades cuentan con turismo (Neves, 2012) se apropia como una estrategia para afirmar formas de vida tradicionales, visualizando problemas relacionados con la propia vida cotidiana y otras cuestiones relacionadas con los derechos territoriales que permean la vida comunitaria. Este argumento también es defendido por Comaroff al afirmar que estos sujetos que “(re) reivindican su “naturaleza” étnica ejerciendo un espíritu emprendedor vinculado a la tierra, muchas veces parecen hacerlo con una buena dosis de conciencia crítica y táctica” (Comaroff, 2011. Pp. 24).

Entre los principios, explícitos en su normativa y que guían el trabajo de la Red, se encuentra la visión del turismo como un elemento más que tiende puentes. Y puede generar resultados positivos para las economías de los territorios que lo practican, siempre y cuando sea gestionado y llevado a cabo por sus propias comunidades locales organizadas. Para ello, la Red destaca que el turismo comunitario es una actividad auxiliar, en comparación con las diversas actividades cotidianas de las comunidades, siendo tratado -el turismo- como un medio y no como un fin (Lima, 2023).

Posiciones como esta llaman la atención sobre el hecho de que una serie de prácticas socioculturales de estas comunidades, que se dieron de manera

espontánea e incluso casi intuitiva, como la hospitalidad, la reciprocidad, la tradición oral, se dan cada vez más conscientes y estructuradas. En estas comunidades, además de que el turismo no es un fin en sí mismo, el turismo suele ser utilizado como una herramienta de resistencia y transformación del territorio de acuerdo con las bases y principios de la comunidad local, como se evidencia en el Sr. Genilson, de la comunidad de Tapera, ubicada en la Resex Cassurubá. Según nos cuenta, para él “el turismo comunitario es un pretexto para conseguir cosas para la comunidad” (diario de campo, 2022). Es decir, es a través de la visibilidad conseguida por las visitas que la comunidad aprovecha para reivindicar las infraestructuras necesarias tanto para acoger a los visitantes como para la supervivencia de los residentes y también para resaltar los problemas más críticos de la localidad, como disputas territoriales, escasez de agua, falta de electricidad, saneamiento básico, asistencia médica, escuelas, seguridad, etc.

Unión de Cooperativas Tosepan Titataniske, Puebla, México

Por otra parte, también encontramos otro ejemplo de ejercicio de alteridad en la Unión de Cooperativas Tosepan Titataniske, ubicada en la sierra nor-oriental del estado de Puebla en México y que tiene sus inicios en 1977, cuando 5 pueblos de la región se organizaron para enfrentar la escasez y encarecimiento de distintos productos básicos. La fuerza organizativa de la Cooperativa Tosepan le ha permitido defender el territorio de la sierra de megaproyectos extractivistas, defendiendo la vida del despojo territorial de proyectos de muerte. Actualmente la Unión tiene más de 45,000 socios y socias, ubicados en 50 municipios del estado de Puebla y algunos municipios del estado de Veracruz (municipio aledaño al Estado de Puebla).

En 2004 se comenzó un proyecto que tuvo como finalidad ofrecer servicios de hospedaje con la finalidad de que los socios que fueran a capacitarse a su centro de formación “Kaltaixpetaniloan” (la casa donde se abre el espíritu en náhuatl), pudieran tener un lugar donde pasar la noche dado que en el centro del pueblo de Cuetzalan (lugar donde se ubica el centro de formación) no querían hospedarlos por trabajar en el campo y ser indígenas. Ahora ofrecen no solo este servicio a sus socios y socias sino que además han abierto el espacio para que personas externas a la organización puedan hospedarse con ellos, conozcan su forma de producir (café, miel, cacao y piloncillo) a través de sus experiencias comunitarias, su historia organizativa a través de pláticas y las formas de conservar y cuidar la naturaleza a través del tour de energías alternativas y ecotecnias que se han implementado en la Tosepan.

Para la Tosepan, es importante entender al turismo como herramienta que permite dar a conocer su identidad biocultural a través de un turismo que esté preocupado por la naturaleza, su cultura y la forma en cómo ellos viven

y ven al mundo. La cosmovisión del pueblo masewal, a la cual pertenecen las personas que componen la Tosepan, se plasmó en 2017 en dos libros titulados Códice Masewal; el primero habla del ser y vida masewal y en el segundo están plasmadas líneas estratégicas del plan de vida para el pueblo masewal con el fin de fortalecerse y seguir soñando los próximos 40 años de la Tosepan. Justo en las líneas estratégicas se plasma al turismo como un turismo ecológico, un ecoturismo comunitario con identidad biocultural, por lo que como estrategia se pretende la formación de promotoras y promotores en turismo comunitario con identidad.

Conclusiones

Una de las principales potencialidades del turismo en las comunidades rurales, por ejemplo, es la producción asociada al turismo que va desde actividades primarias (como el cultivo de pescados y derivados, la producción de miel, productos orgánicos como arroz, aceites, derivados de la yuca y do cacao y también productos terapéuticos) hasta a productos customizados (como artesanías para el hogar y para uso personal, instrumentos musicales). Estas actividades que, se realizan muchas veces por generaciones o que empiezan como alternativa para supervivencia local, son en sí mismas atractivos turísticos de las comunidades.

En este sentido, es importante señalar que las formas de organización social desarrolladas por estos grupos subordinados han ido buscando referentes de gestión que se ajusten a sus realidades y cosmovisiones. Estos problemas son evidentes en la investigación de campo, ya que no es raro que los líderes comunitarios se muestren descontentos con los modelos preconcebidos que se presentan para la gestión de proyectos comunitarios y que no contemplan su cosmovisión, que intentan imponer nuevas lógicas y lenguajes a la realidad local, queriendo transformar las comunidades en modelos de startups.

Los valores que orientan estas comunidades son filosofías ancestrales que se anteven al capitalismo. Hay más que motivaciones económicas allí, pues se mantiene una relación con la naturaleza, una vez que esos son territorios sagrados para esos pueblos. Entonces, hay una relación espiritual con la tierra. Y también existe ahí un gran potencial pedagógico para la educación patrimonial y ambiental. Además, otro factor que agrega valor, es el hecho de que los visitantes tienen la oportunidad de conocer cómo es hecha la producción e incluso de participar de ella. Sin embargo, deben existir condiciones favorables para la realización de estas prácticas. Estos van desde la creación de infraestructuras (camino, transportes, equipamientos, entre otros) hasta la participación activa de la comunidad desde la planificación hasta la ejecución de actividades. Bajo los principios de la Economía Solidaria,

Comercio Justo, Diversidad Cultural.

Por lo antes mencionado, se hace especial énfasis en la creación de investigaciones que contemplen estas características y al sujeto que conoce la realidad investigada desde una perspectiva que contemple sus saberes y conocimientos. Si bien Vasilachis considera que la epistemología del sujeto cognoscente y la epistemología del sujeto conocido no se contraponen y más bien se complementan, se considera importante dejar de lado la idea de complementariedad dado que en cierto grado se contraponen. Es diferente el hecho de pensar una investigación colocando por un lado el sujeto investigador y por otro el sujeto investigado, al cual se trata como objeto y, la idea de pensar una investigación en donde la colaboración del sujeto investigador y el sujeto conocido crean conocimiento. El investigador recurre a teorías que lo aproximan a la realidad en donde se encuentra el sujeto que quiere conocer, mientras que este sujeto tiene un conjunto de significaciones imaginarias sociales y nociones sociales que fueron creadas de acuerdo a la realidad en donde se desarrolló y que ayudarán ampliamente al entendimiento de dicha realidad.

Bibliografía

Ameigeiras, A. R. (2006). El abordaje etnográfico en la investigación social. En Estrategias de investigación cualitativa (pp.107-151). Barcelona: Editorial Gedisa.

Bartholo, R. (2009). Sobre o sentido da proximidade: implicações para um turismo situado de base comunitária. In: BARTHOLO, R, SANSOLO, D. G. e BURSZTYN, M. (Org.). Turismo de Base Comunitária. São Paulo: Letra e Imagem, p. 45-54.

Baz, M., Jaidar, I. & Vargas, L. E. (2002). El proceso de investigación modular: articulación de dimensiones ¿Para qué sirve un módulo? En La psicología un largo sendero: una breve historia (pp. 179-192). Distrito Federal: UAM-X, CSH, Educación y comunicación.

Bispo dos Santos, Antônio. (2019). Colonização, quilombos: modos e significações. Brasília: Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia/UnB.

Bourdieu, P. (1987). What makes a social class? On the theoretical and practical existence of groups. Berkeley journal of sociology, 32, 1-17.

Castoriadis, C. (2016). Radical imagination and the social instituting imaginary. In Rethinking imagination (pp. 136-154). Routledge.

Caumo, T. (2006). Pesquisa Qualitativa no Campo do Turismo. Seminário de pesquisa em Turismo do MERCOSUL. Caxias do Sul.

Comaroff, J. (2011). Etnicidad S.A. (Vol. 3078). Katz Editores.

Concepción Messina, G. (2011). Investigación y Experiencia. Praxis y Saber 2(4), pp. 61-75.

Coriolano, L. N., & Vasconcelos, F. P. (2013). Região, desenvolvimento regional e turismo comunitário. Revista brasileira de desenvolvimento regional, 1(1), 095-111.

Cuevas Islas, S. N. (2019). Inhibidores o potenciadores del ecoturismo comunitario. Casos de estudio Parques Ecoturísticos “Llano Frío” y “El Borbollón”. Municipio de Temascalcingo, Estado de México (Tesis de Maestría). Centro de Investigaciones Económicas, Administrativas y Sociales (CIECAS), Instituto Politécnico Nacional. CDMX. México.

Díaz, F. (2007). Parte I: Comunidad y comunalidad. En Comunalidad, energía viva del pensamiento mixe (pp. 21-125) México: UNAM.

Diario de campo de la autora. (2022).

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

Guba, E.& Lincoln Y. (2002). Paradigmas en competencia en la investigación cualitativa. En Por los rincones. Antología de métodos cualitativos en la investigación social (pp.113-145). México: El Colegio de Sonora.

Hall, S. (2003). Da diáspora: identidades e mediações culturais (org. Liv Sovik). Belo Horizonte, Rio de Janeiro: UFMG/IUPERJ/FAPERJ.

Lima, D. R. D. (2023). A construção de uma política pública ao revés: de movimento à Rede de Turismo Comunitário da Bahia. (Master dissertation, Dissertação de Mestrado. Salvador: UFBA/EAUFBA).

Maldonado, C. (2009). O turismo rural comunitário na América Latina: gênese, características e políticas. In Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 25-44.

Martínez Castillo, R. (2012). Características del turismo entre los pueblos indígenas. ESPIGA, (24), pp.57-70.

Martínez Luna, J. (2003). Comunalidad y Desarrollo. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Dirección General de Culturas Populares e Indígenas; Centro de Apoyo al Movimiento Popular Oaxaqueño, AC.

Martínez Luna, J. (2010). Eso que llaman comunalidad. Fondo de Cultura Económica.

Murphy, P. E. (1985). Tourism: A Community Approach (Methuen (Ed.)).

Neves, S. C. (2012). A apropriação indígena do turismo: os Pataxó de Coroa Vermelha e a expressão da tradição (Doctoral dissertation, Tese de Doutorado. Salvador: UFBA/PPGA).

Pawson, S., D'Arcy, P., & Richardson, S. (2017). The value of community-based tourism in Banteay Chhmar, Cambodia. Tourism Geographies, 19(3), 378-397. <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1183143>

Pawson, S., D'Arcy, P., & Richardson, S. (2019). The value of community-based tourism in Banteay Chhmar, Cambodia. In Tourism Planning and Development (pp. 72-91). Routledge.

Rendón Monzón, J. (2003). La comunalidad. Modo de vida de los pueblos indios. Tomo I. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Dirección General de Culturas Populares e Indígenas.

Robles Gil, R. R. & Robles Rendón, M. (2006). Sobre la construcción de dispositivos de investigación-intervención. Anuario de investigación 2005, pp.57-69.

Ruiz-Ballesteros, E. (2019). Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo. Barcelona: Icaria Editorial.

Thiollent, M. (2009). Pesquisa-ação nas organizações. Atlas.

Valles, M. (1999). Variedad de paradigmas y perspectivas en la investigación cualitativa. En Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional (pp.45-68). Madrid: Editorial Síntesis.

Vasilachis de Gialdino, I. (2006). La investigación cualitativa. En Estrategias de investigación cualitativa (pp.23-64). Barcelona: Editorial Gedisa.

Vieira, Salete; Carvalho, Renata Coppieters Oliveira de. (2014). Etnodesenvolvimento e o turismo: O caso da Reserva Pataxó de Aldeia Velha. In: Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. 27 a 29 de agosto de 2014, Salvador (BA). (Anais X ENECULT. Salvador: X ENECULT).

Zaoual, H. (2009). Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transições?. Caderno virtual de turismo, v. 8, n. 2. In: BARTHOLO, R; SANSOLO, D.G; BURSZTYN, I. (orgs). Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Ed. Letra e Imagem.

Lo comunitario en los turismos: una experiencia formativa para la producción de lo común

The community aspect in tourism: a formative experience for the production of the common.

Scotto D' Abusco, Daniela

Departamento de Ambiente y Turismo, Universidad Nacional de Avellaneda, Argentina.
dscotto@undav.edu.ar

Sosa, Mariana

Departamento de Ambiente y Turismo, Universidad Nacional de Avellaneda, Argentina.
msosa@undav.edu.ar

Resumen

La presente ponencia resulta de la experiencia de formación de la “Diplomatura en Gestión Pública de Proyectos Turísticos y Culturales”, realizada entre el ex Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, el ex Ministerio de Cultura de la Nación y la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV). La propuesta se desarrolló durante el año 2023 y tuvo como finalidad contribuir a la profesionalización de trabajadores del turismo y la cultura de todos los niveles de la administración pública. Se introdujo como innovación la posibilidad de que puedan participar personas interesadas desde todos los puntos de nuestro país y la articulación de dos sectores que, generalmente, trabajan desligados. A lo largo de los meses, el trayecto se compuso de cuatro módulos que caminaron hacia la producción de una vasta cantidad de proyectos turísticos-culturales en territorios con características muy diversas. El espacio se centró, en primer lugar, en la conceptualización para el debate en torno a las rela-

Abstract

This paper is the result of the formative experience of the “Diplomatura en Gestión Pública de Proyectos Turísticos y Culturales,” carried out between the former Ministry of Tourism and Sports of the Nation, the former Ministry of Culture of the Nation, and the National University of Avellaneda (UNDAV). The program was developed throughout 2023 with the goal of contributing to the professionalization of workers in tourism and culture at all levels of public administration. An innovative aspect of the initiative was its accessibility to interested individuals from all over the country and the collaboration between two sectors that typically operate separately. Over the months, the course was composed of four modules that led to the development of a wide range of tourism-cultural projects in areas with very diverse characteristics. The program first focused on the conceptualization and debate around the complex relationships between the fields of

ciones complejas que suceden entre los campos de la cultura y el turismo como ámbitos propicios para el diseño de políticas públicas orientadas a la producción del bien común. Estos aspectos centrales constituyen las encrucijadas en las que situamos las reflexiones que aquí se presentan y que motorizan la decisión de trabajar con metodologías participativas de la investigación-acción como un modo de comprender e intervenir en los territorios para mejorar la vida de las poblaciones.

Palabras clave: Turismo; Cultura; Comunitario; Investigación-acción participativa.

culture and tourism as areas conducive to the design of public policies aimed at producing the common good. These central aspects form the crossroads where the reflections presented here are situated, driving the decision to work with participatory action research methodologies as a way to understand and intervene in territories to improve the lives of local populations.

Keywords: Tourism; Culture; Community; Participatory action research.

El punto de partida: el turismo y la cultura para la producción de lo común

La ponencia presenta una experiencia de capacitación que da cuenta del rol de las universidades nacionales en la formación superior de trabajadores del sector público, del ámbito de la cultura y el turismo. La “Diplomatura en Gestión Pública de Proyectos Turísticos y Culturales” fue planificada e implementada gracias a la colaboración conjunta entre el ex Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, el ex Ministerio de Cultura de la Nación y la Universidad Nacional de Avellaneda, a través de la Secretaría de Cultura, dependiente de la Secretaría de Investigación y Vinculación Tecnológica e Institucional, y el Área de Vinculación Turística, dependiente del Departamento de Ambiente y Turismo.

Esta iniciativa se llevó a cabo entre marzo de 2022 y octubre de 2023, con el propósito de generar un espacio donde se logren aprendizajes significativos para transformar, construir, multiplicar, cuestionar, proteger y crear nuevas posibilidades de actuación en los campos de la Cultura y el Turismo. La propuesta tuvo por finalidad contribuir a la profesionalización de gestores culturales y turísticos de todos los niveles de la administración pública en las seis regiones del país, contextualizando y problematizando los alcances de la gestión pública desde diversas perspectivas. El propósito apuntó a la posibilidad de reflexionar acerca de la cultura y el turismo como campos propicios para el diseño y desarrollo de políticas públicas que actúen en conjunto, ubicando la gestión del patrimonio cultural como recurso turístico desde una perspectiva de inclusión social. Para ello, se consideró como una urgencia de nuestro tiempo histórico, el poder trabajar para reconstruir el tejido social, con otros soportes conceptuales, que sostengan otro orden de relaciones, aquellas que nos merecemos. De acuerdo al posicionamiento político-pedagógico asumido, se consideró que esto solo sería posible desde un trabajo colectivo, donde el turismo y la cultura se propongan itinerarios comunes que puedan desmontar imaginarios hegemónicos, que están instalados en determinados objetos culturales y turísticos, con el fin de producir otros relatos, más poderosos y que provengan de otras voces: aquellos otros patrimonios que expresen otras representaciones y valores, otras voces y otras memorias.

Para eso, fue preciso en primera instancia, discutir acerca de lo necesario de sacar a la cultura y al turismo de su campo de autonomía, y llevarlos a trabajar articuladamente con otros sectores, y en común entre ellos, para intervenir en el cambio social. De esta manera, los contenidos, las actividades y los recursos presentados en la matriz de enseñanza se enmarcaron en la investigación-acción participativa, como una decisión frente al mundo, marcada específicamente por la intervención en el territorio y la posibilidad de producir una mejora en las condiciones de existencia de quienes lo construyen y lo constituyen.

La invitación fue a repensar cómo se han gestado las relaciones entre turismo y cultura, y cómo hoy producimos instancias de transformación desde la perspectiva de la inclusión social, enmarcando el trabajo desde un diseño participativo. Construido desde las bases, se intentó focalizar en la participación de los sujetos en su más profunda dimensión ética e histórica, como un ejercicio de derechos. Así, se trabajó desde una metodología participativa que ha resultado la propicia para el diagnóstico, la planificación y el desarrollo de proyectos turísticos-culturales en territorios urbanos, periurbanos y rurales, con condiciones contextuales muy diversas, pero con denominadores y problemas comunes.

La interculturalidad como principio y la gestión participativa como paradigma, permitieron reflexionar y repensar acerca de las políticas de lo común, aquellas que producen acciones y conocimiento para acercar el patrimonio a la comunidad y garantizar las condiciones no solo para disfrutar de él, sino también para construirlo. Caminar hacia el contexto comunitario habilitó la producción de un conocimiento en diálogo con actores sociales diversos, y que resulta del compromiso de los sujetos con su tiempo histórico, con la realidad social que tienen que abordar. La metodología construida es resultado de distintos proyectos en el que la universidad participó, acompañando los saberes populares con saberes técnicos a partir de alianzas con las organizaciones sociales. Si bien las herramientas metodológicas construyen los cimientos, la adaptación de los enfoques se relaciona con las particularidades de cada lugar, dando como resultado una serie de proyectos y estrategias que apuntan a la transformación de las condiciones socio-territoriales.

La Diplomatura: propuesta curricular

La Diplomatura en Gestión Pública de Proyectos de Turismo y Cultura fue una iniciativa de capacitación llevada adelante por la Universidad Nacional de Avellaneda, que integra las dos disciplinas, turismo y gestión cultural. Estas áreas corresponden respectivamente a las carreras dependientes del Departamento de Ambiente y Turismo, y del Departamento de Arte, Cultura y Comunicación. El objetivo de la propuesta fue contribuir a la profesionalización de gestores públicos en los distintos niveles de la administración pública de las seis regiones del país. Para su implementación y desarrollo, desde el Área de Vinculación Turística, se diseñó un plan de estudios de alcance federal, seleccionando a 180 participantes de entre 1200 postulantes. La elección de los perfiles se basó en criterios que aseguraron una representación equitativa de las diversas regiones y provincias del país, paridad de género, inclusión de trabajadores de distintos organismos públicos y la diversidad disciplinar. De este modo, se logró conformar un grupo de participantes muy heterogéneo.

Con una carga horaria total de 116 horas, se distribuyó el trabajo en seis comisiones de 30 personas de acuerdo a las regiones. La modalidad de cursada se conformó a partir de un encuentro virtual sincrónico semanal de dos horas, complementado con lectura de materiales asincrónicos, la participación en espacios de debate/foros en el aula virtual y la elaboración de un proyecto final.

La propuesta tuvo como objetivos identificar y analizar diferentes enfoques conceptuales y metodológicos acerca de la cultura y el turismo como campos propicios para el diseño y desarrollo de políticas públicas que actúen en conjunto; discutir y compartir sobre los nuevos modos de concebir y pensar el turismo y la cultura, en términos de patrimonio cultural, a partir de la comunidad y en los territorios; identificar los componentes de la organización y gestión del espacio turístico-patrimonial. El programa analítico se estructuró a partir de cuatro materias: Turismo, territorio y desarrollo; Cultura y Patrimonio; La gestión de los bienes y recursos culturales y turísticos como acción política, y Elaboración de proyectos turístico-culturales. El proceso metodológico se desarrolló de forma transversal a las cuatro materias, con el propósito de planificar, estructurar y desarrollar un proyecto turístico-cultural desde las metodologías participativas.

En primer lugar, comprendemos el turismo como una actividad social que produce sentidos sobre la realidad, que contribuye con procesos sociales transformadores capaces de estimular la participación y organización de las comunidades, capaces de interpretar las necesidades de la economía popular y otros sectores de las barriadas de todos los suburbios y las áreas centrales. Por eso, en la Diplomatura, se propuso trabajar de forma colaborativa entre las seis regiones del país, constituyendo así una propuesta única y novedosa que puso en foco tres aspectos principales.

En primer lugar, las relaciones entre el turismo y la cultura deben ser entendidas como vínculos horizontales que van de la mano y se complementan, construyendo juntos nuevos guiones, con nuevos sentidos y significados, recomponiendo el paisaje social a través de intervenciones que favorezcan la existencia, el acceso, el disfrute y la circulación por el espacio público urbano.

En segundo lugar, es fundamental comprender que la promoción del acceso al turismo facilita el acceso a otros derechos, como la cultura y el patrimonio, esto significa también el derecho a conocer nuestra historia que en última instancia es el derecho a la identidad de los pueblos. Cuando hablamos del derecho a la cultura, no solo nos referimos a su conocimiento y disfrute, sino también a la producción de bienes culturales y al desarrollo del conocimiento, que nos abre nuevas formas de entender el mundo y a nosotros mismos.

Por último, una necesidad que se impone, ya que anida en la urgencia del tiempo histórico que atravesamos como bloque regional latinoamericano y como argentinos: reconstruir el tejido social a partir de otros soportes conceptuales, que sustentan un orden distinto de relaciones, tal vez aquel que

realmente nos merecemos. Componer este escenario sólo es posible a través de un esfuerzo colectivo, donde el turismo y la cultura se propongan itinerarios comunes que desafíen los imaginarios hegemónicos que están instalados en determinados objetos y prácticas culturales y turísticas. Abriendo paso a nuevos relatos más poderosos, provenientes de otras voces, que expresen patrimonios, representaciones y valores alternativos, otras memorias y otras identidades.

Entonces, el punto central de la Diplomatura fue abrir un espacio de discusión federal, en el que se pudiera debatir, compartir y producir nuevos modos de concebir y pensar el turismo y la cultura desde la perspectiva de la gestión del patrimonio cultural, en el marco de la participación y las políticas de producción de lo común, aquellas que producen acciones y conocimiento para acercar el patrimonio a la comunidad y garantizar las condiciones no solo para disfrutar él, sino también para construirlo.

Las encrucijadas en las que situamos las reflexiones

Desde la coordinación, como docentes de la Universidad Pública y del Conurbano, se planteó a la Diplomatura no como un tratado con posiciones cerradas, sino un recorrido por una geografía de problemas, con menos afirmaciones taxativas y más argumentos para la discusión. En situaciones complejas hay que evitar atajos que parecen sencillos, hoy el turismo y la cultura son instrumentos de dominación y de distracción, y por eso resulta mejor poner sobre la mesa matices, obstáculos y querellas que lleven a la intersección política entre la cultura y el turismo como construcciones colectivas de lo común.

A veces pareciera que es posible oponer la cultura y el turismo como si fueran dos dimensiones que no logran tocarse por ningún borde. Como punto de partida, situamos las reflexiones y los interrogantes en tres encrucijadas alrededor de por qué el turismo y la cultura deben ir de la mano, lo prescriptivo del turismo y de la cultura, y la gestión del patrimonio cultural como recurso turístico.

La primera encrucijada parte del interrogante *¿Por qué el turismo y la cultura deben ir de la mano?*, ya que la particularidad de la visión académica propuesta articula dos campos disciplinarios: la gestión cultural, que es el trabajo sobre la cultura, la producción de conocimiento sobre la misma, y a su vez, el turismo, como práctica social y colectiva. Preguntas como ¿Qué es lo propio de cada uno y porqué se juntan?, ¿Se plantea que las acciones desde el turismo y la cultura deben ir de la mano, pero para decirnos qué? ¿Será que es la dimensión turística de los lugares la que desde la cultura quieren que conozcamos, pensando al turista como una entidad universal que pacta con aquello que quiere ver? En ese sentido, entendemos a la cultura como

el intercambio simbólico que nos permite ser una comunidad, crear lo inasible, la comunidad imaginada, la patria. La potencia de la cultura está, por ejemplo, en tener nostalgia de algo que nunca se experimentó. Además, es el dispositivo socializador a partir del cual los seres humanos nos construimos como seres humanos, es el agente que establece y regula las formas que van tomando las prácticas sociales. La cultura puede ser entonces un agente de cambio o de dominación porque es la dimensión donde los fenómenos culturales acontecen, donde se expresa el valor simbólico de la relación con la realidad a través de las cosas y la interpretación de sus condiciones subjetivas. Las identidades político-culturales constituyen construcciones sociales, donde las estructuras de poder influyen en la constitución de sus referencias simbólicas y sus significados.

De la evolución del concepto de cultura, nos interesa la concepción que desarrolla Clifford Geertz, que la define como “pautas de significados”, constituida por hechos simbólicos. Lo que Geertz enuncia es la capacidad de la cultura de construirse como hechos simbólicos, no como un mundo aparte, sino como una dimensión analítica de los comportamientos. Geertz retoma el planteo de Max Weber: “la cultura se presenta como una “telaraña de significados” que nosotros mismos hemos tejido a nuestro alrededor y dentro de la cual quedamos ineluctablemente atrapados” (Geertz, 1992.Pp. 20).

Cuando hablamos de turismo, en una definición rápida, hacemos referencia al servicio comercial para responder a la demanda de viajar. El turismo se vuelve profundamente contradictorio en la medida en que empezamos a explicarlo porque se sitúa en el marco del desarrollo profundo del capital, de las formas de acumulación del capitalismo contemporáneo. Es uno de los modos de acumulación y discurso de la hegemonía cultural más exitoso y eficiente del mundo contemporáneo. Y se vuelve contradictorio porque en ese contexto de dominación se gestan formas de resistencia, en los pliegues que nos permite el discurso neoliberal. Ahí entra en crisis, porque se enfrenta con su propia naturaleza.

El desarrollo turístico hegemónico bajo el capitalismo comporta desigualdad, exclusión y empobrecimiento. Sin embargo, el turismo, organizado bajo otras lógicas radicalmente distintas, es también un medio a través del cual se hacen efectivos los derechos humanos. Permite materializar el descanso y el ocio, abre posibilidades de mejorar la salud y el bienestar, genera oportunidades de acceso a la cultura, al conocimiento e incluso al pensamiento crítico. Contribuye también en la construcción de una pedagogía de la memoria contra la impunidad frente a la vulneración de esos mismos derechos, como muestra la experiencia argentina. Esta posibilidad de materializar derechos a través del turismo está fundamentada en una historia de lucha de las clases trabajadoras por liberar tiempo de trabajo asalariado.

La segunda encrucijada la situamos en el *carácter prescriptivo de la cultura como folleto turístico*. Hoy los folletos turísticos nos dicen lo que pensamos de

la cultura: la cultura tiene el mismo carácter prescriptivo y la misma cantidad de omisiones que un folleto turístico. Hay una previsión narrativa que indica lo que tenemos que ver y lo que tenemos que visitar. Lo prescriptivo, por lo tanto, es lo que nos indica y determina lo que debemos hacer. En el turismo, se revela en su acción reguladora sobre aquello que debemos ver y recorrer. En este sentido podemos pensar en los difundidos enfoques que asumen, en forma naturalizada, la “vocación turística” de los lugares. Asumir que un patrimonio se configura como destino turístico como producto de acciones específicas -orientadas a adecuar el lugar a los requerimientos turísticos- pone en cuestión lo prescriptivo del enfoque basado en la naturaleza turística de muchos sitios y lugares patrimoniales.

Esto nos lleva a la tercera encrucijada, *la gestión del patrimonio cultural como recurso turístico*. Remite a pensar y accionar sobre esas complejas relaciones del polinomio que se gestan entre turismo, identidad y patrimonio como constelación de relaciones que se expresan en narrativas y discursos que están contruidos para sostener esas relaciones. A veces, de forma aparente, no relacionados con el turismo ni con los usos turísticos de la identidad y del patrimonio.

Cuando nos interrogamos acerca de si es el peligro es la identidad como exotismo, la experiencia da cuenta de que cuando la identidad se convierte en producto turístico, motivado por una industria que está en condiciones de ofrecer viajes exóticos para conocer culturas pretendidamente auténticas, también pensamos que el patrimonio está en peligro. En esta encrucijada principal es donde situamos nuestro proceso de reflexión. Interesa analizar la confluencia de estas tres grandes constelaciones sociales y las relaciones que se producen entre ellas cuando conviven y gravitan juntas, especialmente a cómo se comunican entre sí y para qué, pudiendo advertir los usos turísticos de la identidad y del patrimonio que se expresan en esos discursos, pero en formas no aparentes, no relacionados con el turismo ni con los usos turísticos de la identidad y del patrimonio.

Desde la potencia de esta constelación de relaciones se escriben los guiones turísticos, se arman los folletos, se construyen verdades sobre los territorios. De ese mismo modo es como se percibe la experiencia humana. Es por eso que los relatos turísticos no son ingenuos, el peligro es que no se advierten como tales. Reconocer la matriz narrativa hegemónica que corre por dentro de cómo se formulan los relatos de esas relaciones, es desnaturalizar la posición que los enmascara. Conocer desde dónde está dicho lo que se dice, es desenmascarar las formas en que se arman los folletos como discurso. Todas estas matrices de percepción una vez advertidas cambian el sentido, para abrir la posibilidad a construir otros sentidos. Hay que revelar esas dimensiones culturales que están subyacentes, fundamentalmente de aquellas acciones turístico-culturales que no las vemos como canales de dominación -pero que lo son- solo que no lo vemos porque no las advertimos como tales.

Claves para pensar “lo común”

Habiendo planteado nuestros interrogantes centrales, nos propusimos encontrar claves para producir estrategias que apunten a la producción del bien común. Las soluciones las encontramos en quienes saben lo que hay que hacer, porque ya lo han hecho antes: los hombres, las mujeres y las disidencias que todos los días producen formas artesanales de reproducción y sostén de la vida. En todas las tareas de cuidado en las casas que las mujeres llevan adelante a diario, en las formas de contención frente a la violencia, en las resistencias a los desalojos de viviendas, en la gestación de las ollas populares, en las formas de organización asamblearia que aparece reiteradas veces a lo largo de nuestra historia, es que encontramos formas de creatividad y subsistencia, casi como resistencias que persisten formando otros entramados. En las estrategias comunitarias que se desarrollan a lo largo y ancho de nuestro país encontramos el cambio de paradigma que habilita a hablar de lo comunitario en los turismo, no como una modalidad, sino como un modo de ver el mundo.

Cuando esto además se expresa en política pública concreta de turismo a través de planes nacionales, programas y proyectos, es cuando hablamos de turismo comunitario. pero esto nace de un cambio de paradigma, de un modo de concebir y percibir el mundo y las formas cotidianas de reproducción de la vida. De acuerdo al proyecto de país, sustentado por quienes gobiernen, el turismo comunitario será una simple forma de folklorización de la cultura que le engrase las ruedas al capitalismo o un modo de valorar y profundizar modos colectivos de organización ya existentes.

Los proyectos neoliberales desconocen y niegan las capacidades humanas de generación de vínculos sociales de todo tipo, que se orientan más allá de las relaciones mercantiles asociadas a la producción de valor. En el marco de los 40 años de la recuperación democrática, estamos convencidas de que el turismo comunitario es hijo de su contexto, porque más allá del producto final, lo que se pone en valor en términos de puente es su intencionalidad política de transformación.

Desde tal perspectiva hemos aprendido a distinguir y expresar que en el despliegue de formas distintas y contradictorias a los usos liberales de la modernidad líquida y capitalista –que se fundan en la idea de libertad– están las claves que desafían, una y otra vez, la herencia colonial, patriarcal y eurocéntrica que da como resultado la segmentación y fragmentación social, promoviendo el individualismo hedonista. Estas formas se expresan en las luchas indígenas por territorio, por apropiación común de riqueza material expropiada y por autogobierno; en la amplia constelación de luchas protagonizadas históricamente por las mujeres, se regeneran y reactualizan relaciones cotidianas no mediadas plenamente por el capital, o por el patriarcado; las formas de producción de acuerdo colectivo y de garantía de usufructo de

la riqueza material compartida y cultivada.

Nuestra reflexión se orienta hacia entender siempre esas formas heterogéneas de lucha contra las separaciones, cercos y agresiones explícitas por los diversos y contemporáneos procesos de reconfiguración capitalista neoliberal-colonial, progresista o neofascista, que ambicionan expandir la geografía social y las fuerzas vitales disponibles a la acumulación de capital, mediante formas de violencia cada vez más extensas, brutales, espectacularizadas y mercantilizadas como objetos de consumo, sostenidas por discursos de la posverdad.

Por eso, la parte central de nuestro trabajo se centra en señalar que las claves para la discusión sobre la producción de lo común se sostienen en la importancia de la recuperación de la memoria de las luchas, en la noción de “organización de la experiencia” que se despliega en tradiciones de lucha, siempre arraigadas territorialmente (Gutiérrez Aguilar & Navarro Trujillo, 2019. Pp. 298). Así es que la organización de la experiencia común, a través de la potencia colectiva del recuerdo compartido, se reactualiza en la conversación, no sólo recuperando la experiencia de luchas anteriores, sino que se regenerando sentidos compartidos que, justamente, al “hacer sentido” permiten que la experiencia singular se entrelace con los demás. En contextos de despojo, el acto de recordar, hemos visto que no sólo aparece como un gesto nostálgico de mirar hacia atrás, sino una manera de ir más allá de las relaciones sociales opresivas, es decir, como parte de un proceso crítico cuyo punto de partida es la negación de las expresiones más agresivas y predatorias del capital (Gutiérrez Aguilar & Navarro Trujillo, 2019. Pp. 306).

A través de la palabra compartida e iluminada por el recuerdo, la experiencia de lo hecho logra “autoorganizarse” como experiencia común. De ahí la importancia decisiva del encuentro para crear y regenerar vínculos. Este rasgo importantísimo de las luchas campesinas e indígenas también se ha vuelto a hacer presente en las luchas feministas y de mujeres en defensa de la vida y contra todas las violencias, a lo largo y ancho del continente. Recuperamos de Raúl Zibechi (2019) las claves que plantea, para integrarlas como base de lo comunitario en los turismo:

- Primera Clave: Lo Comunitario no es necesariamente indígena y lo indígena no es necesariamente comunal.
- Segunda Clave: Lo Comunitario es una relación social y, por tanto, se produce, se practica y se cultiva.
- Tercera Clave: La Vida es interdependiente y la producción de lo común es un modo colectivo de renovar y disputar su gestión.
- Cuarta Clave: Las luchas renovadas de las Mujeres en defensa de la vida y

contra todas las violencias machistas, y el Entre Mujeres como una forma de producción de lo común, están poniendo en crisis los mundos mixtos de la vida pública y privada y relanzando otros términos de gestión de la interdependencia.

De todo lo expuesto, reafirmamos entonces que no es el turismo o la cultura lo que transforma en sí mismo, sino la forma en que se planifica, se gestiona y se practica. Entonces, tomamos las bases de “lo comunitario” para hacer una relectura del turismo. Buscamos en las teorías que desarrollan “lo comunitario” para trasladarlo a nuestra actividad, “lo común con otro ismo”, el del turismo para lo común. Por eso hablamos de “lo comunitario en los turismo”, porque se trata de modos de producir lo común que tejen con otros hilos y otras agujas, como un juego respetuoso de redes y relaciones que tienen una patria, una memoria y un territorio (Scotto & Sosa, 2020). El turismo en sí mismo -y por más adjetivos como comunitario, solidario, sustentable o sostenible, que le pongamos- no produce magia. No es el turismo el que transforma por sí mismo, sino los horizontes de sentido que movilizan los modos en que lo practicamos. Esos motores éticos que nos mueven y nos conducen, señalando el camino de una práctica justa, solidaria, humana, respetuosa y colectiva, son los que producen las transformaciones que necesitamos. No es el turismo el que transforma sino la intención ideológica de transformar la realidad a través de prácticas más justas que dejen al desnudo las relaciones de poder, los abusos de autoridad, las desigualdades. Aquellas que no solo las develen, sino que también les den batalla y no reproduzcan los mismos órdenes jerárquicos que sostienen las relaciones de injusticia y desigualdad del capital.

Entonces, primero hay un cambio de paradigma y luego un desarrollo de políticas públicas que nos permiten hablar de lo comunitario en los turismo, subrayando la importancia de la incorporación del rol del Estado en esta constelación de relaciones a partir de gestar y promover un espacio de formación y capacitación para trabajadores estatales, como actores también centrales en los procesos comunitarios, ya que ellos forman parte de esas mismas comunidades en las que van a intervenir.

La investigación-acción participativa y “lo transversal”: el proceso metodológico

La “investigación-acción-participativa” es una decisión frente al mundo, marcada específicamente por el interés en el territorio. Es una intervención para producir una mejora en las condiciones de existencia de quienes lo construyen y lo constituyen. Intervenir desde el turismo a favor del territorio siempre fue un desafío. Hoy se expresa más crudamente. Cómo pensar, desde una actividad que se explica desde una perspectiva economicista y que se inclina por

favorecer la acumulación violenta del capital, nuevos horizontes de sentido. ¿Cómo hacerlo desde las prácticas, desde los conceptos, desde la comprensión teórica, desde la construcción de conocimiento y desde las metodologías con las que contamos?

Para intentar ensayar algunas respuestas, necesitamos los principios de la investigación-acción: Investigar no puede ser nunca una tarea individual. Debe ser, por el contrario, un trabajo cooperativo. Cualquier tarea de investigación requiere un contexto social de intercambio, discusión y contrastación. Este tipo de contextos es el que hace posible la elaboración y reconstrucción de un conocimiento profesional no privado y secreto, sino en diálogo con otras voces y con otros conocimientos. En ese sentido, comenzamos a reflexionar sobre los horizontes posibles del turismo en el marco de la decolonialidad; partiendo de cuál es el compromiso nuestro que nos lleve a comprender a la investigación-acción situada, como una caja de herramientas constantemente revisada que cuenta con recursos y metodología, y que nos permite no reducir el turismo a una sola dimensión ni concentrarnos en una sola perspectiva sino multiplicar las miradas sobre el fenómeno para pensarlo y comprenderlo de forma transversal, interdisciplinaria y desde varias perspectivas.

Pensar al turismo desde nuestra Latinoamérica profunda implica poner el cuerpo, la palabra y la producción del saber al servicio de la lucha contra las desigualdades. Eso es poner nuestra cabeza donde están nuestros pies... de otro modo, cualquier propuesta de transformación social que soslaye a la cotidianidad como espacio de disputa de sentido, será estéril. Producir conocimiento con-y para el pueblo, esa es la investigación-acción-participativa. Un conocimiento que se produce en diálogo con la comunidad, y que resulta del compromiso de los sujetos con su tiempo histórico, con la realidad social que tienen que abordar.

La investigación-acción es una herramienta metodológica heurística para la comprensión y transformación de realidades y prácticas (Colmenares & Piñero, 2008. Pp. 99). Deviene de la praxis, que significa acción, e implica emprender una filosofía que difiera de la pura especulación, o de la contemplación. La Filosofía de la praxis, con especial énfasis en el papel decisivo que la praxis tiene para el proceso de conocimiento y de toma de conciencia. De este modo, conocer las herramientas de diseño de proyectos participativos, posibilita la elaboración de nuevas propuestas, planes estratégicos y/o institucionales, entre otras acciones.

La meta fue reconocer la importancia de aprender a construir un guion integrador del patrimonio local en tanto valoración del proceso, más allá del producto final. La importancia radica en contar quiénes somos, cómo vivimos, cuál es nuestra historia, para que nos conozcan y se sientan como en casa quienes nos visiten, de acuerdo a la idea de hospitalidad como forma turística de la solidaridad (Guitelman, 2020). Nombramos esta metodología como

“Modelo de desarrollo artesanal de la investigación-acción-participativa” que reúne diversas herramientas, técnicas y metodologías de trabajo en torno al armado de una propuesta de circuito turístico-cultural para la recuperación de la memoria socio-histórica de los territorios.

El “Plan de operaciones” parte de un diagnóstico, como punto fundamental de cualquier acción-proyecto porque permite leer una necesidad sentida de un territorio y su comunidad. El diagnóstico integral y participativo es un instrumento básico para el planteamiento de un proyecto comunitario y municipal, y tiene como principal finalidad recoger y sistematizar el conocimiento, racionalidad y lógica de las comunidades en el conjunto de dimensiones que hacen la vida y realidad de ese entorno concreto. A partir del relevamiento como un camino para el reconocimiento del lugar, se puso en ejecución la técnica del mapeo colectivo como una acción de reflexión en la cual el mapa es una herramienta que facilita el abordaje y la problematización de territorios. La construcción de mapas colectivos permite identificar problemáticas o necesidades comunes que pueden dar origen a propuestas de acción desde la perspectiva turística. Consideramos que el mapeo como acción contribuye a develar las capas que conforman los estratos materiales, discursivos y subjetivos que dan forma y sustento a las realidades específicas de cada comunidad; es un recurso privilegiado para identificar problemáticas y atributos del territorio que podrían convertirse en objeto de sus propios proyectos de turismo comunitario, a la vez que permite re-construir la memoria urbana a partir de distintas voces. Para incorporar la dimensión temporal, se utilizó la línea de tiempo como herramienta gráfica empleada para rememorar experiencias de vida, ordenando de manera cronológica sus principales sucesos o hitos. A través de esta herramienta, se espera que se generen relatos que sirvan para recuperar la memoria sobre determinadas situaciones, vivencias y experiencias.

Del diagnóstico pasamos “De la trama al relato”, y a partir de encontrar las asociaciones y denominadores comunes en los mapeos, se identificaron los temas de interés para los recorridos. La elección y organización de la propuesta giró alrededor de los interrogantes ¿Por qué y para qué elegiría ese tema? ¿Qué aporte haría con mi relato en forma de circuito a esa temática elegida? De allí se seleccionaron los hilos conductores (idea, tema -o conjunto de éstos- que articulan el relato que ofrecen los guías de turismo a sus visitantes) que les resultaron desafiantes o motivantes, como idea colectiva, común, puesta al servicio de interpretar el territorio, sus signos y sus símbolos (sitios, lugares, atractivos). Esto permitió sentar la base para elaborar un relato en el que se incorporen las biografías personales en el proceso de construcción de la identidad colectiva, creando nuevos sentidos sobre el territorio.

Por último, se propuso la elaboración del relato o guion, la puesta en palabras de lo que los habitantes decidieron contar, con un formato que describe, pone en contexto histórico y da cuenta del “hablar desde y por nosotros mismos”.

La cultura y el turismo como agente de cambio o de dominación

Un proyecto cultural importa por qué tipo de relaciones produce y por cómo puede cambiar las condiciones de dominación existentes. Un gestor turístico-cultural debe ser ante todo un “agente cultural” justamente capaz de generar mediante las acciones que promueve otros agenciamientos sociales en pos de nuevos imaginarios y representaciones sociales. Se considera que no se puede trabajar en la elaboración de contenidos culturales si antes no se tiene claro en qué tipo de sociedad se va a intervenir, qué cambios debemos producir, qué poderes hegemónicos hay en ese lugar y quiénes y desde dónde se ejercen, qué instituciones resguardan los objetos simbólicos que sostienen esas relaciones de poder, qué objetos simbólicos están resguardados, qué tipo de exclusiones generan o reproducen los propios objetos culturales.

Una buena gestión cultural implica y tiene como objetivo involucrar distintos actores, aquellos que son silenciados y subalternizados, vinculados con un contexto histórico de marginalidad. Es decir, tiene como fin promover la participación ciudadana. De acuerdo a esto, es el Estado quien debe producir una narrativa, un discurso distinto sobre nación, donde la reflexión sobre las identidades, la historia, los antagonismos sociales sean motivo de análisis y reflexión ciudadana a través de las articulaciones con diversos sectores sociales. Comprender a la cultura como un bien público y como un derecho ciudadano, promueve la reflexión acerca del rol del estado, consistente en impedir que los objetos culturales se conviertan en un objeto únicamente destinado a las elites.

De esta manera, el turismo puede ser un ejemplo de articulación entre estado, mercado y la sociedad civil, y las políticas culturales como un vector para articular los intereses del mercado, con los del estado y las comunidades locales.

Otro(s) turismo(s): interseccionalidad e interculturalidad

Comprendemos el turismo como una actividad social que produce sentidos sobre la realidad, que contribuye con procesos sociales transformadores capaces de estimular la participación y organización de las comunidades, capaces de interpretar las necesidades de la economía popular y otros sectores de las barriadas de todos los suburbios y las áreas centrales. *“Más allá del fenómeno social conocido por ser un desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas por motivos de recreación y descanso, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural, su mayor riqueza es la posibilidad siempre renovada de ir hacia los otros, hacia la relación y el encuentro con los otros. Las mejores anécdotas que recordamos cuando hacemos turismo son las que refieren a personas del lugar que visitamos”*

(Guitelman, 2020. Pp. 82).

Como explica Juan-Tresserras (2003), el producto cultural es el recurso patrimonial, sobre el que se puede realizar una actividad como visitar, asistir, participar, estudiar, comprar, conocer, comprender, entre otros) porque está formulada una propuesta de accesibilidad cultural, temporal, espacial y económica para el público (Juan-Tresserras, 2003). En ese marco, la cultura es un dispositivo socializador a través del cual los seres humanos construimos nuestra identidad y establecemos las formas en que interactuamos en la sociedad. Es el agente que regula las prácticas sociales y puede actuar como agente de cambio o de dominación. En la cultura se construyen rasgos que no son universales, ya que están influenciados por factores sociales que determinan desigualdades en la construcción de identidades.

De ahí que la invitación de la Diplomatura fue a repensarnos. Repensar especialmente cómo se han gestado las relaciones entre turismo y cultura, y cómo hoy producimos instancias de transformación. Esto sólo puede hacerse cuando el turismo y la cultura trabajan por y para la inclusión social, en diseños participativos, contruidos de abajo hacia arriba. Se intentó focalizar en la participación de los sujetos en su más profunda dimensión ética e histórica, como un ejercicio de derechos. Así, se trabajó desde una metodología participativa que ha resultado la propicia para el diagnóstico, la planificación y el desarrollo de proyectos turísticos-culturales en territorios urbanos, periurbanos y rurales, con condiciones contextuales muy diversas, pero con denominadores y problemas comunes.

Para eso, el abordaje fue desde la interseccionalidad como paradigma. La interseccionalidad puede ser definida como una perspectiva o enfoque metodológico para arrojar luz sobre los problemas de clase, raza, género, orientación sexual, sexo, etnia, nación, creencias, etc. Este método, se propone como una instancia superadora en tanto busca explicar las categorías mencionadas anteriormente no de manera aislada, sino a través de sus mutuas interacciones en distintos niveles de análisis (Zapico, 2021). Esta decisión epistemológica y metodológica se basó en que efectivamente la cultura es el espacio donde se construyen y reproducen los discursos dominantes y, al mismo tiempo, la cultura también es el lugar donde surgen los contradiscursos, provenientes de las memorias de lucha de diversos grupos. La cultura se encuentra en el centro de los ejes planteados y permite abordar la interseccionalidad entre todos los aspectos.

En ese marco, y como indica Víctor Vich, comprendemos que un proyecto cultural importa por qué tipo de relaciones produce y cómo puede cambiar las condiciones de dominación existentes, a partir de la idea del título de Víctor Vich "Desculturizar la cultura" (Vich, 2014) como estrategia pensamiento y acción. Esto implica posicionar a la cultura como un agente de intervención y transformación social. Para esto primero hay que revelar esas dimensiones culturales que están subyacentes, fundamentalmente de aquellas acciones

culturales que no las vemos como canales de dominación pero que lo son. Tomar conciencia de esto es el cambio cultural, sin ese cambio cultural no hay posibilidad de cambio político.

Así es que apelamos a la interculturalidad en el turismo, como principio explicativo y como principio político, como recurso económico y como recurso simbólico, y como campo de intervención y de disputa que permita desmontar aquellos imaginarios hegemónicos que se imponen a través de determinados objetos culturales, objetos que muchas veces el turismo refuerza o posiciona como los únicos, los valiosos, los válidos, los legítimos. Por eso se propone que uno de los grandes aportes que puede realizar el turismo en el marco de la interculturalidad es abrir el juego a la intervención sobre otros objetos, sobre esos otros objetos que muchas veces quedan por fuera, en los bordes, en los márgenes. Como actores del turismo, podemos y debemos posicionar esos otros objetos, tenemos que ser curadores (Vich, 2014) para construir nuevos guiones, nuevas narrativas que pongan en valor aquello que no está puesto, que no suele ser parte de los repertorios oficiales. La interculturalidad aspira a subrayar que todas las identidades se constituyen en la interacción social y que ellas mismas son producto de múltiples negociaciones frente a distintas formas de poder (Vich, 2005. Pp. 269).

Consideramos que las metodologías participativas adquieren sentido, para hacer del proceso un camino hacia la cohesión social. La posibilidad de que el proceso endógeno que se produce al interior de un grupo humano da cuenta de que la valoración es sobre el proceso más que el producto y la incorporación de la memoria colectiva de los pueblos crea un puente entre la concepción del pasado y su propuesta de futuro, el lugar de la conversación democrática y política (Lacarrieu, 2018).

En las sociedades post-industriales, se han redefinido las prácticas de ocio dentro de la esfera del consumo: hoy producimos y consumimos bienes simbólicos, como, por ejemplo, la identidad. Esta nueva condición para la práctica turística ya se daba en la sociedad que hoy denominamos pre-pandémica, pero se hizo mucho más palpable a partir del contexto de aislamiento y las nuevas condiciones que se impusieron en nuestra actividad. La idea de “turismo de cercanía” – que también ya existía, con otros nombres –, refuerzan el supuesto. Hoy podemos afirmar que la producción y el consumo de singularidades, se constituyen como estructuradores del sistema turístico, en un determinado espacio y en un determinado tiempo. Hablamos de un turismo que se fundamenta desde la posibilidad de que las comunidades redescubran en su patrimonio una potencial fuente de recursos y un dispositivo para reforzar los lazos sociales. Bajo esos criterios, se generan estrategias para desarrollar y potenciar las particularidades de cada lugar. Pero, además, se fundamenta en una demanda turística que busca conocer quiénes son los otros, qué les es propio. Vivir una experiencia única implica conocer al otro, pero ya no “el otro distante” visto desde el exotismo y la ajenidad, sino los “otros próximos”,

para descubrir la cotidianeidad y compartirla, para encontrar denominadores comunes.

Y acá está el nudo de la cuestión: para conocer quiénes son los otros, esos otros deben estar involucrados, deben ser partícipes del proceso, deben definir qué los representa, cuáles son sus prácticas, qué les contarían a esos otros próximos que nos vienen a visitar. Es decir, debe haber una participación de los sujetos en su más profunda dimensión ética e histórica. Aquí se abre una ventana maravillosa: la valorización del patrimonio cultural inmaterial como un dispositivo que permite alcanzar la idea de “vivir como un local” y, por otro lado, generar procesos participativos en las comunidades hacedoras y protagonistas de su propio patrimonio. La identidad, hoy un bienpreciado, se consume desde el turismo y se produce desde el ámbito patrimonial. Hoy la relación turismo/patrimonio se debe dar bajo la premisa “con, por y para las personas”. Para que realmente suponga un ejercicio de reorganización horizontal de los pactos relacionales y de desarticulación del poder. Para quebrar la estructura dominante, es menester reconocer que “el patrimonio está vivo en la medida en que la gente está allí, haciéndolo, en situación de posesión de los objetos y de la continuidad de su vida y su existencia” (Segato, 2021. Pp. 161).

Como indica Jorge Guitelman (2020), “primero hay que construir tejido social como base para un desarrollo turístico de escala humana, desde una producción única y con afecto, que se funde en el buen trato”. Esto es sencillamente comprender la narración compartida como un espacio para la acción. Si bien cuando hablamos de patrimonio, necesitamos bucear en el pasado, siempre estamos hablando de proyectos de futuro, proyectos esperanzadores relacionados con la trascendencia. Es lo que le dejaremos a quienes vendrán después. Ese “proyecto de futuro”, tanto en sus hechos como en sus contenidos culturales, debe cerrar “con la gente adentro”. De esta manera, la propuesta de la Diplomatura fue pensar la inclusión desde la participación ciudadana como parte del proyecto nacional, como un ejercicio de derechos. Para construir tejido social, necesitamos construir relaciones de paridad en los territorios. Que exista la posibilidad de incorporar a los movimientos sociales, los feminismos, las organizaciones territoriales y las demandas sociales al ámbito patrimonial, con el objetivo de que, en su estrecha relación con el turismo, generen un aporte realmente transformador, construyendo nuevas propuestas más igualitarias y democráticas sobre el patrimonio (Aitchinson, 2001). Es decir, conectar las agendas de los territorios con el ámbito turístico-patrimonial. Esto sólo puede hacerse, como indica Lacarrieu (2019), caminando hacia el contexto comunitario, bajo el modelo de gestión participativa, estimulando lo popular, la autogestión y la cogestión, promulgando la coexistencia de las diversidades, propiciando relaciones igualitarias de participación. No para que todas las personas de una comunidad participen, o sí, pero al menos, que exista la posibilidad. El patrimonio no tiene sentido

fuera del vínculo con las sociedades implicadas con él, hay que implicar a las sociedades en el patrimonio y no necesariamente es en los procesos de activación patrimonial, que seguirá siendo potestad de los estados a través de sus instituciones, sino en el proceso que se gesta para definir un repertorio que nos identifica. Consideramos el hecho turístico-patrimonial como un ámbito imposible de recortar de otros intercambios sociales y productivos, para pensar distintos modos de configurar experiencias turísticas basadas en la cultura de la hospitalidad desde una perspectiva de derechos.

Reflexiones finales: Nuevos horizontes de sentido

La invitación de la Diplomatura fue a repensarnos y repensar cómo se han gestado las relaciones entre turismo y cultura, y cómo hoy producimos instancias de transformación desde la perspectiva de la inclusión social, enmarcando el trabajo desde un diseño participativo. Desde esa idea, se promovió la búsqueda e identificación del patrimonio cultural del territorio en que cada uno de los participantes habita, se asienta y construye su mundo simbólico. A partir de allí, se apuntó a la elaboración de las bases para un proyecto de turismo y cultura que parta de repensar qué tipo de trabajadores de la cultura y del turismo queremos ser, repensarnos tanto en primera persona del singular como del plural. Repensarnos para construir dignidad en nuestros territorios, y producir el turismo y la cultura que nos merecemos a partir de pensar las relaciones entre el polinomio turismo-identidad-patrimonio.

En este sentido, hemos encarado las reflexiones y el estudio del turismo y la cultura como dos campos que conviven en una complejidad porque ambos constituyen dimensiones de la realidad social que atraviesa la vida de las personas, ya que tanto el turismo como la cultura simbolizan y circulan representaciones de la existencia humana, de lo que creemos que somos y de aquello que nos representa. Es así que, la especificidad de nuestra propuesta pedagógica, se basó en el re-descubrimiento del patrimonio cultural en tanto integrantes de las comunidades y la valorización de los procesos endógenos que amplían el universo de los bienes en relación al territorio, a las significaciones que perviven y a las resignificaciones que hoy les otorgan nuevos sentidos (Bialogorski, 2000).

Las encrucijadas planteadas, enmarcadas en la interculturalidad como principio y la gestión participativa como paradigma, permitieron reflexionar y repensar acerca de las políticas de lo común, aquellas que producen acciones y conocimiento para acercar el patrimonio a la comunidad y garantizar las condiciones no solo para disfrutar de él, sino también para construirlo. Caminar hacia el contexto comunitario habilitó la producción de un conocimiento en diálogo con actores sociales diversos, resultante del compromiso de los sujetos con su tiempo histórico, con la realidad social a abordar. Confirma-

mos que no es que el turismo y la cultura son buenos o malos per se, sino que dependiendo de cómo se planifique, de cómo se gestione, quiénes estén sentados en la mesa de esa gestión, la práctica resultará un agente de cambio o un agente de dominación.

La metodología de trabajo presentada es resultado de distintos proyectos en el que la universidad participó, acompañando los saberes populares con saberes técnicos a partir de alianzas con las organizaciones sociales, dando cuenta del rol que cumplen las universidades públicas y nacionales en el acompañamiento de las agendas de los territorios. Si bien las herramientas metodológicas construyen los cimientos, la adaptación de los enfoques se relaciona con las particularidades de cada lugar, dando como resultado una serie de proyectos y estrategias que apuntan a la transformación de las condiciones socio-territoriales. La gestión del patrimonio cultural, en términos de recurso de reflexividad, permite pensar en el diseño de participación en los territorios como el camino para subvertir los órdenes jerárquicos y, como productores de relatos, ser nosotros mismos sus narradores.

Por último, destacamos que, en la Diplomatura, desde el turismo y la cultura, pensamos en las problemáticas que tenemos en América Latina, en Argentina y en las profundidades de nuestros territorios. Pareciera que el turismo y la cultura estuvieran trabajando sobre el vacío en vez de estar operando en la intervención de la realidad, en los problemas que nos aquejan. Debemos hacer un esfuerzo en ubicar al turismo y la cultura como el lugar de encuentro, como la forma de recuperar y conquistar el espacio público para volver a tejer relaciones que produzcan lo común, lo que es de todos.

Bibliografía

Albó, X. (2003) Cultura, Interculturalidad, Inculturación. Colección Programa Internacional de Formación de Educadores Populares. Venezuela: Federación Internacional de Fe y Alegría.

Almirón, A., Bertonecello, R. y Troncoso, C. (2006) Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 15.

Azeglio, A., Lizurek, M. y Díaz, C. (2020). El turismo socio solidario de base comunitaria en Argentina: premisas para una búsqueda epistemológica. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes, Unidad de Publicaciones del Departamento de Economía y Administración. Disponible en: <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/2993> [2024, 20 de noviembre].

Bialogorski, M. (2000) Patrimonio intangible: Reflexiones sobre su consideración como fenómeno. En: Temas de Patrimonio Cultural 7- Publicación de la Secretaría de Cultura de CABA. Disponible en: https://www.buenosaires.gob.ar/areas/cultura/cpphc/archivos/libros/temas_7.pdf [2024, 20 de noviembre].

Castellanos Arenas, M. (2019) El patrimonio cultural como instrumento de valoración y generación de una ética ciudadana. Universidad Nacional Autónoma de México / ISSN No. 2007-4778. No. XVI - marzo - septiembre.

Canal Museo Nacional Terry (9 de octubre 2020) DIÁLOGO Decolonialidad y patrimonio. Miradas desde el mundo andino: Rita Segato y Elvira Espejo Ayca. Disponible en Youtube. <https://youtu.be/HdlP6ddrH7w> [2024, 20 de noviembre].

Choay, F. (1992) Alegoría del Patrimonio. Gráficas 92. Barcelona.

Colmenares E., A. M., & Piñero M., M. L. (2008). La investigación acción. Una herramienta metodológica heurística para la comprensión y transformación de realidades y prácticas socio-educativas. México: CONACULTA – ITESO.

DeCarli, G. (2018) El patrimonio. Su definición, gestión y uso social. Ediciones ILAM, Fundación ILAM.

Elbirt, A. & Muñoz, J. (2021) Los patrimonios son políticos. Patrimonios y políticas culturales en clave de género. 1° ed., Ediciones Tilcara: Museo Regional de Pintura José Antonio Terry, 155-180.

Frieri, S. (2014) Manual de herramientas participativas para la identificación, documentación y gestión de las manifestaciones del Patrimonio Cultural Inmaterial. Convenio Patrimonio Cultural Inmaterial desde la perspectiva local. Bogotá: Ministerio de Cultura & Tropenbos Internacional Colombia.

García Cancelini, N. (1999) Los usos sociales del Patrimonio Cultural. En Aguilar Criado, E- (Comp.) Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio (pp. 16-33). España: Consejería de Cultura.

Geertz, C. (1992) La interpretación de las culturas. Barcelona: Ed. Gedisa

Grimson, A. (2011) Los límites de la cultura. Crítica de las teorías de la identidad. Siglo Veintiuno Editores. Buenos Aires.

Guerrero Arias, P. (2002) Antropología y cultura. Una mirada crítica a la identidad, diversidad, alteridad y diferencia. Ecuador: Ediciones Abya-Yala.

Guitelman, J. (2020) Hospitalidad, la forma turística de la solidaridad, 1°ed., Argentina: EDULP.

Gutiérrez Aguilar, R. & Navarro Tujillo, M. (2019) Producir lo común para sostener y transformar la vida: algunas reflexiones desde la clave de la interdependencia. *CONFLUÊNCIAS*, v. 21, n.2, pp. 298-324.

Lacarrieu, M. (2018) ¿Es necesario patrimonializar las expresiones culturales “inmateriales”? Desafíos teóricos y metodológicos en torno del patrimonio cultural “intangible”. Memoria I Congreso Iberoamericano de patrimonio cultural, Universidad de Costa Rica.

Ministerio de Cultura de Colombia (2007) Manual para la implementación del Proceso de identificación y recomendaciones de salvaguardia de las manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial. 1° ed., Bogotá

Prats, L. (1997) Antropología y Patrimonio. Editorial Ariel. Barcelona.

Scotto D' Abusco, D. y Sosa, M. (2022) Apuntes para la reflexión. Diplomatura en Gestión del Patrimonio Cultural y Políticas públicas en La Rioja. UCA y Gobierno de La Rioja.

Scotto D' Abusco, D. y Sosa, M. (2020) Apuntes “Turismo comunitario para la producción de lo común”, material de cátedra. Argentina: UNDAV.

Scotto D' Abusco, D. y Sosa, M. (2023) Cuadernillos “Diplomatura en Proyectos turísticos y culturales”. Argentina: UNDAV

Segato, R. (2018) La crítica de la colonialidad en ocho ensayos, y una antropología por demanda. Prometeo libros. Buenos Aires.

Juan-Tresserras, J. (2003) El aprovechamiento turístico de los bienes patrimoniales”. México: Ponencia presentada en el Congreso Iberoamericano: Patrimonio Cultural, Desarrollo y Turismo.

Torres Carrillo, A. (2013) El retorno a la comunidad: problemas, debates y desafíos de vivir juntos (1° ed.) Bogotá: Cinde El Búho Editores.

Vich, V. (2005). Las políticas culturales en debate: lo intercultural, lo subalterno y la dimensión universalista. Buenos Aires: CLACSO.

Vich, V. (2014). Desculturizar la cultura: la gestión cultural como forma de acción política. Buenos Aires: Siglo XXI Editores

Yúdice, G. (2002) El recurso de la cultura. Barcelona: Ed. Gedisa.

Zapico, M. (2021) ¿Es viable pragmáticamente la interseccionalidad? Pensar la interseccionalidad desde sus críticas. *Analéctica*, vol.7, n°45, Arkho ediciones.

Zibechi, R. (2019). Los trabajos colectivos como bienes comunes material-simbólicos en AAVV. (Ed.), Producir lo común. Entramados comunitarios y luchas por la vida El Apantle. Revista de Estudios Comunitarios. Argentina: Traficantes de Sueños.

Constructores de Autenticidad: Turismo y Redes de Comercialización de Textiles Artesanales en la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina)

Constructing Authenticity: Tourism and Artisan
Textile Marketing Networks in the Quebrada de
Humahuaca (Jujuy, Argentina)

María Eugenia Lodi

Instituto de Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía
y Letras, UBA - CONICET.
lodimariaeugenia@gmail.com

Resumen

Este trabajo, inscrito en una formación de posgrado en Antropología Social, aborda la comercialización de artesanías a través de "redes de redes" de artesanos, en el marco del "desarrollo con identidad", donde la cultura se transforma en un recurso económico. Nuestro objetivo es reflexionar sobre la interacción entre las políticas de fomento turístico y el campo artesanal, analizando el Sello ArtesanAR como dispositivo de construcción de autenticidad en la comercialización de textiles artesanales.

La metodología incluye el abordaje etnográfico complementado con una búsqueda actualizada de materiales en la web. Utilizamos términos como "calidad turística" y "sello ArtesanAR", jun-

Abstract

This work, developed within a postgraduate program in Social Anthropology, examines the commercialization of handicrafts through "networks of networks" of artisans, within the framework of "development with identity," where culture becomes an economic resource. Our objective is to analyze the interaction between tourism promotion policies and the craft sector, focusing on the ArtesanAR Seal as a device for constructing authenticity in the commercialization of artisanal textiles.

The methodology combines an ethnographic approach with an updated search for materials on the web. We used terms such as "tourism quality" and "ArtesanAR Seal," along with "Jujuy"

to con "Jujuy" y "Quebrada de Humahuaca", en Google y Google Académico, encontrando noticias y antecedentes claves no sistematizados previamente.

Como resultado, se observan tensiones entre las formas tradicionales de producción artesanal y las demandas del turismo, vinculadas a la patrimonialización del paisaje en la Quebrada de Humahuaca. El Sello ArtesanAR emerge como una herramienta clave que articula significados de autenticidad y tradición, lo que sugiere que los sellos de calidad juegan un rol fundamental en la construcción y legitimación de prácticas culturales "auténticas".

Palabras clave: Artesanías; Patrimonialización; Autenticidad; Turismo Cultural.

and "Quebrada de Humahuaca," in Google and Google Scholar, identifying key, previously unsystematized news and background information.

The findings reveal tensions between traditional forms of artisanal production and the demands of tourism, linked to the heritage-making of the landscape in the Quebrada de Humahuaca. The ArtesanAR Seal emerges as a key tool that articulates meanings of authenticity and tradition, suggesting that quality seals play a fundamental role in the construction and legitimization of "authentic" cultural practices.

Keywords: Handicrafts; Heritage-making; Authenticity; Cultural tourism.

Introducción

El presente trabajo se enmarca en una trayectoria de formación de posgrado en Antropología Social que busca contribuir al estudio de la comercialización de artesanías a través de una modalidad de organización en red, conocida como "redes de redes", compuesta por artesanas y artesanos de comunidades indígenas campesinas de Quebrada y Puna. Esta forma de organización surge en el contexto de intervenciones de agencias transnacionales para el desarrollo, adquiriendo relevancia bajo la perspectiva del "desarrollo con identidad", donde la cultura es vista como un recurso económico (Benedetti, 2014, 2022). Estas perspectivas son promovidas por instituciones gubernamentales, organismos internacionales, agencias de cooperación y ONG en programas de fomento artesanal, ecoturismo o turismo cultural para mejorar las condiciones socioeconómicas de las comunidades (Arzeno y Troncoso, 2009; Castro, 2008). El esquema administrativo resultante organiza la gestión cultural subordinada a las políticas de incentivo del turismo, dentro de paradigmas como el comercio justo (Benedetti, 2014). La artesanía se transforma en una actividad complementaria al desarrollo rural, el turismo y la patrimonialización del paisaje.

En este escrito presentamos algunos avances que hemos realizado indagando sobre un instrumento de gestión turística y patrimonial (Belli y Slavutsky, 2008) asociado a la comercialización de artesanías, el Sello ArtesanAR. Las conexiones entre patrimonio y turismo son evidentes, inscribiéndose en la perspectiva del desarrollo con identidad (Benedetti, 2014). Las artesanías, en este contexto, ocupan una posición estratégica entre la valorización cultural y su comercialización, lo que permite observar cómo la cultura se transforma en un activo económico, y cómo se produce la mercantilización de la identidad y la etnicidad en el marco del turismo (Benedetti, 2014, 2022; Comaroff y Comaroff, 2011).

Si bien previamente hemos abordado temas relacionados con el desarrollo rural, la patrimonialización y el paisaje cultural, nuestro interés aquí se centra específicamente en el turismo, una dimensión que apenas hemos comenzado a explorar. Considerar la comercialización de artesanías, a través de instrumentos como el Sello ArtesanAR, muestra la estrecha relación entre los procesos de patrimonialización y las políticas de fomento, y cómo ambos convergen en la creación de paisajes culturales destinados a atraer el consumo turístico. Este análisis preliminar nos permitirá identificar dimensiones para futuras investigaciones en el campo.

Entretejiendo caminos: políticas turísticas y la negociación de autenticidad en el campo artesanal

En la Quebrada de Humahuaca convergen diferentes instrumentos destinados a la protección y conservación del espacio, conocimientos y comunidades indígenas-campesinas. Desde inicios de los años 2000 la región ha visto una creciente turistificación y patrimonialización impulsada por organismos como el Banco Mundial y el BID. Se integra a las rutas turísticas del mundo andino, atrayendo la atención de ONG, instituciones gubernamentales, agencias de cooperación y empresarios. En los últimos años, destacan la declaratoria de la UNESCO como patrimonio de la humanidad en tanto paisaje cultural (2003), la declaratoria como itinerario cultural del Qhapaq Ñan (2014) y la declaración de Jujuy como "Capital Nacional de la Pachamama" (Ley N.º 26.891). Estas declaraciones oficiales resaltan la relación entre las políticas públicas, la formación de paisajes culturales y procesos de patrimonialización (Castro, 2013). La artesanía textil y todo su universo (ganado, hilados, tejido, los saberes en torno a los diseños y técnicas) comienzan a formar parte del paisaje andino y las narrativas visuales que se construyen en la turistificación y patrimonialización de la región¹ (Orellana, 2021).

El régimen patrimonial se conforma a partir de procesos y relaciones que van más allá de la conservación de bienes culturales, vinculados a la construcción de identidades, la representación simbólica y las dinámicas de poder en una sociedad (Bendix, 2018; Smith, 2011). Determinadas prácticas, saberes y festividades son identificadas por el discurso patrimonial autorizado como parte del patrimonio de la región, y se asocian a componentes étnicos, contruidos desde valores de "ancestralidad", "tradicionalidad" y "autenticidad" asociadas al paisaje (Almirón et al., 2006; Belli y Slavutsky, 2010; Bergesio et al., 2016; Orellana, 2018). Los elementos patrimoniales son seleccionados y preservados para articular narrativas que refuerzan la cohesión social y la autenticidad cultural (Bendix, 2018; Smith, 2011).

Una mirada crítica sobre el concepto de "identidad territorial" nos muestra que las artesanías indígenas campesinas se promueven como bienes que reflejan la continuidad entre identidad y territorio en mercados globalizados. La valoración del "lo local" por el mercado implica una versión de la diversidad cultural asociada a valores positivos (étnico, hecho a mano, ancestral, natural) (Aguilar Criado, 2001, 2003). Sin embargo, esta versión oculta las relaciones de desigualdad y dominación presentes en los procesos identitarios de los pueblos indígenas contemporáneos (Benedetti, 2012, 2022). Los sectores hegemónicos, al controlar el capital cultural, deciden qué bienes conservar, perpetuando desigualdades y moldeando la producción cultural.

1. El título de este artículo es un juego de palabras en referencia a 'Constructores de otredad' de Boivin, Rosato y Arribas (2004), un libro clave en nuestra formación antropológica.

El mercado del turismo juega un papel determinante en las transformaciones en la Quebrada de Humahuaca, como la mercantilización del artesanato y la gastronomía, para adecuarlo a la expectativa de consumo (Álvarez y Sammartino, 2009; Belli y Slavutsky, 2008; Braticevic y Rodríguez, 2017; Tommei y Benedetti, 2014; Troncoso, 2013). Las prácticas culturales “auténticas” son constantemente negociadas en relación con las expectativas de agencias transnacionales, el Estado, los turistas y las comunidades locales (Benedetti, 2022). En estas negociaciones algunas prácticas culturales globales se tornaron locales y otras prácticas culturales locales se tornan globales (Castro y Zusman, 2007).

La discusión entre Boorstin (1961) y MacCannell (1976) marcó un hito en los estudios turísticos al problematizar la noción de autenticidad desde perspectivas opuestas. Boorstin criticó el turismo como un fenómeno de *pseudo-eventos*: experiencias fabricadas que los turistas consumen pasivamente, reflejando —según él— una sociedad moderna alienada, más interesada en simulacros que en realidades. Para Boorstin, los turistas no buscan autenticidad, sino espectáculos superficiales que validen su propia existencia desconectada de lo genuino. En contraste, MacCannell reinterpretó esta búsqueda como un acto de resistencia ante la alienación moderna, argumentando que los turistas sí persiguen autenticidad, pero tropiezan con una *autenticidad escenificada* (“staged authenticity”) creada para satisfacer su demanda (Rickly-Boyd, 2012).

Este debate no solo sentó las bases teóricas para analizar la tensión entre lo real y lo representado en el turismo, sino que también abrió camino a discusiones posteriores sobre cómo el poder, la mercantilización y las expectativas culturales moldean lo que se define como “auténtico”. Desde entonces, la discusión se ha diversificado en cuatro enfoques principales: *autenticidad objetiva* (atributos materiales verificables, como originalidad histórica), *constructiva* (proyección de significados sociales y estereotipos por parte del turista), *existencial* (experiencia subjetiva de autenticidad personal) y *posmoderna* (fluidez y multiplicidad de significados, donde lo “falso” puede ser tan válido como lo “real”) (Wang, 1999; Rickly-Boyd, 2012).

En este trabajo nos proponemos considerar una perspectiva relacional, ya que busca integrar críticamente los distintos enfoques teóricos mencionados (objetivo, constructivo, existencial y posmoderno), reconociendo que la autenticidad emerge como un proceso negociado entre actores (turistas, comunidades, instituciones) y contextos, donde las relaciones de poder, las expectativas culturales y las interacciones situadas definen lo que se considera “auténtico”. Este enfoque rechaza esencialismos, enfatizando que la autenticidad no reside en objetos o prácticas, sino en redes de significados compartidos conflictivos (Chhabra, 2005; Pérez Winter, 2013; Rickly-Boyd, 2012).

Metodología

El enfoque de este trabajo está en reconstruir la trayectoria de un organismo que encontramos vinculado a la promoción y comercialización de artesanías, e indagar sobre la implementación del Sello ArtesanAR. Este instrumento ha tenido un impacto territorial y económico, consolidando la intersección entre identidad cultural y turismo, el cual todavía no ha sido considerado en las entrevistas. El análisis permitirá contrastar las estrategias de certificación y promoción, como los sellos de calidad, con los datos obtenidos en el trabajo de campo, profundizando en el impacto cultural y económico de estas iniciativas.

Para esto, realizamos una búsqueda actualizada de materiales disponibles en la web. La investigación se estructuró en varias etapas utilizando diferentes términos de búsqueda. En el buscador general de Google, empleamos palabras clave como "calidad turística", "sello ArtesanAR", junto con otras como "Jujuy" y "Quebrada de Humahuaca". Entre los resultados se identificaron noticias en medios provinciales y regionales que destacan reconocimientos a empresas y emprendimientos por sus distinciones de calidad. Además, recurrimos a Google Académico para hallar antecedentes recientes no sistematizados previamente.

Pensar el Ecosistema Artesanal: Emergencias de un Proceso de Investigación

La comercialización de textiles artesanales se inscribe en un entramado complejo que, en el transcurso de esta investigación, comenzó a conceptualizarse como un ecosistema artesanal, abarcando múltiples niveles, actores y formas de gestión. En nuestro trabajo articulamos esta noción con la idea de 'campo' de Bourdieu (2021, 2020) para dar cuenta de dinámicas de poder y estructuras relacionales. Originaria de ciencias naturales, donde describe las interacciones entre organismos que intercambian materia y energía, la noción de ecosistema es un término amplio y polisémico adoptado en varias disciplinas, incluyendo economía social, arte, informática, urbanismo y estudios sobre turismo y mercados étnicos. Es posible profundizar en sus distintos usos y enfoques históricos a través de los siguientes estudios (Ávalos et al., 2024; Contreras et al., 2009; Córdoba-Cely, 2021; Márquez et al., 2009; Pacheco William y Martell, 2008; Torres Ortega, 2017). Desde nuestra perspectiva, el ecosistema artesanal nos permite analizar la comercialización textil en su dimensión multiescalar, integrando circuitos económicos y relaciones sociales e institucionales. Lo entendemos como un entramado de actores diversos—desde agentes gubernamentales hasta artesanas locales—que, en conjunto, sostienen y transforman la artesanía como actividad

económica, cultural y simbólica. Observamos que su estructura se configura a través de relaciones de poder y distintos capitales (Bourdieu 2020, 2021), articulándose en etapas productivas, estrategias comerciales y validaciones de calidad. En este marco, identificamos cómo las artesanas, integradas en unidades domésticas y comunidades rurales o indígenas, participan en redes de comercialización con dinámicas de identificación y asociación que reflejan múltiples pertenencias. Asimismo, los pequeños productores agropecuarios, en tanto sujetos de políticas de desarrollo, y las comunidades indígenas, cuyo reconocimiento constitucional desde la reforma de 1994 habilitó nuevas formas de organización y acceso a derechos, forman parte de este entramado, incidiendo en la configuración y transformación de estos circuitos comerciales y productivos (Lodi, 2025).

Transformaciones estatales y la consolidación del Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT)

El estudio del turismo en Argentina refleja los cambios de los modelos de producción económica y su estrecha relación con las políticas públicas. Diversos autores en este campo han reconstruido las transformaciones, desde los modos prefordistas hasta su integración en dinámicas posfordistas, mostrando cómo este sector no solo acompaña, sino que ejemplifica los cambios en los procesos de acumulación y producción del capitalismo. La trayectoria de la política turística en Argentina se articula en etapas vinculadas a modelos de desarrollo económico y a los valores sociales de cada período. Estas fases incluyen el enfoque agroexportador, la sustitución de importaciones y la apertura económica, organizándose en torno a hitos clave que consolidan al turismo como una política de Estado. Así, el turismo se posiciona como un eje relevante para comprender la interdependencia entre la economía local y las tendencias globales en las últimas décadas (Schenkel y Almeida García, 2015).

A partir de 1940, las políticas turísticas se definieron mediante acciones clave que consolidaron la estructura administrativa del sector en Argentina. Durante el gobierno de Juan Domingo Perón, se destacaron la nacionalización de los ferrocarriles (1946-1948), la creación de Aerolíneas Argentinas (1950) y la fundación de la Asociación Argentina de Agentes de Viajes, Turismo y Afines (1951). Estas medidas facilitaron el acceso de la clase obrera al turismo e impulsaron una política de turismo social, destinada a garantizar el acceso al ocio para los sectores de bajos ingresos, en un contexto de redistribución de la renta. Posteriormente, la creación de la Dirección Nacional de Turismo como ente autónomo y la promulgación de la primera Ley Nacional de Turismo (Ley 14.574/58) sentaron las bases para los primeros planes de desarrollo turístico (Schenkel y Almeida García, 2015).

En el caso de estudio, las transformaciones en la estructura productiva provincial desde mediados del siglo XX impactaron significativamente en la distribución de la población, reorganizando los núcleos poblados. Esto provocó una concentración demográfica en las zonas bajas y productivas, mientras que los pueblos situados en la Quebrada se redefinieron como estaciones del ferrocarril ligadas al turismo. A partir de 1960, estas dinámicas fueron complementadas por políticas de desarrollo rural, y durante la década de 1990, la llegada de crédito internacional y de organizaciones de cooperación extranjera impulsó un proceso de "oenegización" en la gestión patrimonial y turística (Antunes, 2012; Belli y Slavutsky, 2008; Benedetti, 2003).

La estructura administrativa del turismo en Argentina ha experimentado múltiples cambios a lo largo de las décadas, reflejando su creciente importancia en la agenda pública. Inicialmente bajo la órbita del Ministerio de Economía, el turismo alcanzó rango ministerial en 2010, consolidándose como una política de Estado clave, especialmente tras la crisis de 2001. En este contexto, el Estado se posicionó como actor central en la planificación y promoción turística, impulsando la cooperación público-privada, la inversión y una mayor participación en foros internacionales. La sanción de la nueva Ley Nacional del Turismo en 2005 marcó un hito en la institucionalización del sector, fomentando un crecimiento notable tanto en el turismo interno como internacional, y fortaleciendo la presencia de Argentina en el escenario turístico global.

A partir del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2006-2016, se diseñó el Plan de Calidad Turística de Argentina, coordinado entre el Ministerio de Turismo, las provincias y el sector privado, buscaba mejorar la calidad turística a nivel provincial y local. Enmarcado en la Certificación a la Calidad de la Norma IRAM-ISO 9001:2008, sus áreas incluyen gestión de la calidad, ambiental, seguridad, tecnología y comunicación, experiencia turística e institucional. El Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT) abarca herramientas como SIGO, Buenas Prácticas en Destino, Directrices Turísticas, Normas Sectoriales y desde el 2022, el Sello ArtesanAR.

En los cambios y transformaciones descritos en los párrafos anteriores convergen tanto las representaciones *del* Estado como aquellas *hechas por* el Estado (Gupta, 2017). Esto subraya la importancia de atender las continuidades en las formas en que comunidades rurales, equipos técnicos, trabajadores estatales y periodistas representan y conceptualizan al Estado. Al mismo tiempo, considerar su dimensión fragmentada: una matriz altamente compleja de instituciones con múltiples especializaciones, funciones, modos de operación, escalas y agendas. Según el autor, estudiar al Estado implica necesariamente un problema metodológico que plantea desafíos relacionados con las escalas, las pluricentralidades y las tendencias a la reificación.

La biopolítica, entendida como una forma de gestión de la vida y los cuerpos, encuentra en la hegemonía estatal un terreno fértil para operar

mediante estrategias simbólicas que organizan y regulan el espacio social. En este marco, la conceptualización de Ana María Alonso sobre las formas transformistas de la hegemonía permite profundizar en cómo las representaciones culturales legitimadas por el Estado no solo reflejan relaciones de poder, sino que también las producen. Así, las dinámicas de espacialización, substancialización, estetización, mercantilización y temporalización actúan como mecanismos biopolíticos que estructuran categorías de autenticidad y tradición, moldeando subjetividades y redefiniendo lo social en función de intereses hegemónicos (Alonso, 2017).

Por todo lo expuesto, nos preguntamos ¿Cómo se articulan las estrategias del Sistema Argentino de Calidad Turística para intervenir en la construcción simbólica de los destinos turísticos y en qué medida refuerzan o desafían las representaciones hegemónicas del patrimonio y la autenticidad? ¿Qué temporalidades atraviesan las políticas del SACT y cómo estas temporalidades configuran una estética del turismo que facilita la mercantilización del patrimonio cultural? ¿En qué espacios se materializan las políticas del SACT y de qué manera estos espacios configuran una estética de lo "auténtico" y lo "turístico", que posibilita su inserción en el mercado global?

Políticas Patrimoniales y Dinámicas de Desposesión: Tensiones en la Construcción del Patrimonio desde lo Público

Existen dos supuestos fundamentales que subyacen en la comprensión del patrimonio: la multiculturalidad y la territorialidad. La multiculturalidad, dentro del marco de la política liberal de reconocimiento, implica una revalorización de los grupos históricos basados en la preservación de bienes culturales que refuerzan una identidad compartida (Belli y Slavutsky, 2008). Sin embargo, esta política tiende a fragmentar la lucha social al limitarse a reivindicaciones de minorías, lo que puede ocultar conflictos estructurales más amplios (Belli y Slavutsky, 2010).

Por otro lado, el supuesto espacial se apoya en políticas globales que regulan la intervención en el territorio, especialmente en áreas periféricas, donde expertos del Norte Global promueven discursos que naturalizan la relación entre comunidades indígenas y campesinas con la preservación ambiental (Belli y Slavutsky, 2008). El turismo, en este contexto, exotiza las diferencias culturales y transforma las condiciones de vida de estas comunidades, vinculando la conservación con el desarrollo sustentable y los mercados globales (Belli y Slavutsky, 2008; Castro, 2008). Es posible identificar cómo se configuran estereotipos, tropos en el sentido de Alonso, en torno a las comunidades que forman parte de las redes, las artesanas, los turistas, así como también la experiencia comercial en torno a la artesanía.

En este proceso de patrimonialización, elementos culturales o naturales

son seleccionados y transformados para nuevos usos sociales, legitimados por actores como el Estado, ONG y otros agentes de poder (Frigolé, 2014). En el caso específico de la Quebrada de Humahuaca, la declaración de patrimonio cultural por la UNESCO impulsó una mayor intervención estatal y de ONG, que a su vez expandieron sus acciones hacia emprendimientos turísticos, promoviendo una narrativa de desarrollo con identidad (Manzanal, 2021; Nogueira y Urcola, 2015). Sin embargo, como advierte Smith (2011), el uso del AHD (Authorized Heritage Discourse) puede excluir otras interpretaciones del patrimonio, invisibilizando las luchas locales y promoviendo un acceso desigual a los recursos patrimoniales, tanto materiales como simbólicos.

Desde el año 2000, la provincia de Jujuy implementa estrategias turísticas basadas en la gestión patrimonial de la Quebrada, con la intención de su declaración por la UNESCO. Este proceso institucionalizó la cultura a través de políticas que promueven el turismo y llevaron a la creación de diversas estructuras administrativas (Bergesio y Montial, 2010). Sin embargo, el proceso de patrimonialización en territorios periféricos, como la Quebrada de Humahuaca, se ve atravesado por políticas que transforman el paisaje en mercancía, generando tensiones socioeconómicas y desigualdades. La valoración territorial y la gestión patrimonial se inscriben en circuitos económicos externos, lo que amplifica los conflictos locales (Belli y Slavutsky, 2010). En Argentina, a partir de la reforma constitucional de 1994 y la adhesión al Convenio 169 de la OIT, emergen líderes comunitarios que fortalecen la comunicación entre comunidades, impulsados también por ONG ambientalistas.

En el caso particular jujeño, existen conflictos muy fuertes en torno a la tenencia de la tierra y los recursos naturales. En los últimos años, con la gobernación de Gerardo Morales y su persecución política - policial de toda tentativa de resistir el extractivismo y precarización de la vida, la violencia fue recrudeciendo. Paralelamente se consolidó una narrativa fantástica asociada al dispositivo publicitario provincial por instalar a la provincia en el mercado turístico, como el caso "*Jujuy, destino de película*" (2022). Esta campaña publicitaria, premiada local e internacionalmente, presenta los diversos paisajes jujeños en videos cortos que reproducen escenas de aventura y acción, tales como La Guerra de las Galaxias, Indiana Jones, Juego de Tronos y Dune.

La patrimonialización en la Quebrada produjo una distorsión del paisaje, congelándose en una imagen idealizada y desvinculada de la realidad local. Esto fomenta la mercantilización de productos como la artesanía y la gastronomía, ajustándose a las expectativas del turismo de consumo (Álvarez y Sammartino, 2009; Troncoso, 2013). Al mismo tiempo, el mercado inmobiliario se disparó, especialmente en localidades como Purmamarca y Tilcara, transformando pueblos agrícolas en destinos turísticos exclusivos. Esta transformación generó una urbanización descontextualizada y una

fragmentación socioespacial, desplazando a la población local hacia áreas periféricas (Braticevic, 2018).

La infraestructura vial, como la pavimentación de rutas y la construcción del Paso de Jama, conectó la región con redes internacionales, pero las inversiones en servicios básicos, como agua y sanidad, fueron limitadas (Belli y Slavutsky, 2010). Además, la planificación urbana no acompañó el crecimiento turístico, generando problemáticas con la gestión de residuos y la falta de acceso a telecomunicaciones modernas (Salleras, 2019). A pesar de las inversiones turísticas, no se priorizaron obras para mitigar el impacto ambiental, como el control de crecidas de ríos, lo que agravó los desastres naturales (Vecslir et al., 2013).

Los talleres participativos impulsados por el gobierno para cumplir con los requisitos de la UNESCO se vieron envueltos en conflictos de legitimidad, ya que las demandas locales eran ignoradas. Aunque se crearon Comisiones Locales de Sitio para representar a la comunidad, estas nunca obtuvieron reconocimiento oficial (Belli y Slavutsky, 2010). Este proceso refleja un patrón en la participación ciudadana que, según algunos autores, sirve para transferir responsabilidades de cuidado y preservación a las comunidades sin un reconocimiento adecuado (Sánchez Carretero y Jiménez Esquinas, 2016).

Finalmente, la patrimonialización en la Quebrada se presentó como una estrategia de desarrollo económico, pero estuvo marcada por un discurso publicitario que ocultaba las problemáticas sociales y ambientales de la región, como la vulneración de derechos indígenas y la explotación minera. Los discursos turísticos, a través de imágenes idealizadas, construyeron una narrativa visual del paisaje quebradeño que reforzaron estos estereotipos patrimoniales y turísticos en las imágenes, que puede observarse en los sitios de expendio de artesanías en Jujuy y en las giras comerciales en Buenos Aires analizadas (Orellana, 2018).

El Sello ArtesanAR y la certificación de autenticidad: mediadores de prácticas y narrativas culturales

En la provincia de Jujuy, las preocupaciones en torno a la autenticidad de las artesanías se cristalizan en 1999 en la Ley N° 5.122 de "*Preservación, promoción y desarrollo de las artesanías*" que tiene por objeto "regular la preservación, promoción y desarrollo de las artesanías jujeñas, como parte integrante del patrimonio cultural, provincial y nacional, y el reconocimiento del artesano como productor de elementos de significación cultural" (Ley N° 5.122, 1999). En este primer documento, se entiende por artesanías a:

“las modalidades de producción consistentes en actividades, destrezas o técnicas empíricas, con permanente dinamismo resolutivo

y estético, mediante las cuales se obtienen objetos no industriales, elaborados manualmente o con recursos instrumentales sencillos donde la actividad manual es preponderante y que expresen las características individuales o colectivas de sus productores” (Ley N° 5.122, 1999)

En el 2020 se sanciona una ley modificatoria de la anterior, donde se establecen las pautas del Programa "*Identificación Origen Jujuy*", indicando que la nominación, imagen y sello serán de propiedad exclusiva e inalienable del Estado Provincial. Otro aspecto importante es que traslada las incumbencias del ámbito de la cultura (Secretaría de Cultura en 1999) al de la producción (Ministerio de Desarrollo Económico y Producción) (Ley N.º 6.184 - Modificaciones a la Ley N.º 5.122, 2020). En el 2022 se lanzó un registro único de artesanos provincial, el RENUAR.

Como mencionamos anteriormente, el ecosistema artesanal opera en distintos niveles de gestión, involucrando diversas instituciones y actores. A nivel nacional, estas iniciativas se articulan con otras políticas implementadas por diferentes agencias. Entre las principales se destacan la creación del Certificado Nacional de Artesanía, creado mediante la Resolución 866/2003 y donde se establecen como entidades especialistas al Mercado de Artesanías Tradicionales Argentinas (MATRA), el Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano (INAPL), dependiente de la Dirección Nacional de Patrimonio y Museos; y al Consejo Federal de Inversiones (CFI).

Desde el Ministerio de Cultura desde el 2008 participó en el "*Reconocimiento para la Calidad de los Productos Artesanales del Cono Sur*" en cooperación con la UNESCO y otorgado por el World Craft Council. El Fondo Nacional de las Artes (FNA) es otro actor relevante para el posicionamiento de la artesanía argentina en mercados internacionales, como la muestra itinerante "*Memoria viva textil*", organizada junto al Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto y la Embajada de China.

Por último, el ReNATRA (Registro Nacional de Artesanos Textiles República Argentina), una base de datos pública y voluntaria sobre los artesanos textiles del país lanzada en el 2013. Este registro forma parte de un proyecto más amplio iniciado en 2012, el Mapa Cultural y Productivo del Textil Artesanal Nacional, MCPTAN. En el 2015 se llamó a una actualización de la carga de datos y se formalizó en el 2016 con la publicación de los resultados en un Informe Final, en el 2017 se formalizó en sitio web específico gubernamental. Sin embargo, desde el 2019 ya no está en línea y no es navegable.

Con relación a la acción de la Secretaría de Patrimonio Cultural con implicancias en la artesanía, por el alcance temporal y regional, cabe destacar el programa "Los Patrimonios son Políticos" que tuvo su primer encuentro "Patrimonios y políticas culturales en clave de género" durante la pandemia en la modalidad online. El Museo Nacional Terry fue la sede del primer

encuentro online en el 2020 y es de especial relevancia en el desarrollo de acciones en torno a las artesanías en general durante el periodo mencionado. Entre las actividades podemos destacar la muestra “*La Crianza Mutua*” (2022), la creación de contenidos como “*Caspalá*” (vídeos sobre esta comunidad y la producción artesanal) y capacitaciones en conservación de pinturas y textiles para el sector turístico y gastronómico.

La implementación del Sello ArtesanAR en un comienzo se lleva a cabo mediante la creación de ferias de artesanías y la aplicación de directrices de gestión turística, que buscan visibilizar la identidad de cada territorio y apoyar el crecimiento de los artesanos como emprendedores. Los programas los impulsa la Secretaría de Turismo de la Nación y se desarrollan con organismos provinciales y comunales. En 2017, el SACT publicó las “*Directrices de gestión turística para ferias de artesanías*”, enfocándose exclusivamente en las ferias.

En 2022, se lanzó el sello ArtesanAR, dirigido a artesanas y artesanos, tanto tradicionales como contemporáneos, que comercializan sus productos de manera individual en ferias y mercados (sin mención a redes de comercialización). Este sello está destinado a aquellos que sean “auténticos portadores de la cultura local”, con el objetivo de “preservar y difundir el patrimonio”. Promueve el uso de materias primas de la región, destacando la identidad local y el reconocimiento a nivel nacional. Entre los beneficios, además de exhibir este reconocimiento o certificación como garantía de calidad para atraer consumidores, se incluye priorizar las experiencias certificadas por el organismo en cuanto a promoción, difusión, selección y financiamiento dentro de los planes y programas de fomento que el organismo implementa.

No encontramos en los registros de campo una mención específica a este sello, y tras los relevamientos digitales, es posible pensar que las comunidades que integran las redes analizadas lo hayan obtenido de manera individual. Sin embargo, al revisar las definiciones programáticas del sello ArtesanAR, se identifican ciertos puntos en común y sobre los cuales se indagará en las próximas entrevistas. Desde diciembre de 2023, Argentina atraviesa un contexto político marcado por un gobierno neoliberal extremo bajo la presidencia de Javier Milei, quien ha impulsado la consigna de “destruir al Estado” para reducir drásticamente el gasto fiscal y social. Esta orientación ha resultado en la suspensión de la mayoría de los planes y programas de desarrollo rural y fomento artesanal, así como en la disolución del Ministerio de Cultura, ahora degradado a Secretaría dependiente de la Presidencia. Paralelamente, instituciones clave como el INTA y el INTI están siendo desmanteladas. Este estudio abarca hasta 2022, por lo que no incluye un análisis de estos cambios recientes, que requerirán un tratamiento específico en investigaciones futuras.

El documento del Sello ArtesanAR constituye una herramienta clave para analizar las dinámicas contemporáneas de patrimonialización y comercia-

lización artesanal. A través de diez pautas aplicables a diversas especializaciones y técnicas, el Sello articula un marco normativo que orienta a los productores, ya sea que trabajen de forma individual o participen en ferias y mercados. En este apartado, se analizará cómo estas directrices dialogan con las prácticas de las comunidades estudiadas, identificando convergencias y contradicciones que emergen al intentar armonizar los imperativos globales con las narrativas locales.

- **Producción de artesanías:** *Elaborar productos que expresen la identidad local utilizando técnicas de producción representativas del lugar donde se comercializan.* La circulación de textiles en la región andina tiene una larga historia, pero con el avance del capitalismo, esta actividad se transforma en un proceso transaccional dentro de mercados más amplios (García Canclini, 1982). En la Quebrada de Humahuaca y Puna, estas prácticas son parte del patrimonio intangible, asociados a valores de autenticidad y ancestralidad, articulados con el paisaje (Almirón et al., 2006; Belli y Slavutsky, 2010; Bergesio et al., 2016; Orellana, 2021).
- **Materias primas:** *Utilizar materias primas locales procedentes de recursos sostenibles, respetando la normativa vigente de protección y uso de flora y fauna silvestre.* En las redes estudiadas, se valoran las fibras de llama hiladas artesanalmente, limitadas a los colores naturales o tintes vegetales. Las técnicas incluyen telar plano y dos agujas, organizadas en tres categorías: ponchos, suéteres y mantas. El telar de cintura forma parte de las técnicas más valoradas. Otras, como el crochet, también son empleadas en productos periféricos. Estos criterios buscan garantizar la autenticidad del producto y la sostenibilidad de los recursos (Lodi, 2025).
- **Información veraz:** *Brindar información precisa y veraz sobre las particularidades de las artesanías, su proceso de producción, precio y modalidades de pago aceptadas.* Las estrategias de comercialización y valorización de las artesanías están orientadas a mejorar la calidad, apoyándose en discursos sobre preservación, identidad y autenticidad (Belli y Slavutsky, 2008; Heinich, 2014). La formación de marcas colectivas, como "calidad de origen", es un elemento clave en el valor cultural que se asocia a las artesanías (Frigolé, 2014).
- **Marca e identidad:** *Definir e implementar una marca o logo individual como símbolo de identificación personal.* La construcción de marcas colectivas es un proceso crucial en las comunidades. No todas las comunidades de las redes analizadas cuentan con una marca registrada, pero se observa una diversidad de trayectorias. La capacitación en identidad y marca, proporcionada por el Ministerio de Desarrollo Industrial, ha sido una

herramienta fundamental para fortalecer su presencia en el mercado (Lodi, 2025).

- **Precio justo:** *Establecer el precio de las artesanías considerando un pago justo por el trabajo realizado.* Costos de insumos + horas de trabajo + gastos + ganancia = precio de venta. En las redes artesanales analizadas, el precio es definido colectivamente dentro de ciertos parámetros, evitando el regateo. Existen cuatro categorías de precios: artesano, socio, mayorista y minorista. El precio artesano se calcula con base en el costo de materiales y horas de trabajo, aunque el valor de la hora puede variar según la experiencia de la artesana. Estas prácticas buscan mejorar las condiciones de comercialización frente a mercados urbanos, donde las artesanías suelen recibir precios muy bajos por sus productos (Lodi, 2025; Santos Gonçalves, 2012).
- **Atención a visitantes y Espacio de venta:** *Organizar y mantener el orden del puesto o punto de venta transmitiendo, a través de la decoración y diseño del espacio, un estilo personal.* La red cuenta con un local físico en Tilcara, así como presencia en ferias y eventos en Buenos Aires. Con la pandemia, se creó una tienda virtual en 2020. El local físico destaca por su estética y organización, reforzando los imaginarios sobre la autenticidad andina (Smith, 2011; Santos Gonçalves, 2012). La interacción en redes sociales y la tienda virtual también permite analizar cómo se movilizan las artesanías en términos de valor cultural y mercantilización (Belli y Slavutsky, 2008; Heinich, 2014).
- **Acciones de capacitación:** *Participar, de forma permanente, en capacitaciones vinculadas al oficio y/o la actividad desarrollada.* La formación es central en el desarrollo de las redes, con colaboraciones como la de INTA, el INTI y la Cooperativa de Diseño LTA, que resultaron en una colección propia y el lanzamiento de la tienda virtual de INTA Somos Fibra en 2018 (Lodi, 2025).
- **Acciones estratégicas:** *Articular acuerdos y acciones estratégicas con actores vinculados a la actividad turística para promocionar y comercializar las artesanías.* La artesanía textil, una actividad predominantemente femenina, ha sido incorporada en modelos de desarrollo con identidad, transformándola en una herramienta de emancipación para las mujeres indígenas y campesinas (ReNATRA, 2013). Las alianzas estratégicas con actores externos han facilitado la comercialización y promoción de las artesanías en el mercado nacional e internacional (Lodi, 2025).

Para finalizar, en el documento programático hay un Glosario, que propone términos clave como *artesanías*, que se refiere a objetos producidos mayormente a mano, con un enfoque en la contribución manual del *artesano*, utilizando materias primas sostenibles y con características estéticas, funcionales y simbólicas; *artesana/o*, quien ejerce de manera independiente la creación de estos objetos, expresando su creatividad como forma de vida; *calidad*, definida como el cumplimiento de estándares o la satisfacción de las personas usuarias; y *patrimonio cultural inmaterial*, que engloba los conocimientos, usos y expresiones reconocidos como parte del patrimonio cultural de una comunidad. Otros términos relevantes incluyen *precio justo*, que cubre los costos de producción y valora el trabajo artesanal en relaciones de comercio justo, y *sostenibilidad*, que asegura el desarrollo actual sin comprometer los recursos de futuras generaciones.

Así, podemos observar que la búsqueda de la eficiencia es prioridad en todas las organizaciones, para optimizar el uso de recursos limitados. Para lograr este propósito, se integran enfoques como el de la planificación estratégica y la evaluación diagnóstica, que se convierten en herramientas fundamentales para la gestión de proyectos. Asimismo, conceptos como calidad y gestión adquieren un papel central en el discurso y la práctica de estas entidades. Existen algunas instancias de gestión donde se construye una noción de calidad orientada a la venta de las artesanías: el momento de control y los acopios periódicos como forma de organizar la circulación de las artesanías (Perret, 2019).

Otras de las instancias son las capacitaciones de producción textil, como formas de crear y recrear los patrones de diseño, los estilos y las técnicas identificados como ‘ancestrales’, así como también instancias en donde se instruye a las artesanas en aspectos mercantiles relacionados a la comercialización de estos productos en mercados étnicos (armado de colecciones, exhibición de productos, atención al público, cálculos de costos y determinación de precios). La noción de sostenibilidad se pone en juego en este contexto, ya que garantiza la continuidad de los proyectos comunitarios respaldados por estas organizaciones, tanto en cuanto al financiamiento externo (para los encuentros, sostenimiento del local, mejoras en infraestructura), como en el funcionamiento interno (organización de la producción y reparto de pedidos, turnos de atención del local, disponibilidad de materia prima).

La relación entre la comercialización y la patrimonialización da lugar a ciertas tensiones entre las formas de hacer y pensar de las comunidades con aquellas que provienen de los diseños programáticos implementados por las políticas del desarrollo y fomento turístico: ¿Cuáles son las técnicas tradicionales por preservar?, ¿Qué caracteriza la autenticidad de los textiles artesanales? ¿Cómo organizan la producción? ¿Cuál es el precio justo? ¿A qué llamamos sostenibilidad? Como hemos mencionado, las cuestiones vinculadas a las políticas de fomento turístico y en especial al sello de calidad Arte-

sanAR no habían sido previamente indagadas, lo que convierte este trabajo de recopilación documental en un aporte valioso para incorporar nuevas preguntas. Quedan los interrogantes planteados para futuras indagaciones, con el objetivo de poner en circulación estos hallazgos y reflexiones junto a las comunidades y los miembros de las redes analizadas, promoviendo un diálogo que enriquezca tanto el conocimiento académico como las prácticas locales.

Conclusiones

En este trabajo, abordamos la Quebrada de Humahuaca como un escenario multidimensional donde convergen dinámicas culturales, económicas y simbólicas en torno a la artesanía. Consideramos fundamental comprender su complejidad para analizar críticamente el desarrollo local y los efectos de la creciente turistificación. Desde nuestra perspectiva, la patrimonialización no solo preserva un pasado idealizado, sino que produce activamente nuevas formas de autenticidad funcionales al mercado turístico global. Este proceso, que exalta “lo local” vinculándolo a atributos como lo étnico, ancestral y natural (Benedetti, 2012, 2022), invisibiliza, en nuestra observación, las desigualdades estructurales que atraviesan las identidades indígenas contemporáneas.

Al analizar la comercialización de textiles artesanales, conceptualizamos este fenómeno como un *ecosistema artesanal* que integra múltiples escalas (municipal, provincial, nacional, internacional) y tipos de gestión (pública, privada, colectivo-comunitaria), siguiendo y adaptando la propuesta de Ballart Hernández y Tresserras (2001). Identificamos áreas interconectadas — artesanía, patrimonio, arte, diseño y desarrollo rural — donde actores especializados movilizan capitales simbólicos, económicos y sociales (Bourdieu, 2020, 2021). En este entramado, destacamos el rol de las políticas estatales y de ONG — nacionales e internacionales — en la implementación de programas y en la consolidación de un sector asociado a la economía popular (Narotzky, 2010; Belli y Slavutsky, 2008, 2010).

Al explorar el vínculo entre turismo, patrimonio y desarrollo económico, reconocemos su impacto transformador en la región. Si bien el turismo ha visibilizado tradiciones indígenas, también observamos tensiones entre la preservación de prácticas auténticas y su adaptación a demandas comerciales. Planteamos, siguiendo a Alonso (2017), que la mercantilización de la cultura reconstruye identidades colectivas bajo lógicas globales, lo que podría profundizar desigualdades. En este marco, analizamos el Sello ArtesanAR como un dispositivo clave: aunque promueve estándares de autenticidad y sostenibilidad, su gestión provincial (Orellana, 2022) refleja una mediación entre intereses estatales y comunitarios que merece mayor escrutinio.

En nuestro análisis, identificamos cómo las estrategias propuestas por Alonso (2017) —*espacialización, substancialización, estetización, mercantilización y temporalización*— operan de manera entrelazada en la Quebrada de Humahuaca, configurando un régimen de autenticidad que redefine las relaciones entre cultura, territorio y mercado.

La espacialización se materializa en la demarcación estatal de la región como paisaje cultural patrimonial (su designación como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO), transformando su geografía en un *destino turístico* donde ciertos sitios —como Purmamarca o Tilcara— son privilegiados en circuitos promocionales, mientras que otros quedan marginados de estas narrativas de valor. Esta delimitación territorial, observable en programas como *Pueblos Auténticos*, no solo atrae visitantes, sino que también consolida imaginarios de autenticidad vinculados a lo andino, operando como un dispositivo de diferenciación comercial.

La substancialización, por su parte, se evidencia en la fijación de atributos considerados *esenciales* para definir lo auténtico en la artesanía local. El Sello ArtesanAR ejemplifica esta dinámica al certificar técnicas textiles “tradicionales” (tejido en telar de cintura) y materiales “ancestrales” (lana de llama u oveja), excluyendo innovaciones contemporáneas que no se ajustan a estos criterios. Este proceso, liderado por expertos y funcionarios, redefine qué prácticas son legítimas, invisibilizando la hibridación creativa que caracteriza a muchas comunidades.

La estetización complementa esta lógica al transformar los textiles en objetos de consumo visualmente atractivos, mediante diseños que enfatizan colores “típicos” o motivos “prehispánicos”. Esta estrategia, promovida por ferias turísticas y catálogos institucionales, no solo incrementa el valor económico de las piezas, sino que también las convierte en símbolos de un *exotismo domesticado*, apto para el mercado global.

Sin embargo, es la mercantilización la que tensiona más profundamente las prácticas locales. Al insertar la artesanía en circuitos comerciales —desde tiendas boutique hasta plataformas digitales—, se reconfiguran sus significados: de bienes de uso comunitario a productos de lujo orientados a turistas (Lodi, 2025). Esta dinámica, inherente al neoliberalismo, genera contradicciones entre la preservación de saberes y la necesidad de adaptarse a estándares de rentabilidad, como observamos en la presión por aumentar volúmenes de producción o simplificar diseños para reducir costos.

Finalmente, la temporalización cristaliza estas estrategias al construir narrativas históricas que asocian la artesanía con un pasado ancestral estático. Políticas públicas y discursos turísticos enfatizan una herencia “incaica” o “precolombina”, silenciando las transformaciones coloniales y contemporáneas que han moldeado estas prácticas. Este anclaje en la intemporalidad, como señalamos, convierte a las comunidades en custodias de un legado congelado, negando su agencia en la reinención cultural (Alonso, 2017).

Podemos pensar en los sellos de calidad, el Sello ArtesanAR, como *constructores de autenticidad*, al mediar entre las expectativas del mercado turístico y las prácticas de las comunidades artesanas. Estos sellos definen estándares de producción y comercialización, así como también contribuyen a legitimar lo que se considera auténtico y valioso en el contexto de un patrimonio cultural mercantilizado. En este proceso, se reconstruyen y reinterpretan las identidades locales para adaptarse a las dinámicas del turismo y el desarrollo económico, lo que subraya su papel activo en la configuración de nuevas narrativas de autenticidad en regiones turísticas como la Quebrada de Humahuaca.

Finalmente, proponemos que futuras investigaciones profundicen en el rol activo de los gobiernos provinciales —como impulsores del Sello ArtesanAR— y en cómo las políticas turísticas reconfiguran narrativas identitarias. Desde nuestra mirada, la experiencia de la Quebrada de Humahuaca invita a reflexionar críticamente sobre los límites éticos del desarrollo: incluso iniciativas bienintencionadas pueden naturalizar nociones de autenticidad que oscurecen desigualdades, un desafío que, consideramos, debe guiar los debates académicos y políticos en contextos de turistificación.

Bibliografía

Aguilar Criado, E. (2001). “Entre la tradición y la modernidad: las artesanías una propuesta de análisis.” En Rotman, M. (comp.) *Cultura y mercado: estudios antropológicos sobre la problemática artesanal* Buenos Aires, Editorial Minerva – EUDEBA.

Aguilar Criado, E. (2003). “Entre lo global y lo local. La revitalización de la producción artesanal en España”. *Revista Artesanías de América*. Nro. 55, 73-98.

Almirón, A., Bertoncello, R., y Troncoso, C. (2006). *Turismo, Patrimonio y Territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina*. Estudios y Perspectivas del Turismo, 15, 101-124.

Alonso, A. M. (2017). Políticas de Espacio, Tiempo y Sustancia: Formación del Estado, nacionalismo y etnicidad. En P. Sandoval L., *Las máscaras del poder: Textos para pensar el estado, la etnicidad y el nacionalismo* (pp. 379-424). IEP Instituto de Estudios Peruanos.

Álvarez, M., y Sammartino, G. (2009). Empanadas, tamales y carpaccio de llama: Patrimonio alimentario y turismo en la Quebrada de Humahuaca – Argentina. *Estudios y perspectivas en turismo*, 18(2), 161-175.

Antunes, R. (2012). La Nueva Morfología del Trabajo y Sus Principales Tendencias Informalidad, infoproletariado, (in)materialidad y valor. *Sociología del Trabajo*, 47-66.

Arzeno, M., y Troncoso, C. (2009). Actividades agrarias, turismo y contradicciones del desarrollo en la Quebrada de Humahuaca, Jujuy. En M. Manzanal y F. Villarreal, *El desarrollo y sus lógicas en disputa en territorios del norte argentino (I°)*. Fundación Centro de Integración, Comunicación, Cultura y Sociedad.

Ávalos, M., Gomis, R., Ávalos, M., & Gomis, R. (2024). La frontera en la resiliencia de los negocios artesanales del corredor Tijuana-Ensenada durante la pandemia. *Si Somos Americanos*, 24. <https://doi.org/10.61303/07190948.v24i.1127>

Ballart Hernández, Josep y Jordi Juan i Tresserras (2001). “El marco institucional del patrimonio” En: *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona, Ariel.

Belli, E. y Slavutsky, R. (2010). La gestión estatal del patrimonio para el desarrollo de los sectores populares en la Quebrada de Humahuaca (noroeste argentino). En *Patrimonio y cultura en América Latina: Nuevas vinculaciones con el estado, el mercado y el turismo y sus perspectivas actuales*. (pp. 161-178). Universidad de Guadalajara.

Belli, E., y Slavutsky, R. (2008). Tierra y producción simbólica. Las condiciones materiales del patrimonio. Panel: Patrimonio: Conceptualizaciones y Prácticas. Presentado en IX Congreso Argentino de Antropología Social, Posadas.

Bendix, R. (2018). *Culture and Value: Tourism, Heritage, and Property*. Indiana University Press.

Benedetti, A. (2003). Los efectos de la inclusión. Transformaciones territoriales y reorganización de la red de lugares poblados en Jujuy, República Argentina, durante el siglo XX - Les effets de l'incorporation. Transformations territoriales et réorganisation de l'habitat à Jujuy, République d'Argentine, durant leXXe siècle. *Histoire Des Alpes*, 8, 99-121.

Benedetti, C. M. (2012). Producción artesanal Indígena y comercialización: Entre los “buenitos” y los “barateros”. *Maguaré*, 26(1), 229-262.

Benedetti, C. M. (2014). La diversidad como recurso: Producción artesanal chané destinada a la comercialización e identidad. *Antropofagia*. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/187010>

Benedetti, C. M (2022). Pueblos originarios, patrimonio y autenticidad en la promoción del “desarrollo con identidad”. Reflexiones desde el norte argentino. *Revista Páginas*, 14(34), Article 34. <https://doi.org/10.35305/rpvl4i34.598>.

Bergesio, L., y Montial, J. (2010). Declaraciones patrimoniales, turismo y conocimientos locales: Posibilidades de los estudios del folklore para el caso de las ferias en la quebrada de Humahuaca (Jujuy-Argentina). *Trabajo y sociedad*, 15, 19–35.

Bergesio, L., Golovanevsky, L., y González, N. (2016). Propuestas para el estudio y caracterización de los pequeños productores agropecuarios de la puna jujeña (Argentina). *Revista Pilquen*, 19(1), 16.

Boivin, M., Rosato, A. y Arribas, V. (2004). Constructores de otredad. Buenos Aires, Argentina: *Antropofagia*.

Boorstin, D. J. (1961). The image: A guide to pseudo-events in America. Harper & Row.

Bourdieu, P. (2020). *Habitus and Field: General Sociology*, Volume 2 (1982-1983). Polity Press.

Bourdieu, P. (2021). *Forms of Capital: General Sociology*, Volume 3: Lectures at the Collège de France 1983 - 84. Polity Press.

Braticevic, S. I. (2018). Valorización inmobiliaria reciente en la Quebrada de Humahuaca. El caso de la localidad de Tilcara. *Economía, Sociedad y Territorio*, xviii(56), 291-317.

Braticevic, S. I., y Rodríguez, J. (2017). Una primera aproximación a la economía del Municipio de Tilcara. *Propuestas para el desarrollo de las cadenas de valor locales*. *Estudios Sociales Del NOA*, 20, 7-24.

Canclini, N. (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*. Nueva Imagen.

Castro, M. (2008). Ecoturismo: Luces y Sombras de una Creciente Actividad entre los Pueblos Indígenas en Argentina. IX Congreso Argentino de Antropología Social. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, 13.

Castro, M. (2013). Paisaje y Producción Textil: Un Abordaje desde la Ecología Política. *Anuario de Arqueología*, Rosario, 5, 231–249.

Castro, H., y Zusman, P. (2007). Redes Escalares En La Construcción De Los Patrimonios De La Humanidad. El Caso De La Patrimonialización De La Quebrada De Humahuaca (JUJUY, ARGENTINA). *GEOUSP Espaço e Tempo (Online)*, 21, 173–184. <https://doi.org/10.11606/issn.2179-0892.geousp.2007.74059>

Chhabra, D. (2005). Defining authenticity and its determinants: Toward an authenticity flow model. *Journal of Travel Research*, 44(1), 64–73. <https://doi.org/10.1177/0047287505276592>

Comaroff, J., y Comaroff, J. L. (2011). *Etnicidad S.A.* (C. Friszman y E. Marengo, Trans.). Katz Editores.

Córdoba-Cely, C. (2021). Hacia la artesanía generativa. Caso de estudio del oficio artesanal del barniz de Pasto (Colombia) y la impresión 3D. *Artnodes*, 27, Article 27. <https://doi.org/10.7238/av0i27.375112>

Frigolé, J. (2014). Patrimonialización y mercantilización de lo auténtico, dos estrategias básicas en una economía terciaria. En X. Roigé, J. Frigolé, y C. D. Már-mol (Eds.), *Construyendo el patrimonio cultural y natural: Parques, museos y patrimonio rural* (pp. 31-46). Asociación Valenciana de Antropología (AVA) - Editorial Germania.

Gupta, A. (2017). El Estado y las políticas de pobreza. En P. Sandoval, *Las máscaras del poder: Textos para pensar el estado, la etnicidad y el nacionalismo* (pp. 255-303). IEP Instituto de Estudios Peruanos.

Heinich, N., y Ruiz, D. C. (2014). La fábrica del patrimonio. Apertura y extensión del corpus patrimonial: Del gran monumento al objeto cotidiano. *Apuntes: Revista de estudios sobre patrimonio cultural - Journal of Cultural Heritage Studies*, 27(2), 8-25.

Lodi, M. E. (2025). Una red de redes: Formas colectivas de comercialización de artesanías textiles en la Quebrada de Humahuaca. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 253, Article 253. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi253.12149>

MacCannell, D. (1976). *The tourist: A new theory of the leisure class*. Schocken Books.

Manzanal, M. (2021). La Agricultura Familiar de Argentina de las primeras décadas del Siglo XXI ¿Bajo la dominación, en la resistencia o sujeto de transformación? *Estudios Rurales*. Publicación del Centro de Estudios de la Argentina Rural, 11(24).

Márquez, P., Reficco, E., y Berger, G. (2009, mayo). *Negocios inclusivos en América Latina*. Harvard Business Review, 28-38.

Narotzky, S. (2010). La economía social: conceptos teóricos y economía real. Una perspectiva antropológica. *Comunicación del Congreso Internacional de Economía Social*. Consulta el (Vol. 2).

Nogueira, M. E., y Urcola, M. (2015). La agricultura familiar en el marco de los programas de desarrollo rural del FIDA en el norte argentino (1991-2014). *Ager. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, (19), 7-44. <https://doi.org/10.4422/ager.2015.01>

Orellana, V. C. (2018). Uso social de los estereotipos visuales en Quebrada de Humahuaca: Reflexión acerca de las posibilidades de deconstrucción icónica en torno al discurso patrimonial y turístico. 18.

Orellana, V. C. (2021). Paisaje textual: naturaleza, patrimonio y significados en la Quebrada de Humahuaca. Prometeo Editorial. <https://doi.org/10.2307/jj.12865271>

Orellana, V. C. (2022). Gestión cultural en torno a las políticas culturales artesanales. El caso del programa “Sello distintivo origen Jujuy” y su aplicación en la comunidad artesanal de Uquia. Bienes comunes y recursos comunitarios [masterThesis]. <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/548839>

Pacheco Contreras, J. C., Gómez Vásquez, G., y Barrero Tapias, G. (2009). El desafío de las comunidades artesanales rurales: Una propuesta ecotecnológica para una artesanía sostenible*. *Acta Agronómica*, 58(3), 206-220.

Pérez Winter, C. (2013). Patrimonialización, turistificación y autenticidad en Exaltación de la Cruz, Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(4), 785-804.

Perret, M. F. (2019). La artesanía indígena chaqueña y el mercado: Los casos Qom y Wichí de Fortín Lavalle y el Sauzalito Misiones [Doctorado, Universidad Nacional de Misiones - UNAM-]. https://rid.unam.edu.ar/bitstream/handle/20.500.12219/2174/Perret_2019_Artesan%C3%ADa%20ind%C3%A-Dgena%20chaque%C3%Bl.pdf?sequence=4

Rickly-Boyd, J. M. (2012). Authenticity and aura: A Benjaminian approach to tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 269 - 289. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.003>

Salleras, L. (2019). Los devenires de patrimonialización y el crecimiento del turismo: Los conflictos en torno al desarrollo en la Quebrada de Humahuaca. *Pampa: Revista Interuniversitaria de Estudios Territoriales*, 19, 7-34.

Sánchez-Carretero, C., y Jiménez-Esquinas, G. (2016). Relaciones entre actores patrimoniales: Gobernanza patrimonial, modelos neoliberales y procesos participativos. <https://doi.org/10.13039/5011000003329>

Santos Gonçalves, J. R. (2012). As transformações do patrimônio: da retórica da perda à reconstrução permanente. In: Tamaso, Izabela y Lima Filho, Manuel Ferreira. *Antropologia e patrimônio cultural: trajetórias e conceitos*. (pp. 59-74). ABA Publicações.

Schenkel, E., y Almeida García, F. (2015). La política turística y la intervención del Estado: El caso de Argentina. *Perfiles latinoamericanos*, 23(46), 197-221.

Smith, L. (2011). El "Espejo Patrimonial": ¿Ilusión Narcisista O Reflexiones Múltiples? *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, 12, 39-63.

Tommei, C., y Benedetti, A. (2014). De ciudad-huerta a pueblo boutique: Turismo y transformaciones materiales en Purmamarca. *Revista de geografía Norte Grande*, 58, 161-177. <https://doi.org/10.4067/S0718-34022014000200010>

Torres Ortega, J. A. (2017). Ecosistemas para el emprendimiento: Características del concepto y su aplicación a la empresa social. *GIZAEKOA - Revista Vasca de Economía Social*, 14, Article 14. <https://doi.org/10.1387/reves.18004>

Troncoso, C. (2013). La estetización de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina): Turismo, Patrimonio y Adecuaciones del lugar para el consumo turístico. *Ería - Revista Cuatrimestral De Geografía*, 91, 167-181.

Vecslir, L., y Tommei, C. I. (2013). Hacia un proyecto territorial para un paisaje cultural: La Quebrada de Humahuaca, Jujuy, Argentina. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/23858>

Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0)

William, E., y Martell, E. P. (2008). Turismo 2.0: La web social como plataforma para desarrollar un ecosistema turístico basado en el conocimiento. *Estudios Turísticos*, 178, Article 178. <https://doi.org/10.61520/et.1782008.1051>

Fuentes consultadas

Sello ArtesanAR. (2022, diciembre 6). Argentina.gob.ar. <https://www.argentina.gob.ar/turismo/sact/calidad/sellos/artesananar>

Ley 25997 - LEY NACIONAL DE TURISMO (2005). <https://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=102724>

LEY N° 5122 – Dirección Provincial de Boletín Oficial e Imprenta del Estado (1999). Sancionada 15/04/1999 Publicado en BO No 62 de fecha 28/05/1999 <https://boletinoficial.jujuy.gob.ar/?p=53929>

LEY N° 6184 - Modificaciones a la Ley No 5122, LEY N° 6184 (2020). <https://boletinoficial.jujuy.gob.ar/?p=195896>

Registro Nacional de Artesanos Textiles de la República Argentina (RENATRA). (2013). Mapa Cultural y Productivo del Textil Artesanal Nacional.

Ministerio de Cultura. Resolución 866/2003 CERTIFICADO NACIONAL DE ARTESANÍA (2003). <https://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anejos/85000-89999/89346/texact.htm>

Aproximaciones desde la etnografía al proceso comunitario de turistificación y patrimonialización en Lagunillas del Farallón (Puna de Jujuy)

Ethnographic approaches to the community process of touristification and heritage-making in Lagunillas del Farallón (Puna of Jujuy)

Facundo Gaitán Hairabedian

Instituto de Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires
Argentina
facundogaitanh@gmail.com

Facundo Petit

Unidad Ejecutora en Ciencias Sociales Regionales y Humanidades (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas/Universidad Nacional de Jujuy), Argentina
facundo.petit@gmail.com

Resumen

Lagunillas del Farallón es una localidad emplazada a 4.200 m.s.n.m. en el Departamento de Rinconada de la provincia de Jujuy. Es conocida habitualmente como “el último rincón de la Puna” por su cercanía con las fronteras de Chile y Bolivia. La comunidad está habitada por 55 familias con un total de aproximadamente 400 personas. Cuenta con personería jurídica y se reconoce como “pueblo kolla” desde 2012, año en que comenzó a trazarse un plan de desarrollo de la economía local bajo una gestión comunitaria. En este artículo proponemos aproximarnos a los procesos de turistificación y de patrimonialización que se están desarrollando en la Puna jujeña en general y en la comunidad de Lagunillas del Farallón, en par-

Abstract

Lagunillas del Farallón is a locality situated at 4,200 meters above sea level in the Rinconada Department of Jujuy Province. It is often referred to as "the last corner of the Puna" due to its proximity to the Chilean and Bolivian borders. The community consists of 55 families, totaling approximately 400 people. It holds legal recognition and has identified as a "kolla community" since 2012, the year in which a plan for locally managed economic development began to take shape. We explore here the processes of touristification and heritage-making unfolding in the Puna of Jujuy, with a particular focus on the community of Lagunillas del Farallón. We understand these as interrelated

ticular. Entendemos que ambos son procesos interrelacionados y conflictivos que involucran una gama amplia de actores que tensionan sentidos en torno a la identidad, el pasado y el patrimonio. A partir del abordaje etnográfico, nos trazamos el objetivo de explorar las dinámicas (sociales, culturales e identitarias) que se ponen en juego en la consolidación del proyecto de turismo rural comunitario en Lagunillas del Farallón y sus implicancias frente a modelos de desarrollo extractivistas que buscan instalarse en la región.

Palabras clave: Turismo comunitario; Turismo rural; Patrimonialización; Puna de Jujuy

and contested processes involving a wide range of actors who negotiate and challenge meanings related to identity, history, and heritage. Through an ethnographic approach, we aim to examine the social, cultural, and identity-related dynamics at play in the consolidation of the community-based rural tourism project in Lagunillas del Farallón, as well as its implications in the face of extractivist development models seeking to establish themselves in the region.

Keywords: Community-based tourism; Rural tourism; Heritage-making; Puna of Jujuy.

Introducción

El turismo en Argentina se ha posicionado como un sector estratégico y en crecimiento para la economía nacional. En los últimos 20 años, acompañando la expansión del sector turístico, lo cual se expresa en un aumento del volumen de inversiones en infraestructura y hotelería, se han elaborado estrategias nacionales y provinciales con el fin de *producir turísticamente* las distintas regiones del país, dando lugar a una multiplicidad de destinos y propuestas turísticas diferentes (Hernández, 2016). Es en el año 2008, a partir de la incipiente autogestión de proyectos turísticos en comunidades indígenas y rurales, que el Ministerio de Turismo de la Nación (2003-2015) diseñó la Red Federal de Turismo Rural Comunitario con el objetivo de promover la inclusión y el desarrollo en estos espacios (Lacko, 2019). Este tipo de políticas implicó un cambio rotundo en cuanto a las políticas estatales orientadas a los pueblos originarios. Se realizó un pasaje de un modelo de desarrollo turístico que los invisibilizaba a otro en el cual se los comenzó a incluir como un atractivo turístico más (Troncoso, 2009). Desde el año 2013 se encuentra vigente a nivel nacional el Plan Federal de Turismo Sustentable (PFETS) cuyo objetivo es, entre otros, “fortalecer y dinamizar las economías regionales, redistribuir la riqueza a través de este sector productivo generador de inclusión y bienestar; y poner en evidencia la movilidad social ascendente propiciada por un proyecto político que entiende al turismo como un derecho ciudadano” (PFETS, 2014: 42). Asimismo, la provincia de Jujuy ha confeccionado distintos planes de desarrollo turístico y se encuentra en proceso un Plan Estratégico de Turismo para los años 2024 - 2030¹. En estas últimas dos décadas también se ha observado un significativo crecimiento del turismo en la región noroeste de Argentina (NOA) y, particularmente en la última década, en la provincia de Jujuy se observan cada vez más emprendimientos de turismo rural desarrollados por comunidades locales con el fin de captar los beneficios socioeconómicos motorizados por el turismo (generación de empleo y oportunidades para los jóvenes locales, mayor recaudación municipal y privada, etc.). En este sentido es que podemos contraponer una idea de desarrollo turístico provincial-nacional en la que intervienen actores más verticalistas y que está sujeta a algún grado de planificación “desde arriba”; con las iniciativas locales y comunitarias que apuntan a ser sustentables y se presentan como alternativas al modelo de turismo masivo coordinado por agentes externos (gubernamentales y empresarios), aunque en algunos casos se complementan.

En el caso jujeño, los proyectos de turismo rural comunitario encarados por comunidades de distintas zonas de la provincia se encuentran enmarcados en las transformaciones que tuvieron lugar luego de que la Quebrada de Humahuaca fuera declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 2003. Si bien esta región fue un enclave turístico desde principios del siglo

1. <https://prensa.jujuy.gob.ar/plan-estrategico/se-trabaja-un-plan-estrategico-turismo-2024-2030-n114195>

XX, la declaración intensificó los procesos de patrimonialización y de turistificación, generando consigo profundas transformaciones y conflictos territoriales que distintos autores han advertido durante los últimos 20 años (Belli et al., 2005; Almirón et al., 2006; Troncoso, 2008 y 2009; Bercetche, 2009; Mancini, 2019; Mancini y Tommei, 2012, 2014 y 2023). Es importante resaltar que el proceso de patrimonialización y turistificación de la Quebrada de Humahuaca funciona como modelo a seguir por parte de algunas comunidades locales en la Puna y sus alrededores, las cuales comienzan a observar en el turismo un posible modo de desarrollo gestionado localmente en oposición a modelos de desarrollo extractivista históricamente presentes en la región. En este sentido, la gestión local del turismo en comunidades rurales genera nuevas narrativas que, en cierta forma, revalorizan el paisaje natural y cultural, junto con la memoria social e identidades colectivas, como parte de la activación patrimonial en espacios rurales. Esto se desprende, asimismo, de lo advertido por distintos autores en torno a cómo la actividad turística en expansión en las últimas décadas ha potenciado circuitos de turismo rural y etnoturismo como modalidades alternativas (Smith, 1992; Pearce, 1995; Toselli, 2006, entre otros). La turistificación y patrimonialización, estrechamente vinculadas (Troncoso y Almirón, 2005), impulsan una reelaboración creativa por parte de las comunidades locales, transformando movilidades, celebraciones, identidades y actividades productivas, y generando diversas iniciativas de turismo rural y comunitario.

El contexto del desarrollo turístico provincial nos permite explicar el proceso aún más reciente de la turistificación de la Puna de Jujuy. Ante este escenario, la turistificación de la Puna jujeña como destino emergente implica un desafío debido a las extremas condiciones ambientales (mayor altura sobre el nivel del mar y el clima desértico de mucha exposición solar y amplitud térmica), la escasa infraestructura turística y de accesibilidad, condiciones que, a su vez, construyen su atraktividad turística (Hernández, 2016). En el Plan Estratégico Turístico Provincial elaborado en el año 2014 se presenta a la Puna como: “inmensidad que impacta, apta para el desarrollo de múltiples actividades y largas travesías en la tierra de los nevados, salares y lagunas de altura. Su gente se destaca por su cultura milenaria, la hospitalidad y sencillez características. Puerta de ingreso y egreso al Corredor Andino Internacional” (PETP, 2014: 50) ponderando así, las características naturales de la región y lo “milenario, hospitalario y sencillo” de la cultura local.

En la última década se observa un crecimiento de la oferta turística en el sector occidental de la Puna de Jujuy, bajo diferentes modalidades. El proceso de turistificación de la Puna ha sido heterogéneo; por ejemplo, existen algunas localidades con mayor experiencia al respecto, como Yavi o Casabindo. Por otra parte, las diferencias en torno la turistificación de la Puna se expresan en tanto que cada una de las comunidades involucradas en motorizar emprendimientos de estas características han desarrollado particularidades

en la manera de llevarlos adelante.

En el año 2022 comenzamos una investigación de orientación etnográfica vinculada, en principio, a las festividades religiosas junto a la comunidad de Lagunillas del Farallón, localidad ubicada en el extremo noroeste de la provincia de Jujuy. En las primeras conversaciones, presentaciones y entrevistas con distintas personas de la comunidad farallonense fue surgiendo una pregunta que nos comprometía a pensar la devolución concreta de nuestra investigación: “¿Qué le va a quedar a la comunidad?”. A los miembros de la comunidad les interesaba en ese momento el conocimiento antropológico para relevar y construir relatos que contribuyan, desde una mirada técnica, a los guías de turismo locales que se están capacitando para recibir visitantes.

A medida que fuimos interiorizándonos en el interés de la comunidad en desarrollar una propuesta turística comunitaria, fuimos convocados a relevar los sitios arqueológicos² (“antigales”) ubicados en los campos de las familias, con el fin de incorporarlos, a partir del “*saber experto*” de la arqueología y la antropología, a incipientes circuitos turísticos en los campos de las familias de la comunidad. Así, comienza a cobrar relevancia para nuestra investigación la dimensión del turismo como parte de los emprendimientos que conforman el plan de desarrollo comunitario. Es en este sentido que proponemos un primer acercamiento a los procesos de turistificación y de patrimonialización que se están desarrollando en el sector occidental de la Puna jujeña en general y en la comunidad de Lagunillas del Farallón, en particular, atendiendo justamente a las particularidades únicas de la localidad. Entendemos que los procesos de turistificación y patrimonialización se interrelacionan y no están exentos de conflictos que involucran una gama amplia de actores que tensionan sentidos en torno al desarrollo, la identidad, el pasado y el patrimonio. A partir del abordaje etnográfico, en esta ponencia nos trazamos el objetivo de aproximarnos a las dinámicas (sociales, culturales e identitarias) que se ponen en juego en la construcción de la atraktividad turística, así como en la consolidación del proyecto de turismo rural comunitario en Lagunillas del Farallón y sus relaciones e implicancias frente a otros modelos de desarrollo que buscan instalarse en la región.

Lagunillas del Farallón, “el último rincón de la Puna”

Lagunillas del Farallón es una localidad ubicada en el Departamento de Rinconada de la provincia de Jujuy. Forma parte, asimismo, de la Comisión Municipal de Cusi Cusi, la cual concentra la gestión político-administrativa de las

2. Una vez iniciado el proyecto de investigación en Lagunillas del Farallón a través de dos trabajos de campo de carácter etnográfico, se ampliaron los objetivos para el desarrollo de una investigación arqueológica a fines de registrar y relevar los sitios arqueológicos presentes en la región, a partir de un pedido explícito de la comunidad. Esta parte del proyecto es coordinada por la Dra. Jesica Carreras, quien se encuentra investigando los sitios arqueológicos en el marco de una arqueología participativa junto a la comunidad, con el objetivo de diseñar senderos que contribuyan al desarrollo del turismo local.

localidades de Cusi Cusi, Misa Rumi, Paicone, Ciénega de Paicone y Lagunillas del Farallón. Específicamente, Lagunillas del Farallón es un pequeño pueblo conocido habitualmente como “el último rincón de la Puna” por su cercanía con las fronteras de Chile y Bolivia. Se encuentra emplazado a 4.200 m.s.n.m., en una región montañosa caracterizada por lagunas de altura y formaciones rocosas conocidas como “farallones” que, junto con las llamas que recorren sus calles cotidianamente, conforman la particularidad de su paisaje y le dan nombre al pueblo.



Foto 1.

Panorámica de Lagunillas del Farallón.

Fuente: Registro de campo.

Lagunillas del Farallón está habitado por 55 familias, un total de aproximadamente 400 personas. Cada familia tiene campo y hacienda (tropas de llamas y, en menor medida, de cabras) pero las actividades de la comunidad se organizan de forma comunitaria, a través de un sistema de asambleas mensuales en las que se informa a las diferentes familias sobre los emprendimientos y actividades que los involucran como comunidad. La comunidad cuenta con personería jurídica y se reconoce como “pueblo kolla” desde 2012, año en que comenzó a trazarse un plan de desarrollo de la economía local bajo una gestión comunitaria.

Inauguración del proyecto de Turismo Rural Comunitario

En noviembre de 2022 se inauguró oficialmente el proyecto de Turismo Rural Comunitario (en adelante TRC), coordinado por un Comité de Turismo, que

abarca una incipiente oferta de alojamiento, guiados y circuitos gestionados comunitariamente, complementada con emprendimientos familiares que ofrecen comedores y visitas a lugares ubicados en sus campos: “toda la comunidad está involucrada de alguna u otra manera” (Registro de campo, noviembre 2022). La modalidad de TRC se implementó de una manera novedosa, donde *lo comunitario* implica que los emprendimientos turísticos deben estar en manos de las familias que pertenecen a la comunidad, impidiendo la llegada de capitales extra comunitarios y evitando así la concentración y la monopolización de los emprendimientos turísticos.

La consolidación de esta iniciativa no fue espontánea, sino el resultado de un proceso de organización y capacitación que se remonta a varios años atrás. Según relata un miembro del comité turístico, el primer acercamiento se realiza en 2010 a partir de una serie de talleres promovidos por el gobierno provincial en la localidad cercana de Abra Pampa, donde se capacitaba a pobladores en materia de desarrollo turístico, fundamentalmente hotelería y gastronomía. Estos espacios de formación, impulsados por instituciones como el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y el Gobierno de Jujuy, permitieron a la comunidad adquirir herramientas y conocimientos para gestionar proyectos colectivos. Sin embargo, la idea de Turismo Rural Comunitario no surgió únicamente de estas capacitaciones, sino que también se nutrió de experiencias cercanas que sirvieron de modelo y motorizaron los proyectos propios. En este sentido, la experiencia de Cusi Cusi, una localidad vecina que ha logrado posicionarse como destino turístico, jugó un papel clave en la activación y motivación de la comunidad. La cercanía con este modelo exitoso permitió visualizar las posibilidades del TRC y adaptar algunas de sus estrategias al contexto local. Aunque aún hay aspectos por profundizar sobre cómo se gestó exactamente la idea del TRC en esta comunidad, es claro que la combinación de capacitaciones externas, la historia organizativa local y el aprendizaje de experiencias cercanas fueron fundamentales para su desarrollo.

En sí, el lanzamiento del proyecto de TRC de Lagunillas del Farallón ocurrió en la plaza del pueblo y sus alrededores, donde se montaron estructuras destinadas a presentar los distintos emprendimientos, instituciones e identidades de la comunidad. Luego de izar una bandera argentina y una *whipala*, en estos stands se desplegaron muestras de las recetas culinarias de la zona, como la *kalapurca*, *sancocho*, *charqui con mote* y *trucha*, considerando los distintos criaderos presentes en las cercanías de Lagunillas del Farallón. En otro sector se presentaron distintos tipos de artesanías: textiles en aguja en telar, en lana de llama y de vicuña y una muestra de cómo son producidos, artesanías en hueso de llama, así como muñecos en fieltro que se realizan con el apoyo de la Alianza Gato Andino, desde la cual se desarrollan investigaciones destinadas a registrar la presencia del gato andino en la región. Otro de los puestos presentaba las distintas hierbas y yuyos con funciones

medicinales que están presentes en la zona, como la *pupusa*, la *chinchircoma*, la *chachacoma* y la *coa*, mientras que en otro una guía local comentaba los distintos “atractivos turísticos” del pueblo.

Allí se ofrecían, asimismo, folletos con los distintos circuitos ofrecidos por los guías, junto con uno general que explicaba los objetivos del TRC como un modo de protección frente a los avances mineros, la caza furtiva, así como una estrategia hacia el fortalecimiento comunitario, del *ayllu* y de los valores culturales. Esto marca el posicionamiento de la comunidad en torno a la posibilidad de autogestión, estableciendo el límite frente a agentes externos, con quienes negocian en cada caso el modo de desarrollar sus emprendimientos turísticos en Lagunillas del Farallón. Este es el caso, por ejemplo, de una empresa turística que ofrece recorridos por la Puna de Jujuy, donde si bien permiten el ingreso, todos los guiados son realizados por guías locales, dando muestra de una cooperación entre la iniciativa comunitaria y emprendimientos privados foráneos.

Esta inauguración estuvo cargada de expectativas con respecto a la potencia que podría llegar a tener el turismo en torno al desarrollo local que es buscado por la comunidad, dándole un marco mayor a las diversas iniciativas que ya se encuentran en marcha, como la cooperativa de artesanas textiles “Llankay Maki”, o los *chakus* que se realizan durante los meses de octubre, noviembre y diciembre para la extracción comunitaria de fibra de vicuña sin dañar a los animales.

Figuras 1 y 2.

Folleto Turístico (frente, dorso).

Fuente:
Comité Turístico de
Lagunillas del Farallón.

Objetivos:

Comunitarios:
Desarrollar el Turismo Rural Comunitario responsable mente para conservar nuestros valores culturales de actividades como la minería, caza furtiva, GENERANDO desarrollo he ingreso para las familias y que esto evite el desarraigo de nuestro ayllu

Arrójate al vacío desde los altos montañas y con la hermosa vista de diferentes circuitos.

Paseo en las Maravillas de las Rocas Blanca

Atractivos: avistar y llegar a diferentes formaciones que las penas tienen



*Altura: 4180m.s.n.m
*Distancia: 7km
*Tiempo: 25mnts
*Dificultad: camino un poco estrecho

Rupestre del Pabellón



*Altura: 4530m.s.n.m
*Distancia: 5km
*Tiempo: 3mnts

Valle Escondido



*Altura: 4173m.s.n.m
*Distancia: 7km
*Tiempo: 25mnts
*Dificultad: camino poco estrecho

Sendero del Castillo y las Lagunas

Atractivos: avistaje de lagunas, aves, iscochas, figuras de rocas volcánicas, flora y fauna



*Altura: 4300m.s.n.m
*Distancia: 3km
*Tiempo: 2hs.

Laguna de Vilama

Atractivos: avistaje de flora y fauna (paríñas, laguna, miradores, gran variedad de cerros, reserva de truchas)



*Altura: 4560 m.s.
*Distancia: 46km
*Tiempo: 2 hs
*Dificultad del Circuito: altura, falta de aire

El Rincón de Aguas Termales



Atractivo: Duchas

*Altura: 3943m.s.n.m
*Distancia: 15km
*Tiempo: 30mts
*Acceso: Vehículo

TURISMO RURAL COMUNITARIO



Pueblo de altura

¡CONTÁCTANOS!

3885406357
3885433299

LACUNILLAS DEL FARALLÓN

De hecho, no es casualidad que la inauguración del proyecto de TRC haya precedido un *chaku*, tras el cual se realizó el 2° Festival de la Vicuña y el Gato Andino. Así, esta constituyó una oficialización del *chaku* como una experien-

cia comunitaria que busca ser mostrada turísticamente.

Por otra parte, según nos comentaron varios referentes de la comunidad, este proyecto se viene gestando desde el año 2006, cuando comenzaron a capacitarse a través del INTA y del Gobierno de Jujuy para desarrollar una oferta turística que sea consecuente con la estructura y la organización social y política comunitaria.

Actores en diálogo: comunidad, patrimonio y la legitimidad del conocimiento

El turismo, al igual que el patrimonio, contribuye a legitimar ciertas versiones de identidades, historias y sujetos en un territorio. Según la modalidad turística elegida se seleccionan y activan distintos recursos, elementos o patrimonios para su desarrollo (Sánchez, 1984). La noción de patrimonio ha atravesado distintas transformaciones: desde que se conformaron los Estados nacionales, dejó de ser concebido como un bien económico heredable en los ámbitos familiares y privados a ser entendido como elementos diversos que de manera colectiva son reconocidos en el presente y permiten conformar y redefinir versiones del pasado y la identidad (Arantes, 1984; Rotman, 1999; Candau, 2002; Crespo, 2013). De esta manera, entendemos el patrimonio como un proceso que implica una construcción social, donde distintos actores disputan por inscribir sus significados sobre el pasado, influenciados por dinámicas políticas, económicas e identitarias (García Canclini, 1999; Prats, 2003). Troncoso y Almirón (2006) lo conceptualizan como un espacio de conflicto, tensión y negociación, que refleja las relaciones de poder entre los grupos involucrados, mientras que Santana Talavera (1997) lo considera un resultado de elecciones sociales, transformable e interpretable según diversos intereses.

En el caso de Lagunillas del Farallón, observamos que los procesos de patrimonialización se encuentran vinculados a la llegada del turismo y la resignificación de actividades productivas tradicionales, como el pastoreo, la producción de fibra de llama y vicuña, la música y la artesanía textil. Además, han impulsado la creación de nuevos circuitos y movilidades que conectan diferentes aspectos de la memoria social, como las procesiones hacia antiguos poblados. Sin embargo, predominan los recorridos turísticos centrados en los paisajes naturales que caracterizan estas regiones, en los que se encuentran sitios proyectados como patrimonios culturales, como el arquitectónico y el arqueológico.

Podemos identificar diversos actores que han participado en la patrimonialización y construcción de su atractivo turístico en los últimos 20 años. Como mencionamos en la introducción, el turismo en Argentina desempeña un papel importante en la agenda estatal, siendo promovido como una

estrategia de desarrollo económico local, inversión en infraestructura y generación de divisas. Desde la promulgación de la Ley Nacional de Turismo en 2004, se han implementado distintos planes nacionales y provinciales para fortalecer este sector, impulsando que regiones donde el turismo era marginal o inexistente vean en esta actividad una oportunidad para mejorar sus condiciones socioeconómicas. Las políticas públicas han facilitado el desarrollo de iniciativas como el TRC en áreas rurales y territorios indígenas, como lo es la modalidad implementada en Lagunillas del Farallón. La implementación de estas políticas varía según la región, y en el caso de la Puna, en los últimos 15 años, se ha desarrollado a través de una serie de capacitaciones y talleres llevados a cabo en distintas localidades aledañas a Lagunillas del Farallón como Cusi Cusi o Paicone, o bien en centros urbanos de la Puna, como es el caso de Abra Pampa. Estas iniciativas, motorizadas por el Gobierno de la Provincia de Jujuy y en las que también ha participado el INTA, se han enfocado en la formación de pobladores locales en cuestiones vinculadas a la gastronomía, la hotelería y en la formación como guías de turismo.

En diversos intercambios con miembros del Comité de Turismo, ante la pregunta sobre cómo se implementa el proyecto turístico en la localidad, nos explicaron su visión respecto del TRC: *"Turismo Rural Comunitario más que todo es un trabajo en conjunto, en comunidad. Eh... Primeramente se acordó, digamos, lo que son los servicios básicos, sí. Tratar de no concentrar, digamos, todo lo que sea servicio de comedor, hospedaje y, eh, bueno, todo esto proviene de distintas familias básicamente. Es compartir lo que se puede generar en comunidad"* (Entrevista a miembro del Comité de Turismo, 2023). Nuestro interlocutor diferenciaba el proyecto de Lagunillas del Farallón del turismo desarrollado en otras localidades de la misma jurisdicción, principalmente Cusi Cusi, donde se priorizan los emprendimientos privados centrados en hospedajes, comedores y guías. Se subraya así el enfoque comunitario desarrollado en Lagunillas, donde se rechaza la inversión extra comunitaria y la concentración y monopolización de los servicios turísticos por agentes externos a la comunidad. De este modo, el proyecto de TRC en Lagunillas del Farallón se distingue en la región al poner en primer plano a uno de los actores centrales en los procesos de turistificación: la comunidad, protagonista en la gestión, posesión y mantenimiento de los sitios patrimoniales, así como en la gestión del turismo (Benedetti, 2022).

Entendemos, en sintonía con Pinassi (2022), que "lo comunitario" no es una entidad homogénea y exenta de conflictos como aparenta, sino que con frecuencia se posiciona como entidades fragmentadas con tensiones a su interior. En Lagunillas del Farallón, no todas las familias de la comunidad se orientan hacia el desarrollo de emprendimientos turísticos. Las iniciativas son impulsadas, en parte, por aquellas familias que ya cuentan con emprendimientos familiares incipientes orientados a los sectores hotelero

o gastronómico, o que ofrecen circuitos por "antigales" y paisajes presentes en sus terrenos. También participan quienes han recibido algún tipo de capacitación o participan de redes de artesanía y música que ven en el turismo una oportunidad para comerciar sus creaciones y promover sus actividades.

A los programas estatales y las iniciativas locales que los reinterpretan, se suma el mercado como un actor importante en el desarrollo de los procesos de patrimonialización y turistificación. El proyecto turístico en Lagunillas del Farallón se desarrolla en interacción con otras actividades económicas importantes de la región, como los proyectos mineros, que constituyen una importante fuente de empleo para los pobladores. En este sentido, el turismo surge como una alternativa laboral que ofrece opciones fuera de la minería. Al mismo tiempo, empresas turísticas privadas han comenzado a incorporar a Lagunillas del Farallón en sus circuitos comerciales, integrando al pueblo en recorridos diseñados para el mercado masivo, aunque estos no siempre responden a las dinámicas comunitarias locales.

Un ejemplo es el emprendimiento Puna940, que incluye una visita a Lagunillas del Farallón como parte de un circuito de cinco días por diversos poblados de la región. En su portal web, caracterizan a la región como habitada por poblaciones originarias con *"costumbres ancestrales, creencias centenarias y un modo de vida que se mantiene hoy vigente luego de cientos de años de intentos occidentales por quitarles sus espacios"*. En los recorridos ofrecidos, Lagunillas del Farallón se presenta como un destino para visitar por la tarde, donde los visitantes pueden explorar el pueblo, apreciar las artesanías textiles y luego regresar a Cusi Cusi. Esta empresa también organizó visitas turísticas al *chaku*, presentada como una experiencia tradicional de esquilado de vicuña, que se realiza en la localidad en los meses de octubre, noviembre y diciembre.

En los relatos de los pobladores sobre cómo fue llegando el turismo a la localidad, con frecuencia se menciona particularmente a Cusi Cusi como una experiencia previa de la llegada del turismo a la región *"Bueno, Cusi Cusi ya explotó más antes por el Valle de la Luna. Sí, más que está al lado la ruta cuarenta. Y bueno, más..."* (Entrevista a miembro del Comité de Turismo, 2024). Es interesante que se resalten dos atracciones turísticas de envergadura en la zona, el Valle de la Luna y la Ruta Nacional 40 que le dan visibilidad a Cusi Cusi. A esto se suma que el Valle de la Luna es mostrado en propagandas turísticas del Gobierno de Jujuy como un destino imperdible de la Puna, al menos desde 2014 (Hernández, 2016). No obstante, el número de turistas que visita estas localidades sigue siendo reducido, principalmente debido a las dificultades de acceso. Estas dinámicas abren nuevas cuestiones a explorar, como el papel que juegan las localidades cercanas como centros de referencia en relación con la activación turística y patrimonial en Lagunillas del Farallón.

Por último, aunque nuestra enumeración no pretende ser exhaustiva, las organizaciones no gubernamentales, como la Alianza Gato Andino, y los proyectos científicos en la región han intervenido en los procesos de patrimonial-

lización y turistificación de los últimos años. En la región, y especialmente en Lagunillas, han surgido iniciativas de diversas disciplinas, como la antropología, la arqueología y la biología, que no sólo exploran la flora y fauna, sino que también están profundamente vinculadas al pasado y a los aspectos culturales de la comunidad. Por ejemplo, la ONG Alianza Gato Andino trabaja en el registro de la presencia de este felino, mientras que antropólogos colaboran con la comunidad para recopilar historias locales y festividades religiosas. Además, desde la disciplina arqueológica se han comenzado a documentar los "antigales" que las familias locales poseen en sus tierras, reconociendo su potencial interés turístico. Estas iniciativas contribuyen a la turistificación de la zona, ya que el conocimiento que aportan sobre la cultura y la historia local es lo que los habitantes del lugar creen que atrae a los visitantes cuando recorren estos espacios.

En una de nuestras conversaciones con el presidente del Comité de Turismo, le consultamos sobre la relación entre el conocimiento científico y el desarrollo turístico, a lo que nos contó: *"Sí, sí, bastante, porque eso es lo que nosotros queremos, que mientras que todos vienen a investigar en nuestra zona y a trabajar con nosotros, es bueno, porque quizás nosotros no escribíamos, no sabíamos la historia, no conocemos alguna cosa más antes que cómo eran las cosas, cómo era la vivencia antes o las cosas, de qué años son algunos sitios arqueológicos, todas esas cosas. Entonces, es bueno para nosotros, y así, para poner el turismo, darle al conocimiento del turismo que la cosa era así, esto era, venía de eso. Era su antepasado, de qué años es para saber bien, porque si no, nosotros no sabemos nada, no podemos investigar, no tenemos estudios"* (Entrevista al presidente del Comité de Turismo, 2024). De esta manera, nuestro interlocutor pondera de manera positiva las investigaciones que se desarrollan en la localidad ya que permiten, desde su concepción, brindar información valiosa y legítima sobre la historia del lugar, fortaleciendo los guiones turísticos. Por otra parte, un aspecto a desarrollar en siguientes investigaciones es la concepción que tienen los habitantes de Lagunillas del Farallón en torno al conocimiento local, cristalizado en frases recurrentes como "nosotros no sabemos nada", en comparación al conocimiento científico. *"Por eso queremos saber, y así, para informar al turista, vender esto, de qué año significaba esto, quizás alguna cosa que no sabemos"*. En este sentido, priorizamos más bien la generación de talleres donde ambos conocimientos (el científico y el local) puedan articularse en un diálogo para continuar colaborando en torno a los proyectos de desarrollo de la comunidad.

Panorama sobre "lo atractivo" en Lagunillas del Farallón

Lo que convierte a un destino en "atractivo" para el turismo es resultado de un proceso social en el que intervienen múltiples actores con expectativas

e intereses diversos, desarrollándose tanto en el tiempo como en el espacio. A partir de las políticas públicas de fomento turístico desplegadas por el Estado nacional y los Estados provinciales, se ha comenzado a construir el atractivo de los espacios rurales de la Puna ligados al patrimonio natural y cultural característicos de la zona. Según Pérez Winter (2020), el concepto de patrimonio cultural se ha expandido para integrar dimensiones previamente excluidas, tanto en términos espaciales y temporales, como en relación con los actores involucrados en las activaciones patrimoniales, los valores que el patrimonio debe representar, y su naturaleza material o inmaterial. Esta expansión permite repensar el papel de las comunidades locales en la creación de mecanismos para espacializar, definir y expresar su patrimonio cultural en diversos contextos, proceso mediante el cual se resignifican lugares, eventos celebratorios, áreas, paisajes y circuitos (Pérez Winter, 2020).

A partir de nuestro trabajo en la localidad y de las conversaciones con miembros de la comunidad y representantes del Comité de Turismo, esbozaremos un panorama general sobre la situación actual del Turismo en Lagunillas del Farallón que contemple las condiciones de acceso al poblado, su infraestructura turística, así como las concepciones sobre lo “atractivo” del lugar.

En primer lugar, el acceso a Lagunillas del Farallón presenta desafíos considerables debido a su altitud y a las condiciones del camino, que no está pavimentado. En nuestras experiencias, partiendo desde Tilcara, hemos utilizado dos rutas diferentes. Una opción es tomar un colectivo desde Tilcara por la Ruta Nacional 9 hasta la ciudad fronteriza de La Quiaca, desde donde se continúa durante aproximadamente cinco horas por un sinuoso camino de ripio que asciende de manera abrupta hasta Lagunillas del Farallón. Esta vía tiene una frecuencia limitada, con días alternos para ascenso y descenso en la Puna, lo que complica la disponibilidad de asientos, especialmente porque es muy utilizada por docentes rurales que viajan a Lagunillas los lunes y regresan a La Quiaca los viernes. La segunda opción que exploramos parte desde Abra Pampa, utilizando el colectivo "Burgos", que llega hasta Cusi Cusi, una localidad situada a 27 kilómetros de nuestro destino. Desde allí, fuimos recibidos por miembros de la comunidad. Es crucial destacar que estos transportes están condicionados por las condiciones climáticas. Durante la temporada de lluvias, de diciembre a abril, el aumento del caudal de los ríos puede anegar los caminos, imposibilitando el acceso al pueblo.

En cuanto a la infraestructura turística, Lagunillas del Farallón ofrece aproximadamente 20 plazas de hospedaje, distribuidas entre emprendimientos familiares y un espacio comunitario inaugurado en 2022, dedicado a recibir a los visitantes. Los espacios gastronómicos son limitados y, en su mayoría, no están visiblemente señalizados. La oferta gastronómica varía según la temporada: en épocas festivas se habilitan más opciones, mientras que en otras fechas la disponibilidad es reducida. Una situación similar encontramos con

los espacios de proveeduría de alimentos y la venta de artesanías. Por otro lado, Lagunillas cuenta con una buena red de conectividad, si bien no hay servicio de celulares, casi la totalidad de los hogares cuenta con conexión Wi-Fi.

Según el Comité de Turismo, Lagunillas del Farallón recibe actualmente entre 20 y 30 visitantes por año, en su mayoría argentinos, con un mayor flujo entre los meses de agosto y noviembre. La principal fuente de promoción turística con la que cuenta el proyecto turístico de Lagunillas del Farallón son las redes sociales, principalmente Facebook e Instagram, donde tanto miembros de la comunidad que ofrecen experiencias turísticas, como promotores privados, incluyen a Lagunillas dentro de un circuito más amplio que comprende a Cusi Cusi y la laguna de Vilama, generalmente como un lugar de paso en el que no se pernocta.

Para el presidente del Comité, los turistas visitan Lagunillas atraídos fundamentalmente por sus encantos naturales y los paisajes: *“por las aves, por la laguna, más que todo por la zona que es más de la Puna, hay más lugares atractivos, por las ocas, por las lagunas, más por la fauna, más que todo por eso”* (Comisionado de Turismo, abril 2024).

Vemos cómo algunas de las voces locales coinciden con la mirada de la Provincia a la hora de destacar este destino por su atractivo vinculado al paisaje, la flora y, fundamentalmente, a la fauna. En este sentido se encuentran las valorizaciones de prácticas que involucran a la fauna autóctona como el *chaku* y el gato andino.

Otra de las características ponderadas como atractivo son los paisajes extremos y el desconocimiento y lo remoto de la zona a los ojos del turismo convencional. *“Nosotros quedamos un poco aislados siempre, ¿no? Entonces toda esta zona está virgen para el turismo, están oculto y son lindos los paisajes”*. En este sentido, la atractividad de la localidad, tanto para los pobladores interesados en el turismo, como para las empresas que ofrecen circuitos que incluyen a la región y la mirada de los lineamientos turísticos gubernamentales sobre la Puna coinciden en cierto punto en valorar el paisaje natural (incluida la flora y la fauna) único, las prácticas locales consideradas ancestrales (como el *chaku* y las artesanías textiles) así como “lo remoto” y “virgen” de turismo. De este modo, se presenta a Lagunillas como una “experiencia” única y “mágica” de vivir el turismo.

Reflexiones finales

En esta ponencia hemos expuesto un primer acercamiento a la construcción del turismo y el patrimonio en Lagunillas del Farallón, localidad del sector occidental de la Puna Jujeña. Como mencionamos anteriormente, el despliegue de planes de desarrollo turístico tanto a nivel nacional como provincial impulsó la implementación de proyectos turísticos locales. En este

sentido, Katzer (2021) señala que las iniciativas estatales constituyen una forma de biopolítica, que condiciona, regula y moldea una forma específica de comunalización del turismo. Sin embargo, encontramos que esta forma es reinterpretada por las dinámicas sociales locales, adaptándose a sus particularidades.

En el caso abordado, la modalidad bajo la cual se inscribe el incipiente proyecto turístico es el Turismo Rural Comunitario. Para los miembros del Comité Turístico, el TRC no sólo permite la gestión local de los recursos e inversiones, sino que implica la posibilidad de desarrollo socioeconómico comunitario a partir de la capacitación de sus pobladores, el desarrollo de infraestructura y ofrecer atractivos turísticos, hotelería y gastronomía a visitantes. Si bien la manera en la que llevan adelante el TRC se presenta en contraposición a modalidades extractivistas, fundamentalmente como una oportunidad laboral alternativa a los trabajos vinculados a la minería, vemos que también es complementaria a los emprendimientos privados extra locales que buscan ofrecer servicios turísticos en la región, como es el caso de la empresa Puna940.

La llegada del turismo se vincula a transformaciones en las dinámicas identitarias de la comunidad de Lagunillas del Farallón. Más allá de su impacto económico, este proceso interactúa con el paisaje, las prácticas y las costumbres locales, abriendo espacios de reinterpretación y diálogo sobre la historia local y el patrimonio que puede producirse turísticamente. Las interacciones con los visitantes y las expectativas de crecimiento del turismo invitan a una reflexión interna sobre la identidad comunitaria, en la que algunos elementos tradicionales adquieren una nueva visibilidad. Sin embargo, estas transformaciones no siempre implican una ruptura o un redescubrimiento, sino que conviven con las tensiones propias de adaptar la vida cotidiana a las nuevas expectativas que trae el turismo.

Para finalizar, acercamos algunos interrogantes que se desprenden de lo antes expuesto. Por un lado, nos preguntamos si los proyectos turísticos en Lagunillas de Farallón se desarrollan en diálogo con localidades como Cusi Cusi que funcionan como centro de referencia, y si contribuyen a configurar los imaginarios (Urry, 2004) locales sobre las posibilidades de desarrollo socioeconómico que aparenta brindar el turismo. Por otro lado, nos interesa indagar en las lógicas internas de la comunidad y si es que existen tensiones o conflictos en torno a la representación de los intereses particulares de las familias asociadas al turismo.

Si bien el volumen de visitas turísticas en la región es aún escaso, las expectativas comunitarias en torno al turismo y los emprendimientos familiares en crecimiento nos brindan la posibilidad de seguir explorando las dinámicas locales que motoriza la patrimonialización y la llegada del turismo a esta remota región.

Bibliografía

- Almirón, A., Bertoncello, R. & Troncoso, C. (2006).** Turismo, patrimonio y territorio: una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. *Estudios y perspectivas en turismo*, 15(2), 101-120.
- Arantes, A. (Org.). (1984).** Produzindo o Passado. Estratégias de construção do patrimônio cultural. São Paulo: Brasiliensis.
- Belli, E., Slavutsky, R., & Argañaraz, C. (2005).** Quebrada de Humahuaca: Patrimonio de la Humanidad. Capitales, territorios y pueblos. En E. Belli & R. Slavutsky (Eds.), *Patrimonio en el Noroeste Argentino. Otras Historias*, 15-37. Instituto Interdisciplinario Tilcara, FFyL, UBA.
- Benedetti, C. M. (2022).** “Formen filas de emprendedores”: Desarrollo, turismo y pueblos originarios en el norte argentino. *Campos*, 23(2), 31-53.
- Bercetche, M. (2009).** Las paradojas de la patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca: Un estudio de reconfiguración del territorio desde una perspectiva geocultural. Buenos Aires: FLACSO Argentina.
- Candau, J. (2002).** Antropología de la memoria. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Crespo, C. (Ed.). (2013).** Tramas de la diversidad. Patrimonio y pueblos originarios. Buenos Aires: Antropofagia.
- García Canclini, N. (1999).** Los usos sociales del patrimonio cultural. En E. Aguilar Criado (Ed.), *Patrimonio Etnológico: Nuevas perspectivas de estudio*. Consejería de Cultura, Junta de Andalucía.
- Hernández, F. M. (2016).** Paisaje desértico, autenticidad y aislamiento como teatralidad turística: El caso de la Puna jujeña (Argentina). *Revista de Análisis Turístico*, 22, 56-74.
- Katzer, L. (2021).** Turismo cultural y construcción de “comunes”: Reflexiones desde una trayectoria de etnografía colaborativa en Lavalle (Mendoza, Argentina). En S. Gómez (Ed.), *Actas de las Jornadas Turismo, comunidades y ruralidad - Debates y construcción de sentido desde los territorios*, 48-55. La Plata: Facultad de Ciencias Económicas.
- Lacko, E. (2019).** Reflexión acerca del contexto de surgimiento de políticas turísticas ¿indigenistas? El proyecto Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATURC) del Ministerio de Turismo de la Nación (Argentina, 2008-2019). *Revista Antropologías Del Sur*, 6(12), 197-223.
- Mancini, C. (2019).** Procesos de transformación territorial de un paisaje cultural de la Humanidad. Quince años de la Declaratoria UNESCO en la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina). En M. B. Espoz Dalmaso, C. Quevedo, L. Salcedo Okuma, & M. E. Villagra (Eds.), *Memorias y patrimonios: relatos oficiales y disputas subalternas* 299-325. Córdoba: Gráfica del Sur.
- Mancini, C. y Tommei, C. (2012).** Transformaciones de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy) en el siglo XX: entre destino turístico y bien patrimonial. *Registros*, 8(9), 97-116.
- Mancini, C. y Tommei, C. (2014).** La institucionalización del patrimonio en la Quebrada de Humahuaca. El caso de Purmamarca. *Cuadernos de la FHyCS-UNJU*, 46, 41-68.
- Mancini, C. y Tommei, C. (2023).** Veinte años de Patrimonio Mundial UNESCO. Una mirada sobre los conflictos territoriales de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina). *Estudios Socioterritoriales*, 34, 285-310.

Pearce, D. G. (1995). Alternative tourism: Concepts, classifications, and questions. En V. Smith & W. Eadington (Eds.), *Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism*, 15-30. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press.

Pérez Winter, C. (2020). Aportes teórico-metodológicos para la indagación del patrimonio cultural. *Patrimônio e Memória*, 16(2), 563-590.

Pinassi, A. (2022). Patrimonio y turismo: Conceptos, procesos y experiencias comunitarias actuales en el espacio rural argentino. *Méropé. Revista de Ciencias Sociales*, 4(especial 03), 58-76.

Plan Estratégico Turístico Provincial [PETP]. Secretaría de Turismo de Jujuy. 2014 (Argentina).

Plan Federal de Turismo Sustentable [PFETS]. Ministerio de Turismo de la Nación. 2014 (Argentina).

Prats, L. (2003). Patrimonio + turismo = ¿desarrollo? Pasos. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1(2), 127-136.

Rotman, M. (2004). Antropología de la Cultura y el Patrimonio. Diversidad y Desigualdad en los procesos culturales contemporáneos. Córdoba: Ferreyra Editor.

Santana Talavera, A. (1997). Antropología y turismo: ¿Nuevas hordas, viejas culturas? Barcelona: Ariel.

Smith, V. (1992). Anfitriones e invitados. Antropología del turismo. Madrid: Endymion.

Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *PASOS*, 4(2), 175-182.

Troncoso, C. (2008). Valorización turística de la Quebrada de Humahuaca (provincia de Jujuy). La conformación de una nueva oferta turística y los cambios en la forma de visitar el destino. *Párrafos Geográficos*, 7(2), 96-123.

Troncoso, C. (2009). Patrimonio y redefinición de un lugar turístico: la Quebrada de Humahuaca, Provincia de Jujuy, Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18(2), 144-160.

Troncoso, C., & Almirón, A. (2005). Turismo y patrimonio. Una relectura de sus relaciones. *Aportes y Transferencias*, 1(9), 56-74.

Urry, J. (2004). La mirada del turista. Lima: Universidad de San Martín de Porres.

Turismo Político y visibilidad de los movimientos sociales: una aproximación al Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE) en Argentina

Political Tourism and visibility of social movements:
An approach to the Excluded Workers Movement
(MTE) in Argentina

Camila Garralda

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina
garraldaca@gmail.com

Luiz Alexandre Lellis-Mees

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil.
luiz.mees@unirio.br

Resumen

El presente artículo se propone realizar un abordaje al concepto de Turismo Político desde el Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE) en Argentina, para indagar cómo este tipo de turismo puede contribuir a la visibilidad de los movimientos sociales, a través de la generación de experiencias turísticas transformadoras. El Turismo Político es una tipología definida como tal en los primeros años del siglo XXI, más allá de que en la práctica pueden identificarse diferentes ejemplos, desde la Guerra Civil Española hasta la lucha del pueblo palestino. Tales acontecimientos, han producido la llegada de visitantes de todas partes del mundo, atraídos por diversas situaciones histórico-políticas que merecen su atención. Desde

Abstract

This article proposes to carry out an approach to the concept of Political Tourism from the Movement of Excluded Workers (MTE) in Argentina, to ask how this type of tourism can contribute to the visibility of social movements, through the generation of transformative tourist experiences. Political Tourism is a typology defined as such in the first years of the XXI century, but in practice different examples can be identified, from the Spanish Civil War to the struggle of the Palestinian people. Such events have produced an influx of visitors from all over the world, attracted by diverse historical-political situations that deserve your attention. Since then, it has been a tool used by social

entonces, ha sido una herramienta utilizada por movimientos y organizaciones sociales para promover su visibilidad, transformándose en atractivos turísticos destinados a un tipo particular de turistas.

Uno de los movimientos sociales existentes en Argentina es el Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE), quien nuclea a personas que fueron descartadas del mercado laboral formal. Se inventaron su propio trabajo para subsistir y encontraron en la organización colectiva una forma de dignificar su trabajo y condiciones de vida.

El Movimiento acabó convirtiéndose en un elemento motivador de visitas, pero de forma no-planificada. El presente artículo, en el marco del inicio de un trabajo de tesis, se caracteriza como una investigación exploratoria del tema donde se pretende comprender en qué medida el desarrollo de una experiencia de Turismo Político en Argentina contribuye a la visibilidad del MTE, mediante la creación de experiencias turísticas transformadoras. Se identifican los principales elementos que lo posicionan como atractivo y se considera que este tipo de experiencia de ayudará al fortalecimiento de la identidad del movimiento, valorización del territorio de actuación y de su historia de lucha, así como también a aumentar la visibilidad de la organización.

Palabras clave: Turismo político; Movimientos sociales; Economía popular.

movements and organizations to promote their visibility, transforming into tourist attractions aimed at a particular type of tourist. One of the existing social movements in Argentina is the Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE), which is the nucleus of people who were discarded from the formal labor market. They invented their own work to subsist and found in the collective organization a way to dignify their work and living conditions. The Movement ended up becoming a motivating element for visits, but in an unplanned way. This article, within the framework of the beginning of a thesis work, is characterized as an exploratory investigation of the theme where it is intended to understand to what extent the development of an experience of Political Tourism in Argentina contributes to the visibility of the MTE, through the creation of transformative tourist experiences. The main elements that position it as attractive are identified and this type of experience is considered to help strengthen the movement's identity, enhance its performance territory and its wrestling history; as well as increasing the visibility of the organization.

Keywords: Political tourism; Social movements; Popular economy.

Introducción

El presente artículo se propone realizar un primer abordaje al concepto de Turismo Político, su definición, antecedentes y características, para indagar acerca de cómo este tipo particular de turismo puede contribuir a la visibilidad de los movimientos sociales, a través de la generación de experiencias turísticas auténticas y significativas. El turismo como fenómeno y actividad se basa en el ocio y sus bases estructurales surgen a finales del siglo XVIII consolidándose en el siglo XIX a partir de los avances tecnológicos impulsados por la Revolución Industrial. Está íntimamente ligado al nacimiento del sistema capitalista con cimiento en “las transformaciones en el transporte, la industrialización y los cambios ideológicos y sociales de la modernidad” (Pereiro & Fernandes, 2018. p.183) así como en las vacaciones pagadas y los derechos laborales ganados. En la relación turismo-capitalismo aparecen recursos naturales, culturales o, incluso, espacios urbanos transformados en productos y bienes de consumo. Así, es común observar que en cada momento surge un tipo de turismo listo para el consumo: la tipificación de la actividad turística que mercantiliza el tiempo libre, ofreciendo un variado número de actividades para ser consumidas. Es desde esta lógica que asistimos al surgimiento de diferentes tipos de turismo que segmentan el mercado potencial según diferentes motivaciones o intereses. El Turismo Político es uno de estos ejemplos. Es una tipología definida como tal en los primeros años del siglo XXI, más allá de que en la práctica pueden identificarse diferentes ejemplos, desde la Guerra Civil Española, la revolución comunista en China, la revolución cubana, la caída de la dictadura en Nicaragua, hasta el levantamiento Zapatista en México y la lucha del pueblo palestino por la determinación, como ejemplos más recientes. Tales acontecimientos, han producido la llegada de visitantes de todas partes del mundo, atraídos por diversas situaciones histórico-políticas que merecen su atención. En muchos casos, ligados al trabajo de la tierra, reformas agrarias y luchas por el territorio. Desde entonces, ha sido una herramienta utilizada por movimientos y organizaciones sociales para promover su visibilización e internacionalización, transformándose en atractivos turísticos destinados a un tipo particular de turistas, quienes viajan motivados por el deseo de conocer movimientos sociales y políticos: sus prácticas de trabajo y de vida, su ideología, su forma de organización; y también por el deseo de conocer el sitio donde se está dando una situación político-social que merece su atención. Uno de los movimientos sociales existentes en Argentina es el Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE), una organización social surgida a principios de los años 2000, luego de la gran crisis económica y social que tuvo lugar en el país. Nuclea a miles de personas que fueron descartadas del mercado laboral formal como consecuencia de los distintos gobiernos neoliberales. Se inventaron su propio trabajo en la economía popular para

subsistir y encontraron en la organización colectiva una forma de dignificar sus oficios y sus condiciones de vida. De esta forma, fundaron cooperativas y unidades productivas para organizar la labor de forma colectiva. Tienen diferentes ramas, tales como cartoneros/as, construcción, textil, liberados/as, mujeres y diversidades, socio comunitarias, espacios públicos, vientos de libertad y rural. Esta última rama nuclea a 30.000 familias agricultoras, campesinas e indígenas distribuidas en 20 de las 23 provincias argentinas. El modelo de agricultura familiar del MTE defiende el territorio y lucha por la soberanía alimentaria del pueblo. La mayoría de los productores y productoras no son dueños de la tierra en la que trabajan, o en el caso de los pueblos originarios, su territorio está en constante disputa, es por eso que lograron organizarse para unificar demandas y luchar colectivamente por sus derechos. Actualmente cuentan con decenas de cooperativas en todo el país y disponen de un puesto en el Mercado Central de Buenos Aires desde donde comercializan 1.200 toneladas de hortalizas mensuales. Además, construyeron una herramienta de comercialización llamada *Pueblo a Pueblo*, que acerca mensualmente 40.000kg de alimentos frescos y agroecológicos del productor al consumidor.

El Movimiento tiene presencia a lo largo y ancho del territorio, su trabajo es reconocido y valorado a nivel nacional, y en menor grado internacionalmente. Reciben visitantes que logran conocer la organización, pero no de forma planificada. Son esos visitantes, que, si bien su motivo principal del viaje es otro, muestran un interés en conocer de cerca el movimiento, participar de sus actividades, y vivir esa experiencia. El presente artículo, en el marco del inicio de un trabajo de tesis (UnQui, Argentina), pretende comprender en qué medida el desarrollo de una experiencia de Turismo Político contribuye a aumentar la visibilidad del MTE, mediante la creación de experiencias auténticas y transformadoras. Para ello se buscará reconstruir cuáles son los elementos centrales que tiene que contener una estrategia de Turismo Político para promover la visibilización de organizaciones sociales como el MTE en Argentina.

Como trabajo exploratorio inicial, este trabajo presenta en primer lugar avances en el estado del arte sobre el fenómeno y categoría de Turismo Político, sus antecedentes y características distintivas. Luego, se continúa con la caracterización del MTE y la economía popular como fenómeno, haciendo hincapié en su rama rural y la organización de circuitos socioeconómicos y productivos. Finalmente, se exploran las capacidades del MTE como atractivo turístico, para llevar adelante una iniciativa turística con tales características.

Turismo político

Si bien existen diversas y variadas definiciones de turismo, todas coinciden en que es un fenómeno que supone el desplazamiento de personas fuera de su lugar habitual de residencia, motivadas por diferentes cuestiones. Es esa motivación a desplazarse fuera de su lugar habitual, la que toma mayor relevancia a la hora de definir este tipo particular de turismo, y lo que la diferencia de otras tipologías similares.

El Turismo Político es una tipología definida como tal en los primeros años del siglo XXI, más allá de que en la práctica pueden identificarse diferentes ejemplos, desde la Guerra Civil española, la revolución comunista en China, la revolución cubana, la caída de la dictadura en Nicaragua, hasta el levantamiento Zapatista en México y la lucha del pueblo palestino por la determinación, como ejemplos más recientes. Acontecimientos que han producido la llegada de visitantes de todas partes del mundo, atraídos por diversas situaciones histórico-políticas que merecen su atención.

Ha sido una herramienta utilizada por movimientos y organizaciones sociales para aumentar su visibilidad y promover su internacionalización, transformándose en atractivos turísticos destinados a un tipo particular de turistas, quienes viajan motivados por el deseo de conocer movimientos sociales y políticos: sus prácticas de trabajo y de vida, su ideología, su forma de organización; y también por el deseo de conocer el sitio donde se está dando una situación político-social que merece su atención (Garralda, 2013, p.7).

Los turistas politizados se sienten atraídos también por situaciones de quiebre con lo establecido: revueltas populares, alzamientos de sectores marginados o desfavorecidos de la sociedad, etc. Es decir, lo que los moviliza a desplazarse son los deseos de conocer y explorar organizaciones y proyectos establecidos, o situaciones de crisis coyunturales específicas. Moynagh (2008, p.14) explicita que *político*, *politizado*, *piquetero*, *militante* y *revolucionario* son diferentes adjetivos que se utilizan para denominar a los viajeros que buscan participar o manifestar su solidaridad con las luchas políticas que tienen lugar en otras partes del mundo. A su vez, Perkowska (2010, p. 2) afirma que son turistas que cuestionan el orden mundial vigente, en este caso su definición pone en debate el término debido a la connotación negativa que produce asociándolo con la frivolidad. En el caso de Coronado (2008, p.54), utiliza el concepto *Turismo Politizado* e incluye este tipo de turismo dentro del “Turismo de Aventura”, a los individuos clasificados como adeptos a este tipo de actividad que estarían atraídos por la adrenalina de la guerra como fascinados por el peligro generado por la inestabilidad social y política. Dentro de los turistas politizados se encuentran personas pertenecientes a movimientos sociales, antiglobalización, anticapitalismo, grupos ecologistas y defensores de los derechos humanos. Balslev Clausen & Velázquez García (2012, p.15), desarrollan el concepto de turismo en experiencias revolucionarias, al que se

refieren como un subconjunto de actividades turísticas que está relacionado a las protestas sociales y las revoluciones. Allí prima el interés por conocer de cerca los intentos por concretar una utopía o un cambio social. Asimismo, en los últimos años, desde el espacio Beers & Politics (una página web dedicada a la comunicación política, con base en España pero con colaboradores en varias partes del mundo), se publicó un monográfico destinado a las personas interesadas en la política y viajes, en el cual se encarga de escribir sobre más de 30 ciudades en todo el mundo, se muestran los monumentos y lugares con mayor carga política, argumentando que la política no solo se hace en los parlamentos, sino también en las calles. En el caso de Argentina, Panthou (2018, pp. 84-89) describe algunos lugares como el Parque de la Memoria, el Museo Evita, la Casa Rodolfo Walsh, el Centro Cultural Haroldo Conti, entre otros. Unos de los principales antecedentes en América Latina donde se ha utilizado al turismo como una estrategia para hacer conocido un movimiento o situación política es el caso de Cuba, como exponen Balslev Clausen & Velázquez García (2012), ya que después de la revolución de 1959 se convierte en el principal destino turístico del Caribe. Esto fue posible ya que el gobierno revolucionario hizo del turismo uno de sus principales motores de desarrollo, generando acuerdo con países cercanos ideológicamente para que lleguen visitantes a la isla a conocer de cerca y ser testigos de los beneficios del socialismo, y también, poder beneficiarse económicamente de ello. Otro caso que resulta oportuno mencionar es el del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) y la realización de La Escuelita, en los años 2013-2014. Allí participaron más de seis mil personas que llegaron a Chiapas desde otras partes de México, y de diferentes partes del mundo. A cada estudiante se le asignó un tutor, y una familia con la cual compartía su vivienda y cotidianidad. Se realizaban trabajos comunitarios y se impartió información sobre gobiernos autónomos, participación de las mujeres y resistencia autónoma. Concha (2013) reconoce que la convocatoria llegó en un momento en que los movimientos, colectivos y organizaciones sociales tenían la necesidad de seguir entretejiendo sus saberes con los de pueblos que resisten ante un sistema de muerte que explota y excluye. Además de plantearse como una escuela de formación, uno de los objetivos de esta actividad fue dar a conocer la nueva etapa del EZLN, y que cada participante de la misma se encargue de compartir lo aprendido en su lugar de origen, se difundan los nuevos saberes y experiencias, para poder generar nuevas redes de lucha y apoyo a lo largo de todo el mundo. Ballesté (2017, p.53) afirma que es justamente con el EZLN en México que se vive el comienzo de los movimientos locales con un impacto global, donde por primera vez las reivindicaciones se manifestaron a través de muestras de solidaridad y de movilización alrededor del mundo. El autor menciona que las teorías sobre internacionalización y el transnacionalismo de los movimientos sociales surgen a finales del siglo XX con diferentes trabajos que estudian el componente, local y global, de los

movimientos contestatarios. Echart Muñoz (2008) coincide que es a partir de la década de los noventa cuando una nueva corriente de autores empieza a preocuparse por el papel de los movimientos sociales globales en la sociedad internacional. Son los movimientos sociales los que tratan de atraer nuevos activistas y recursos para la causa, creando marcos interpretativos, a través de sensibilización, campañas mediáticas, y manifestaciones.

Sousa Santos (2008, pp.169-170) plantea que el único modo eficaz y emancipador de enfrentar la globalización neoliberal es contraponer una globalización alternativa, una globalización contra-hegemónica que hay espacio para articulaciones nacionales y globales basadas en la reciprocidad y el beneficio mutuo. Esta nueva transnacionalización alternativa y solidaria se apoya ahora en la constitución de redes nacionales y globales donde circulan nuevas pedagogías, nuevos procesos de construcción, nuevos compromisos sociales, locales y globales. En ese marco de surgimiento de nuevos procesos y compromisos sociales, Scotto D'Abusco, Sosa y Icaza (2018, p.4) se cuestionan cuál es la función social del turismo y qué temáticas resultan estratégicas para su desarrollo, ya que, si bien el turismo es considerado como una actividad meramente mercantil, posee un rol activo de concientización, aprendizaje y reflexión social, cuestiones que están presentes transversalmente en todas las experiencias de Turismo Político.

Luego de abordar diferentes aspectos del Turismo Político, resulta interesante plantear diferencias y similitudes con otras tipologías existentes. En cuanto al Turismo Histórico como se entiende de manera más común, se establece una diferencia a partir de la contemporaneidad de los acontecimientos. El Turismo Histórico manifiesta como una de sus motivaciones principales visitar algún sitio donde ocurrió algo en el pasado, mientras que en el Turismo Político se busca conocer algo que está sucediendo en ese mismo momento. No se viaja por el deseo de conocer lugares donde sucedió algún hecho, sino por la aspiración de vivir personalmente ese hecho histórico, de formar parte de esa historia.

Teniendo en cuenta las motivaciones del viaje, se distingue el Turismo Político del Turismo Solidario, por ejemplo. Ya que en este último la motivación principal es ayudar, colaborar con personas que están en una situación de fragilidad o vulnerabilidad por el motivo que sea (una guerra, una catástrofe natural, o simplemente por ser sectores marginados de la sociedad). Este tipo de turismo se asocia más con la caridad y la filantropía. En cambio, el Turismo Político, si bien muchas veces se desarrolla entre sectores vulnerables, su motivación principal no es ayudar desinteresadamente sino colaborar y comprometerse en un sentido más amplio, con un proyecto o movimiento compartiendo ideales, pensamientos y acciones (Garralda, 2013, pp.17-18).

En el caso del Turismo Comunitario (Turismo de Base Comunitaria o Turismo de Base Local), se observan similitudes con el Turismo Político, sobre todo en relación al territorio, el sentido de pertenencia a la comunidad y el

fortalecimiento de la identidad local. Según Orlando (2022, p.6), que retoma a la OMT (2005), desde el Turismo Comunitario, los viajes que se realizan se convierten en una especie de homenaje a la territorialidad, donde se da una apertura auténtica a la iniciación de diálogos. Reforzando este sentido, Cabanilla (2018, pp.7-8) identifica como elemento en común a las definiciones de Turismo Comunitario la utilización del turismo como herramienta para el rescate del territorio comunitario, concibiendo al turismo como una actividad que refuerza la pertinencia territorial a la comunidad, dándole un valor de uso, como una declaración que garantiza su propiedad y usufructo.

La economía popular y el movimiento de trabajadores excluidos (MTE)

La economía popular es definida por Grabois y Pérsico (2015, p.33) como los procesos económicos inmersos en la cultura popular, basados en medios de trabajo accesibles y al trabajo desprotegido. Los autores afirman que la economía popular tiene una característica que la distingue: los medios de trabajo están en el seno del pueblo, en el barrio, en la calle, entre los vecinos, en la naturaleza; no son propiedad de ningún capitalista. Explican que todos los trabajos que forman parte de la economía popular se realizan en lo que denominan “unidades económicas”, que son el conjunto de los medios de trabajo necesarios para generar ingresos. Algunos ejemplos de unidades económicas son: cooperativas, empresas recuperadas, emprendimiento familiar y trabajo por cuenta propia, talleres familiares, trabajo doméstico y del cuidado, núcleo de agricultura familiar, comunidad campesina, unidades de servicios comunitarios, entre otras.

Chena (2022, p.10) identifica a la economía popular como la principal forma de trabajo en los sectores populares de la Argentina, entendiéndose como un planteamiento económico, político y ético gestado en el seno de un sujeto trabajador de origen popular, que se inventó un nuevo modo de producción auto organizado, reivindicando los saberes populares y colocando el trabajo como ordenador.

Uno de sus principales objetivos es generar ingresos familiares para subsistir por medio de la producción y venta de bienes y servicios, así como también, a través del desarrollo de tareas comunitarias de cuidados, asistencia sanitaria, educativas, deportivas, culturales o de mejora ambiental. En lo referente al consumo, la economía popular busca desarrollar un consumo social responsable y sustentable, frente a la necesidad de consumo acelerado y despiadado al que se ve obligada la economía capitalista para incrementar su productividad. En su dimensión política, la economía popular promueve la organización del poder popular para defender, reivindicar y revalorizar un trabajo basado en saberes populares, relacionados sobre todo a oficios, los cuales se han ido desvalorizando socialmente.

En cuanto al surgimiento de la economía popular, Maldovan Bonelli (2018) manifiesta que los cambios operados en el orden global en los últimos decenios han llevado a fuertes reconfiguraciones en los mercados de trabajo de las distintas naciones e impusieron nuevas dinámicas de integración social atravesadas por la flexibilidad y la precariedad laboral en los distintos órdenes de la existencia. Las consecuencias más visibles de las nuevas formas de organización de la producción y el trabajo –focalizadas en la descentralización, la subcontratación y la flexibilidad– han sido una creciente desigualdad en la distribución de los ingresos y, junto a ello, la exclusión de cientos de miles de personas del acceso a las vías tradicionales de integración social; entre ellas, el trabajo formal y estable cobra especial relevancia. El desarrollo del concepto de “economía popular” buscó, a partir de la década de 1980, establecer un cambio de paradigma en las formas de abordaje de las prácticas económicas de los sectores populares, partiendo de una mirada crítica hacia aquellos enfoques que tradicionalmente se habían dedicado al abordaje del sector.

En nuestro país, uno de los principales movimientos que se enmarca dentro de la economía popular es el Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE), una organización social surgida a principios del nuevo milenio, luego de la gran crisis económica y social que tuvo lugar en Argentina en los años 2001-2002. Específicamente surge en el año 2002 en la ciudad de Buenos Aires, a partir de la organización de familias cartoneras con el objetivo de defender su trabajo de la persecución de la policía y la prohibición de la actividad, entre otras cuestiones. El movimiento nuclea a miles de personas que fueron descartadas del mercado laboral formal como consecuencia de los distintos gobiernos neoliberales del país. Se inventaron su propio trabajo en la economía popular para subsistir y encontraron en la organización colectiva una forma de dignificar su trabajo y sus condiciones de vida. De esta forma, fundaron cooperativas y unidades productivas para organizar el trabajo de forma colectiva. Tienen diferentes ramas, tales como cartoneros/as, construcción, textil, liberados/as, mujeres y diversidades, socio comunitarias, espacios públicos, vientos de libertad y rural. Esta última rama surge a fines del 2015, a partir del proceso de organización de pequeños productores/as en La Plata (Buenos Aires), nuclea a 30.000 familias agricultoras, campesinas e indígenas distribuidas a lo largo de 20 provincias, que realizan un trabajo cooperativo integral: desde la producción, el acopio y empaque, el agregado de valor, hasta la distribución y la comercialización. Una gran mayoría se dedica a la producción de hortalizas en los cinturones verdes de los principales centros urbanos del país como La Plata, Berazategui y Varela; Junín, Luján y General Rodríguez; Mar del Plata; Bahía Blanca (provincia de Buenos Aires); General Pico (La Pampa); Córdoba; Rosario (Santa Fe); Tucumán; Salta; Jujuy; Corrientes; Entre Ríos; Trelew (Chubut); Mendoza; valle medio e inferior del Río Negro. Por otro lado, hay productores que se dedican a la ganadería, ya

sea cría de vacas en la provincia de Buenos Aires y La Pampa, como de cabras y chivas en el noroeste (La Rioja, Córdoba, Chaco, Santiago del Estero) y ovejas en el noreste y sur del país (Corrientes, Río Negro, Neuquén). En la provincia de Entre Ríos también se encuentran organizadas cooperativas de pescadores artesanales.

El modelo de agricultura familiar del MTE defiende el territorio y lucha por la soberanía alimentaria del pueblo. La mayoría de los productores y productoras no son dueños de la tierra en la que trabajan, o en el caso de los pueblos originarios, su territorio está en constante disputa, es por eso que lograron organizarse para unificar demandas y luchar colectivamente por sus derechos. Actualmente cuentan con decenas de cooperativas en todo el país y disponen de un puesto en el Mercado Central de Buenos Aires desde donde comercializan 1.200 toneladas de hortalizas mensuales. Además, construyeron una herramienta de comercialización llamada *Pueblo a Pueblo*¹, que acerca mensualmente 40.000kg de alimentos frescos y agroecológicos del productor al consumidor. El objetivo de dicha herramienta es comercializar productos cooperativos a precios justos sin intermediarios, y son los nodos de cercanía el puente para democratizar el acceso a los alimentos. Plantean, a su vez, que es una necesidad profundizar la lucha y la unidad para seguir enfrentando el hambre y la inflación, en defensa de la soberanía y para avanzar en las transformaciones integrales que pueden terminar con estas injusticias.

Según Pastore (2022, p.158), esta herramienta de comercialización se ubica dentro de la clasificación de circuitos socioeconómicos de cercanía o circuitos cortos de comercialización, ya que implica una vinculación más directa entre pequeñas unidades productivas agroalimentarias con personas o familias que buscan acceder a un mejor consumo alimentario. Se realiza principalmente a través de ferias de vinculación directa entre la producción y el compra para el consumo alimentario (ferias de la agricultura familiar o de la economía popular y solidaria; puntos de venta directa en el territorio o en un local, mercados de cercanía, almacenes populares o autogestivos, comercializadoras de intermediación solidaria, con entrega a domicilio o con puntos territoriales de organización del consumo; etc.). Ello favorece el hecho que en dichos circuitos, se disminuye la cantidad de intermediarios y se genera una mayor cercanía geográfica y vincular entre los actores participantes, tanto del lado de la producción como del consumo alimentario.

El elemento fundamental que define a estos circuitos es “que las relaciones y flujos económicos de producción-circulación-distribución-consumo-desecho vinculados a los mismos, implican un amplio impacto positivo y opuesto a otros tipos de circuitos alimentarios dominantes” (Pastore, 2022, p.157). Los circuitos socioeconómicos contribuyen a mejorar el acceso a la alimentación saludable como un derecho- resignificando el consumo-, y a potenciar las condiciones de trabajo, producción e ingresos de pequeñas y medianas

1. <https://puebloapueblo.com.ar/>

unidades socioeconómicas de la agricultura familiar, MiPyMEs locales y cooperativas alimentarias.

Fernández (2021) plantea que este tipo de comercialización no busca la acumulación ampliada de ganancias, pero es necesario que las experiencias sean sustentables tanto para la oferta como para la demanda. Desde *Pueblo a Pueblo* se refieren a la constitución de “precios justos”, lo cual tiene un carácter político antes que estrictamente técnico o científico, pero se estima como “justo” un precio que sortea las largas cadenas de intermediación o la tasa media de ganancia que las grandes empresas tienen como parámetro. Chena (2022, p.14) remarca que se utiliza el principio del precio justo en la comercialización de bienes y la distribución de los ingresos para asegurar un ingreso digno para el trabajador-productor, y para generar una mayor accesibilidad de la comunidad que garantice la reproducción social.

A su vez, se proponen nuevas formas de entender el consumo, al buscar respetar la periodicidad y disponibilidad de las verduras en las quintas, antes que la productividad constante que surge del modelo hegemónico del invernáculo. Este tipo de comercialización representa una práctica de la construcción de mercados que pone en cuestión la necesidad de repensar las formas de producir y consumir alimentos en un escenario en donde se resalta su esencialidad para la sociedad, y también permite reflexionar sobre los alcances de los circuitos alternativos, y el rol de las organizaciones (y también del sector público) para garantizar su sostenimiento. Lo importante es que estas iniciativas socioeconómicas y formas alternativas de producción y consumo, representan respuestas innovadoras y genuinas en múltiples territorios, ante los efectos perjudiciales de los sistemas alimentarios dominantes (Pastore, 2022, p.155).

El MTE como atractivo turístico

Según el Diccionario Enciclopédico de Ecología & Turismo (2000), un atractivo turístico es un lugar, objeto, equipamiento o evento que, solo o en conjunto, puede atraer visitantes. Puede ser natural, cultural, histórico, recreativo o incluso intangible (como la gastronomía o las tradiciones). Dentro de la planificación turística, motivan el movimiento de visitantes regionales, nacionales o internacionales o sirven como complemento a otro atractivo.

Como se ha mencionado anteriormente, el MTE por sus características, acabó convirtiéndose en un elemento motivador de visitas, un recurso turístico generador de desplazamientos de visitantes constituyendo una base para su construcción como atractivo turístico. Recibe visitantes, quienes llegan a conocer la organización a través de una red de contactos, conexiones y relaciones que se han construido a lo largo del tiempo con organizaciones y

movimientos de varias partes del país y el mundo. Sin embargo, conocer el movimiento no es el motivo principal de estos visitantes, sino que llegan por otros motivos, tales como ocio, congresos y convenciones, visitas a familiares y amigos/as, entre otros.

Es por eso que, considerando las definiciones planteadas sobre el Turismo Político, sus características y motivaciones, es posible sugerir que el armado de una propuesta de este tipo de turismo puede contribuir a la visibilidad de la organización. Si bien este artículo forma parte del inicio de una investigación, es posible identificar algunos elementos interesantes para poder profundizar posteriormente.

Como hemos expuesto, los turistas políticos viajan motivados por el deseo de conocer movimientos sociales y políticos: sus prácticas, su ideología, su forma de organización; y también viajan por el deseo de conocer el sitio donde se está dando una coyuntura o situación político-social que merece su atención. En el caso del MTE, se considera que los siguientes aspectos son elementos principales que lo posicionan como un atractivo para turistas políticos:

1. Historia de lucha y conquista de derechos

Desde sus comienzos con el grupo de cartoneros en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires hasta hoy, el movimiento ha recorrido un largo camino de movilizaciones, luchas y conquistas. Algunos de sus principales avances y logros en materia de ampliación de derechos para las clases populares son: el reconocimiento de la actividad del reciclado y la creación de un sistema de recolección con inclusión social, a partir de la Ley 1.854 de Basura Cero en el año 2005 (con el MTE a través de la cooperativa “Amanecer de los Cartoneros” a la cabeza); el armado -junto con otras organizaciones sociales- de la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP) en 2011, recientemente transformada en sindicato como Unión de Trabajadores de la Economía Popular (UTEP) en 2019; la construcción de una mutual propia, *Senderos*, que en 2016 inició los trámites para convertirse en la Obra Social de los Trabajadores de la Economía Popular (OSTEP); la primera movilización de San Cayetano, en agosto del 2016, encabezada por la CTEP junto con otros movimientos sociales, con la consigna de “Pan, paz, tierra, techo y trabajo”. Dicha movilización puso en la agenda pública las demandas de la economía popular, lográndose a fines de 2016 la sanción de la Ley de Emergencia Social, a partir de la cual se destinaron fondos para el sector y se crearon tres nuevas instituciones de la seguridad social: el Registro De Trabajadores de la Economía Popular, el Salario Social Complementario, y el Consejo de la Economía Popular. En este período también tuvieron lugar otras conquistas, tales como la creación del Registro Nacional de Barrios Populares (ReNaBaP),

la sanción de la ley de integración socio urbana de barrios populares (Ley 27.453) y la inclusión al sector de la economía popular en el Consejo Nacional del Empleo, la Productividad y el Salario Mínimo, Vital y Móvil. Estos son solo algunos ejemplos para ilustrar el largo recorrido que ha transitado el MTE, desde que comenzó su historia a principios de la década del 2000, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con un grupo de recicladores urbanos, hasta el día de hoy, siendo un movimiento con presencia en la mayoría de las provincias del país, agrupando y organizando a miles de personas.

2. Marco ideológico

Otro aspecto que resulta interesante resaltar como uno de los atractivos del MTE es su marco ideológico, es decir, las ideas que lo rigen y los motivos de su lucha.

Se da principalmente en tres terrenos: el reivindicativo (tiene por objetivo mejorar la situación de los trabajadores excluidos obteniendo avances económicos, mejores condiciones de trabajo, mejores medios de producción, entre otros), el ideológico (es la lucha por las ideas y por la cultura) y el político (es la lucha por el poder del Estado, tanto para conseguir un gobierno popular –es decir que el gobierno esté en manos de los sectores populares– como para incidir en él).

El objetivo del MTE es transformar la realidad para poder garantizar a las futuras generaciones los tres derechos básicos para el Desarrollo Humano Integral: la *Tierra*, el *Techo* y el *Trabajo*. En cuanto al eje *Tierra*, se lucha por la desconcentración de la tierra y reforma agraria. Este es uno de los temas más complejos y sensibles de la rama rural y las familias productoras, ya que la mayoría no son dueños de la tierra en la que trabajan, o en el caso de los pueblos originarios, su territorio está en constante disputa. El arrendamiento de las tierras genera altos costos en la producción y no permite el acceso a una vivienda digna. El debate sobre la reforma agraria se impulsa desde un conjunto de organizaciones y referentes sociales, remarcando la necesidad de establecer una política de distribución de tierras. Se plantea que ese debate es necesario en nuestro país, ya que la actual distribución de la tierra es hereditaria de una contrarreforma agraria específica, sobre la que se montó el «modelo agroexportador», proviene de las expropiaciones realizadas en nombre del «orden y el progreso» con el que la llamada «generación del 80» justificó las campañas a los territorios indígenas. Es por eso que tal debate se considera una necesidad imperiosa, ya que un proyecto popular debe fortalecer a las diferentes fracciones de la clase trabajadora, y construir un modelo de desarrollo agrario popular es central para un proyecto de país soberano, independiente y con justicia social y ambiental. A su vez, esta temática resulta particularmente interesante, ya que es un debate que han atravesado

diferentes países que han sido receptores de turistas políticos, tales como Cuba, China, México, Vietnam, entre otros. En menor o mayor medida, estos países han podido llevar adelante diversas experiencias de reformas agrarias y repartición de tierras, y eso ha sido parte de las motivaciones de este tipo de turistas para visitar tales sitios.

En cuanto al eje *Techo*, se lucha por un desarrollo integral del hábitat digno y la integración urbana de los barrios populares. A partir del acumulado de diferentes experiencias de vecinos y organizaciones populares, las organizaciones sociales han desarrollado el Plan de Integración Socio Urbana², una política universal que permita el acceso a los servicios básicos, una vivienda adecuada, seguridad en la tenencia y la infraestructura necesaria para un vivir dignamente. A su vez, se plantean diversas propuestas tales como: la creación de centros integradores en las grandes ciudades del país, siguiendo el modelo de integración comunitaria, para dar una respuesta de emergencia para las personas en situación de calle; el Programa Lotes con Servicios, que se propone dar respuesta a la necesidad de suelo urbanizado de calidad, con buena localización y a precios accesibles, de las familias de menores recursos que no cuentan con vivienda propia, y se encuentran en situación de desempleo y exclusión; y la creación de centros integradores en las grandes ciudades del país, siguiendo el modelo de integración comunitaria, para dar una respuesta de emergencia para las personas en situación de calle y una línea de subsidios para situaciones de emergencia habitacional. En lo referente a la rama rural, este eje también tiene mucha relevancia, ya que la mayoría de las familias integrantes de esta rama no tienen acceso a una vivienda digna, ya que sus casas son en general muy precarias, construidas de madera y plásticos o chapas, con bajo acceso a servicios básicos.

Referente al último eje, el *Trabajo*, tal como se denomina el mismo movimiento, son los y las trabajadores/as excluidos/as del sistema formal quienes conforman la organización, es por ello que una de sus principales luchas es el reconocimiento de tales trabajadores, de su actividad y sus derechos laborales. Se lucha por el desarrollo integral del sector de la economía popular, definiéndola como los procesos económicos inmersos en la cultura popular, basados en medios de trabajo accesibles y al trabajo desprotegido. Algunas de sus reivindicaciones son: i) Salario Mínimo Vital y Móvil para todos; ii) todas las asignaciones familiares; iii) jornada de trabajo máxima de ocho horas diarias; iv) vacaciones pagas y v) descanso dominical, obra social (seguro de salud), seguro de riesgos de trabajo o accidentes, condiciones dignas e higiénicas de labor, turismo, esparcimiento y deporte popular, derecho a formar sindicatos. Son cuestiones que pueden parecer lógicas en el mercado de trabajo formal, pero para la economía popular son derechos todavía no conquistados (o parcialmente), por los cuales se lucha día a día.

Otra cuestión que resulta interesante plantear en cuanto al marco ideológico del MTE, y de la rama rural específicamente es su lucha por la transición

2. <https://mteargentina.org.ar/wp-content/uploads/2019/12/PBG.pdf>

agroecológica y buenas prácticas agrícolas, enfoques que priorizan la optimización de la productividad del sistema, a partir de mejorar el aprovechamiento de los recursos y obtener rendimientos suficientes para garantizar la calidad de vida de la familia productora. Se trata de lograr un equilibrio en el manejo del agro ecosistema que permita minimizar varios de los problemas que se presentan, a partir del diseño de agriculturas biodiversas, sustentables, resilientes y eficientes (Marasas, 2012). Desde hace ya algún tiempo, conjuntamente con instituciones, universidades y organizaciones se está trabajando para promover e implementar alternativas al modelo productivo, entre las cuales está la transición hacia una producción agroecológica. Se han desarrollado instancias de promoción, difusión y capacitación técnica, creación de redes e incidencia en las políticas públicas, así como la introducción de este enfoque en instancias de formación docente y profesional. También se está desarrollando una red de biofábricas³ para reemplazar insumos químicos, elaborados por productores/as asesorados por técnicos/as quienes les acompañan en el proceso y brindan formaciones sobre los agroquímicos y su efecto en el ambiente y en la salud, y su reemplazo por bioinsumos, como herramientas para la transición agroecológica.

3. Organización y formas de trabajo

Si bien cada rama y espacio tiene su propia dinámica, en general la organización del Movimiento se realiza a través de asambleas de base, la cual sucede, al menos, una vez al mes, y es allí donde se intercambia y debate información relacionada con la política sectorial y la situación del movimiento. Cada asamblea de base cuenta con delegados y delegadas de diferentes áreas de trabajo, que se encargan de proponer y realizar distintos proyectos productivos. Si bien las áreas tienen una representación y planificación a nivel nacional, su agenda, actividades y prioridades se van definiendo en función de la realidad local. En el caso de la rama rural, las áreas de trabajo son: comercialización, administración, tesorería, proyectos y gestiones, género, agroecología, juventud y salud. A su vez, cada grupo de base cuenta con roles de coordinación política, quienes integran la mesa de conducción política a nivel regional, junto a delegados/as de otras ramas. A principios de cada año se realiza un plenario anual donde se trazan los lineamientos generales del Movimiento para la rama, y se establecen los objetivos de trabajo de cada una de las áreas. A nivel nacional, en el MTE existen tres instancias anuales de plenario, en la que participan referentes de todas las provincias y ramas para discutir y analizar la situación del país y del sector, evaluar los acontecimientos y proyectar lo que se viene. De forma trimestral se realizan mesas nacionales en las cuales los representantes de la rama rural discuten la coyuntura política nacional y regional, y los planes de lucha.

3. [https://bichos campo.con/el-mte-rural-armó-una-red-de-biofabricas-para-reemplazar insumos-quimicos-y-apuntalar-la-transición-de-sus-pequeños-productores-hacia-la agroecología-como-funciona/](https://bichos campo.con/el-mte-rural-armó-una-red-de-biofabricas-para-reemplazar-insumos-quimicos-y-apuntalar-la-transición-de-sus-pequeños-productores-hacia-la-agroecología-como-funciona/)

4. Escuela Nacional de Organización Comunitaria y Economía Popular

Por último, resulta oportuno mencionar la existencia de la Escuela Nacional de Organización Comunitaria y Economía Popular (ENOCOP), un espacio de formación con el objetivo de fortalecer a los movimientos populares contribuyendo a la formación de trabajadores y trabajadoras de la economía popular, dirigentes y militantes. Actualmente existen cuatro sedes en San Martín de los Andes (Neuquén), Isla Silvia (Tigre, Buenos Aires), Tilcara (Jujuy), y Puerto Libertad (Misiones), donde se ofrecen cursos de formación profesional en oficios, trabajo, organización comunitaria y economía popular. Las sedes cuentan con amplia infraestructura, salones donde se desarrolla el dictado de la formación, espacios comunes de usos múltiples, y, en alguna de ellas, también cuentan con dormís y demás espacios para brindar alojamientos a quienes participan de la escuela. La escuela resulta sumamente interesante ya que, por un lado, el curso de formación sobre economía popular es un atractivo en sí para los turistas políticos, quienes tienen particular interés por este tipo de temáticas, y además, porque las sedes funcionan en lugares maravillosos por su riqueza natural, su historia, su valor productivo y simbólico, intentando democratizar el acceso a ciertos espacios, que muchas veces quedan reservados solo a quienes tienen los recursos para acceder a ellos.

Se considera que los aspectos anteriormente mencionados son elementos significativos para poder pensar en el armado de una propuesta turística que tenga el objetivo de aumentar la visibilidad de la organización, considerando, tal como lo hacen Scotto D'Abusco & Sosa (2018, pp.17-41) la perspectiva del turismo como herramienta de recuperación socio-histórica, disputando el sentido a la historia oficial. Al tratarse de trabajadores que han sido excluidos del circuito del trabajo formal, provenientes en su mayoría de sectores marginados, el turismo actúa como dispositivo y herramienta de intervención en pos de la inclusión y la integración social, en el cual, los miembros del Movimiento pueden crear experiencias revalorizando la identidad colectiva y popular, tal como plantean las autoras.

Se puede pensar en el armado de una experiencia turística que contemple la participación e involucramiento de los visitantes en: i) un espacio teórico-formativo, a cargo de la ENOCOP, donde se impartan saberes referidos a la economía popular; ii) conocimiento in situ de los territorios de actuación (cordones frutihortícolas, campos, invernáculos, centros de acopios, cooperativas, ferias, entre otras) y colaboración con trabajos de campo; iii) participación de instancias colectivas de debates y toma de definiciones, tales como asambleas, plenarios y mesas de coordinación política u iv) participación en instancias de lucha, tales como manifestaciones, huelgas y otras instancias de reclamos.

Se considera que este tipo de experiencias de turismo político ayudarán, por un lado, al fortalecimiento de la identidad del movimiento, valorización

del territorio de actuación y de su historia de lucha, así como también, ayudarán a aumentar la visibilidad de la organización, tanto a nivel nacional como internacional.

Conclusiones preliminares

En el presente artículo se ha desarrollado una exploración a una temática poco conocida y estudiada como es el Turismo Político, indagando sobre la posibilidad del armado de una experiencia turística transformadora en el marco de la economía popular y el MTE (a quienes se ha historizado y caracterizado), haciendo foco en su rama rural. Se han podido identificar aspectos centrales a la hora de poder considerar al MTE como atractivo turístico, teniendo en cuenta los intereses y motivaciones de los turistas políticos. Si bien el presente artículo es parte inicial de una investigación de una tesis de maestría, se puede anticipar que hay diversos motivos por los cuales es posible pensar que el movimiento tiene capacidades suficientes para llevar adelante una iniciativa turística, contribuyendo así a la visibilidad de la organización. Aunque los intereses y motivaciones de los turistas políticos han ido variando, dependiendo el lugar y contexto histórico-social donde se ha desarrollado, se identifican, *a priori*, elementos significativos que posee el MTE para llevar adelante una propuesta de Turismo Político. Elementos que tienen que ver con su historia de lucha, su marco ideológico y su forma organizativa, pero también con su relación con la lucha por el territorio, la construcción de una identidad popular y la resignificación del trabajo.

Ahora bien, para poder pensar y desarrollar esa iniciativa, con el objetivo de generar una experiencia significativa, es necesario contar con un análisis conjunto y recíproco de los agentes sociales involucrados, teniendo en cuenta que el turismo genera impactos tanto en los visitantes como en los locales. Por esta cuestión, queda como tarea futura indagar hacia el interior de la organización, conocer qué piensan sus integrantes, qué aspectos consideran importantes a la hora de presentarles a organización a un visitante, que pretenden obtener de esa experiencia, con qué recursos reales se cuenta, mediante qué medios se haría la difusión, a quienes estará destinada, entre otros interrogantes que se intentarán responder a lo largo de la investigación más adelante.

Bibliografía

Alonso, J. (2023). La territorialización de las políticas públicas en la economía popular rural: el caso de los/as productores/as frutihortícolas de la Regional Oeste del AMBA de la rama rural del MTE. [Tesis de grado]. Universidad Nacional de Luján. Disponible en: <https://ri.unlu.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/rediunlu/2526/05%20-ALONSO%2c%20JOSEFINA%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [2024,19 de septiembre].

Balslev Clausen, H. & Velázquez García, M.A. (2013). Turismo de experiencias revolucionarias: Christiania, Dinamarca, y San Cristóbal de las Casas, México. Ciudades de Turismo. El siglo XXI y los procesos del turismo: Nuevos turistas, nuevos destinos, México.

Ballesté Isern, E. (2017). Espacios migrantes y nuevos movimientos sociales: el caso de Marea Granate. Disparidades. Revista De Antropología, 72(1), 51–57. Disponible en: <https://dra.revistas.csic.es/index.php/dra/article/view/532>. [2024,20 de septiembre].

Bordas, E. (2003). Hacia el turismo de la sociedad de ensueño. Nuevas necesidades de mercado. [Conferencia en línea]. Inauguración del primer semestre del curso 2002-2003 de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC. Disponible en: <https://www.uoc.edu/dt/20219/>. [2024,19 de septiembre].

Cabanilla, E. (2018). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. Siembra. 5(2), 121-131. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=653868369011>. [2025,21 de marzo].

Chena, P. (2022). Economía popular: Un modo de producción que puja por desarrollarse. Realidad económica 52(351), 9-32. Disponible en: https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.17326/pr.17326.pdf. [2025,20 de marzo].

Concha, M. (31 de agosto de 2013). La escuelita Zapatista. La jornada. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2013/08/31/opinion/017a2pol>. [2024,25 de septiembre].

Coronado, G. (2008). Insurgencia y turismo: reflexiones sobre el impacto del turista politizado en Chiapas. Revista Pasos, 6 (1), 53-68. Disponible en: https://pasosonline.org/es/component/sobipro/274-insurgencia_y_turismo_reflexiones_sobre_el_impacto_del_turista_politizado_en_chiapas?Itemid=0. [2024 ,20 de agosto].

Echart Muñoz, E. (2008). Movimientos Sociales Y Relaciones Internacionales. La irrupción de un nuevo actor. Catarata. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3149869>. [2024,15 de septiembre].

Fernández, L. F. (2021) Caracterización de la comercialización de bolsones agroecológicos. Estudio de caso en La Plata, 2019-2020. Revista Huellas, 25(1). Disponible en: <https://cerac.unlpam.edu.ar/index.php/huellas/article/view/5608/6756>. [2024,20 de septiembre].

Garralda, C. (2013). Turismo político en América Latina, Los caracoles del EZLN como atractivos turísticos y el rol de las Tics en su difusión. [Tesis de grado, Universidad Nacional de La Plata]. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/139577>. [2024,2 de septiembre].

Grabois, J; Pérsico, E. (2015). Trabajo y organización en la economía popular. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CTEP - Asociación Civil de los Trabajadores de la Economía Popular.

Icaza, C.; Scotto D'Abusco, D & Sosa, M. (2018) La función social del turismo: nuevas tendencias que exceden al mercado. Con información. Año 8, 65, p. 3. Disponible en: <https://coninformacion.undav.edu.ar/452.html>. [2025,19 de marzo].

Lazarte, J.; Tóffoli, M.; Ambort, M.; García, M.; Roca Pamich, B. (2020). La organización de la patria precarizada: Apuntes para pensar la economía popular a partir de la experiencia del Movimiento de Trabajadores Excluidos. Tricontinental, Instituto de Investigación Social. En Memoria Académica. Disponible en: <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.5753/pm.5753.pdf> [2024,13 de agosto].

Maldovan Bonelli, J. (2018). La economía popular: debate conceptual de un campo en construcción. Universidad Metropolitana para la Educación y el Trabajo. Disponible en: <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/148203>. [2024,17 de agosto].

Marasas, M; Cap, G; De luca, L; Pérez, M & Pérez, R. (2012) El camino de la Transición agroecológica. Ediciones INTA. Disponible en: <https://repositorio.inta.gob.ar/xmlui/handle/20.500.12123/15683>. [2024,20 de septiembre].

Movimiento de Trabajadores Excluidos (2019). Programas de buen gobierno. Disponible en: <https://mteargentina.org.ar/wp-content/uploads/2019/12/PBG.pdf>. [2024,17 de agosto].

Moynagh, M. (2008). Political Tourism and Its Texts. Canadá: Universidad de Toronto.

OMT-Organización Mundial del Turismo (2005). Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos - Guía práctica. Madrid: Organización Mundial de Turismo.

Orlando, S. (2022). Sentido de pertenencia mediante la práctica del turismo comunitario. Estudio de caso Amaicha del Valle, provincia de Tucumán, Argentina. Estudios Socioterritoriales, 32, 12. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.37838/unicen/est.32-132>. [2025, 19 de marzo].

Panthou, I. (2018). Buenos Aires. En A. Comes (coord.) Bpolitics magazine, 1(2), 84-89. Disponible en: <https://beersandpolitics.com/monografico-02-turismo-politico>. [2024,5 de agosto].

Pastore, R. (2022). Crisis alimentaria y circuitos socioeconómicos de la economía popular, social y solidaria. Otra Economía, 15(28), 146-165. Disponible en: https://www.revistaotraeconomia.org/index_php/otraeconomia/article/view/15000. [2025,20 de marzo].
Pellegrini Filho, A. (2000). Dicionário Enciclopédico de Ecologia & Turismo. São Paulo, Manole.

Pereiro, X. & Fernandes, F. (2018). Antropología e Turismo: teorías, métodos e praxis. Tenerife: Pasos.

Perkowska, M. (2010). De la historia (narración) a la memoria (fragmento): la Revolución Sandinista en la obra de Susan Meiselas. Istmo, 20. Disponible en: <http://istmo.denison.edu/n20/articulos/2.html>. [2024,3 de agosto].

Rivera, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. Cátedra Intercultural (Eds). Jornadas sobre Investigación e Innovación para la Interculturalidad. 199-217. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4768331>. [2024,17 de agosto].

Rueda Barrios, O. (2013). Los movimientos sociales en la sociedad red: de identidades de resistencia a sujetos transformadores. Revista UIS, 41(2), 65-78. Disponible en: <https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistahumanidades/article/view/4930/5048>. [2024,15 de septiembre].

Scotto D'Abusco, D. & Sosa, M. (2018). El turismo como herramienta de recuperación de la memoria socio-histórica: prácticas pre-profesionales en el conurbano, en Giordano, Carlos José y Morandi, Glenda (comps.). Memorias de las 2º Jornadas sobre las Prácticas Docentes en la Universidad Pública. La enseñanza universitaria a 100 años de la reforma: legados, transformaciones y compromisos. Universidad Nacional de La Plata: La Plata. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/81182>. [2025,19 de marzo].

Sousa Santos, B. (2008). El rol de la universidad en la construcción de una globalización alternativa. La educación superior en el mundo: Educación superior, Nuevos retos y roles emergentes para el desarrollo humano y social. Global University Network for Innovation. 169-171. Disponible en: <https://upcommons.upc.edu/handle/2099/7981>. [2024,15 de septiembre].

Stédile, J.P. (2020). Experiencias de reforma agraria en el mundo. Ciudad autónoma de Buenos Aires: Batalla de Ideas.

El turismo cinegético en La Pampa: expansión capitalista y estrategia de diversificación productiva

Hunting tourism in La Pampa: capitalist expansion and productive diversification strategy

María Eugenia Comerci¹

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas /
Universidad Nacional de La Pampa
Argentina
eugeniacomerci@gmail.com

Resumen

En el marco de la expansión capitalista y avance del extractivismo, la provincia de La Pampa (Argentina) se posiciona como la primera productora de cotos de caza y campos inscriptos con casi quinientos establecimientos dedicados a esta actividad, gran cantidad de trofeos y personas vinculadas al turismo cinegético. Estos procesos producen diversas prácticas productivas que suponen un entramado de redes. En este contexto se propone abordar qué estrategias desarrollan, en torno al turismo cinegético, las operadoras pampeanas en la actualidad. Se utilizaron distintos materiales empíricos que incluyen los folletos de promoción de la caza y la actividad cinegética, datos estadísticos, legislación provincial y nacional sobre caza, e informes públicos sobre

Abstract

In the context of capitalist expansion and the advance of extractivism, the province of La Pampa (Argentina) has positioned itself as the leading producer of registered hunting reserves and fields, with nearly 500 establishments dedicated to this activity, a large number of trophies, and people linked to hunting tourism. These processes produce diverse productive practices that represent a network of networks. In this context, we propose to address the strategies currently developed by operators in La Pampa regarding hunting tourism. Various empirical materials were used, including brochures promoting hunting and hunting activities, statistical data, provincial and national hunting legislation, and public reports on the

1. Profesora Asociada Regular de Geografía de Argentina. Investigadora Independiente del CONICET. Las reflexiones en este trabajo se enmarcan en el proyecto de investigación titulado: Políticas públicas y acciones colectivas en contextos de avance de fronteras. Estudios de caso en la provincia de La Pampa, dirigido por la autora y radicado en la Universidad Nacional de La Pampa, Facultad de Ciencias Humanas (Resolución N° 230 CD 2024).

la actividad. Asimismo, se realizaron entrevistas a propietarios de cotos, guías de caza matriculados, operadores cinegéticos y salidas a campo entre los años 2013 y 2024. La investigación indica que el avance de estos establecimientos coincide con el proceso de extranjerización de tierras y la llegada de nuevos agentes, con perfil empresarial, y, muchos de ellos, articulados con redes globales. Se pueden diferenciar distintas estrategias en torno al turismo cinegético que incluyen al “paquete” de la caza con todo el proceso productivo, en lo que denominamos “hunting ranch”, operadoras del turismo rural y pequeñas y medianas explotaciones que realizan el turismo cinegético como forma de diversificación productiva.

Palabras clave: Turismo cinegético; Operadoras; Estrategias.

activity. Interviews were also conducted with hunting reserve owners, licensed hunting guides, and hunting operators, and field trips were conducted between 2013 and 2024. The research indicates that the growth of these establishments coincides with the process of foreign land ownership and the arrival that of new players with business profiles, many of whom are connected to global networks. Different hunting tourism strategies can be identified, including the hunting “package” with the entire production process in what we call a “hunting ranch,” rural tourism operators, and small and medium-sized farms that use hunting tourism as a form of productive diversification.

Keywords: Hunting tourism; Operators; Strategies.

Introducción

El extractivismo es un concepto que ayuda a explicar el saqueo, acumulación, concentración y devastación (neo) colonial. No se limita a la acumulación y extracción de los recursos minerales o hidrocarburíferos, pues existen modalidades de extractivismo agropecuario, forestal, pesquero, e inclusive turístico (Acosta, 2016). En plena expansión del capital, la provincia de La Pampa se posiciona como la primera productora de cotos de caza y campos inscriptos -con casi quinientos establecimientos dedicados a esta actividad-, gran cantidad de trofeos y personas vinculadas al turismo cinegético. En las ecorregiones del caldenal y monte pampeano están apareciendo nuevas dinámicas espaciales asociadas con los circuitos turísticos de la caza. Estos procesos producen diversas prácticas productivas y redes materiales y simbólicas. Este rubro incluye un “paquete” que implica el acceso a la compra de la tierra por parte de inversores foráneos, y con ello, una nueva puesta en valor de la ecorregión espinal, facilitada por abundancia de fauna silvestre y la promoción del Estado (Comerci, 2018).

En este contexto el turismo cinegético atrae a capitales locales y extralocales y es promovido desde distintas políticas públicas. Desde la provincialización de La Pampa en 1951 se ha incentivado a la actividad de la caza comercial y deportiva. Estos elementos fueron generando un imaginario territorial en torno a lo cinegético, con distintas intencionalidades según los programas e instituciones que lo promovían. Así se pasó de entender a la “cría” de ciervos como una actividad meramente ganadera a la presentación de la fauna nativa e introducida como un recurso “natural”, inserto en el “bosque” de caldén que requiere de explotación turística, tanto sea para la caza como para el “turismo rural” o el “ecoturismo”, es decir ese imaginario fue transformándose a través del tiempo. El Estado provincial, además, es el encargado de controlar la fauna silvestre; de recaudar a través de impuestos, sellados y licencias y de promover la caza deportiva y su turismo (Comerci, 2018).

De manera simultánea, avanzan, las fronteras productivas -en el centro y oeste pampeano- que se traducen en el reemplazo gradual ganadería caprina -en un ambiente semiárido- por la vacuna y crece el turismo cinegético con distintas modalidades. Estos nuevos usos de lo rural dan cuenta de una expansión de la frontera productiva que va más allá de la histórica “frontera agropecuaria”. De este modo, se conciben a las fronteras productivas como espacios relacionales, de intercambio y tensiones, entre producciones diversas con dinámicas que suponen el cruce entre sujetos con distintas lógicas e intereses (Comerci, 2022).

En este marco interesa abordar, en esta instancia, qué estrategias desarrollan en torno al turismo cinegético las operadoras pampeanas en la actualidad. Con metodología cualitativa, se utilizaron distintos materiales empíricos que incluyen los folletos de promoción de la caza, datos estadísticos

del anuario estadístico provincial del año 2022/2023, legislación provincial y nacional sobre caza, e informes públicos sobre la actividad cinegética y turística. Asimismo, se realizaron entrevistas a propietarios de cotos, guías de caza matriculados, operadores cinegéticos y salidas a campo entre los años 2013 y 2024. A continuación, se aborda una breve trayectoria de la actividad cinegética en La Pampa y su relación con el extractivismo, para luego diferenciar los perfiles productivos y las estrategias de las operadoras turísticas.

La trayectoria del turismo cinegético en La Pampa

Se concibe al extractivismo como una modalidad de acumulación (Acosta, 2011) que comenzó a gestarse en América, Asia y África en la etapa colonial caracterizada por la extracción y producción de materias primas (naturaleza) en estos espacios a cambio de manufacturas. Estos procesos consolidaron la dependencia, articulación y extracción sucesiva y continua de los bienes comunes de estos espacios a través del tiempo. En el centro de Argentina estos despojos se iniciaron con el avance capitalista sobre las tierras de los pueblos originarios y el proceso de exterminio de su población.

El extractivismo para Gudynas en la actualidad implica “un tipo de extracción de recursos naturales, en gran volumen o alta intensidad, y que están orientados esencialmente a ser exportados como materias primas sin procesar, o con un procesamiento mínimo” (Gudynas 2013, p. 3). Las actividades económicas asociadas al extractivismo son diversas, ya que además de la minería y el petróleo, se incorporan el agronegocio, el turismo internacional, la pesca y la conservación ya que promueven la expansión capitalista en el uso y usufructo del suelo, subsuelo, aire y agua (Torres, Pastor, Marchionni, y Agneni, 2022).

En este marco, en plena valorización del ambiente pampeano, Pedro Luro, terrateniente heredero de tierras enajenadas a los pueblos indígenas, adquirió una estancia en el bosque de Caldén e importó fauna exótica desde Europa (ciervos colorados y jabalíes) para practicar el deporte de la caza. Desde comienzos del siglo XX, con la importación de fauna exótica, ésta se dispersó y pobló distintos sectores del bosque y el arbustal (Figura 2).

Hacia 1969 se estimaban unos nueve mil ciervos en el caldenal y se creó la primera legislación provincial que buscaba “ordenar esta actividad y sancionar severamente las violaciones de las vedas” (Boletín oficial, Gobierno de La Pampa, 1969, p. 8). En 1984 se puso en vigencia el proyecto de aprovechamiento del ciervo colorado con la finalidad de diversificar la producción de carne, comercializar la cornamenta de los ciervos, fomentar la reproducción en criaderos y promover la actividad de los cotos de caza. Esa valorización de la fauna silvestre continuó durante las décadas del ochenta y noventa y comenzó a contabilizarse la cantidad de piezas obtenidas en la caza mayor

y menor y los trofeos. En 1990 se implementó como experiencia piloto el uso de una “Guía Interna” para “organizar la actividad, favorecer la seguridad pública y el derecho de propiedad y mantener una actividad redituable para nuestros habitantes” (Agropeampeano, 1991, p. 61).

La Dirección de Fauna Silvestre se conformó, inicialmente, en el agente emisor de permisos de caza comercial y de acopio y con la recaudación obtenida se financiaron los trabajos técnicos y las fiscalizaciones de las multas. Se abrió el registro de cotos y se habilitaron, en 1991, 57 establecimientos. Estas actividades se complementaron con estudios del estado reproductivo de las especies y análisis de los trofeos y capacitaciones. En el año 1996 se registraron 17 establecimientos y diez años después, alcanzaron los 50 cotos (Comerci, 2016). En el marco de expansión de la actividad cinegética se creó nueva legislación para regular la actividad. En 1998, se sancionó la Ley N° 1194 de Conservación de la Fauna Silvestre que facultó, como autoridad de aplicación, al Ministerio de Asuntos Agrarios para habilitar a los cotos, las guías de caza deportiva, las estaciones de cría y criaderos de animales silvestres, las licencias de cazadores, el comercio e industrias de productos de la fauna silvestre que incluyan a la actividad de los acopiadores en todos sus niveles, entre otras funciones. Asimismo, se lo autorizó para elaborar un procedimiento que legalice la totalidad de los trofeos de caza y pesca, productos y subproductos existentes en el territorio provincial.

En el año 2007, la Dirección de Recursos Naturales clasificó a la caza deportiva en dos tipos: cotos de caza, diferenciados en cuatro categorías según el nivel de capitalización² (abiertos o cerrados) y campos inscriptos. Mientras la primera es “aquella superficie de terreno susceptible de aprovechamiento cinegético organizado con o sin fines de lucro, para un uso sustentable de la fauna silvestre, que haya sido registrado como tal por la autoridad competente” (DRN, 2007, p. 1), un “campo inscripto” es un campo registrado en el que se practica la caza comercial que ha presentado la documentación reglamentaria con menos requisitos.

A pesar de la legislación existente continúan los obstáculos para implementar la normativa y controlar a los cotos y campos que funcionan sin habilitación, así como también a la caza furtiva. De forma paralela, desde la Secretaría de Turismo se viene promoviendo la actividad de los cotos de caza en los últimos quince años a través de folletería e incluyendo el circuito cinegético dentro del “turismo rural”, el “ecoturismo” o bien, en el “corredor central de La Pampa: tierra de caza”. En el año 2023 dicha Secretaría, a partir

2. La reglamentación además estableció una tipificación de los cotos de acuerdo con la infraestructura y objetivo perseguido: categoría A: cotos de caza que cuentan con cercado perimetral de más de 1.20 m (más alto del tradicional), en los que se desarrolla también un sistema de cría intensiva, cuyo objetivo principal es la obtención, a través del manejo genético y la selección, de trofeos de calidad. Cuentan con estructuras acordes como por ejemplo: galpones de manejo, corrales, mangas, etc.; categoría B: cotos de caza que cuentan con cercado perimetral de más de 1.20 m, pero que no tienen estructuras para realizar cría intensiva; categoría C: cotos de caza que tienen un cercado perimetral de altura tradicional de 1.20 m (7 hilos), que en su interior poseen alguna estructura que permitan efectuar un manejo más intensivo de los animales y luego se van liberando con fines cinegéticos en el mismo establecimiento y categoría D: cotos de caza que tienen un cercado perimetral tradicional, sin ningún tipo de estructura para manejo.

de una demanda de la Asociación de Turismo Cinegético, Conservacionismo y Criadores de Fauna de La Pampa, resolvió declarar de “Interés” al Turismo Cinegético en todo el territorio de la provincia. Entre los fundamentos de la resolución, además de:

generar innumerables puestos de trabajo y un ingreso económico muy importante, el turismo cinegético tiene un especial cuidado del medio ambiente en donde se desarrolla la actividad de la caza deportiva, estando esta, debidamente reglamentada y controlada por la Provincia (Resolución N°08/23).

Además, se han realizado encuentros entre los sectores involucrados (Secretaría de Turismo, el Ministerio de Seguridad y Justicia, el Ministerio de Conectividad y Modernización, la Fiscalía de Delitos Rurales, la Asociación de Turismo Cinegético, Conservacionismo y Criadores de Fauna de La Pampa y los operadores) para articular acciones vinculadas al rubro. Al respecto el subsecretario de Turismo planteaba:

para la Secretaría de Turismo es de suma importancia, ya que implica un movimiento económico muy importante y además hablamos de un sector que se encarga de cuidar la fauna provincial (...) tanto el Gobernador como la Ministra, trabajan en diversificar la producción y en ello el turismo cinegético es de suma relevancia (...) seguiremos recorriendo cada uno de los cotos y trabajando en conjunto para que este sea el puntapié para esa ley que solicitan” (Subsecretario de Turismo, Infopico, julio de 2024).

De este modo el Estado provincial ha promovido y regulado la actividad cinegética a través del tiempo con distintas políticas públicas e instituciones (Figura 1).



Figura 1.

Folletos de promoción del turismo cinegético y la caza deportiva.

Fuente: Folletos turísticos generados por el Gobierno de La Pampa.

La actividad cinegética en la actualidad

La cantidad de cotos ha variado anualmente, pero no supera los 60 establecimientos registrados en el año 2006. Sin embargo, los “campos inscriptos” muestran clara una pendiente positiva pasando de 77 campos en 2006 a 427 en el año 2022. De acuerdo con el Anuario Estadístico de La Pampa de 2023 se registraron 73 operadores cinegéticos y 145 guías de caza. Para el año 2022 se autorizaron 468 explotaciones dedicadas a la actividad, de manera completa o parcial. Estos datos manifiestan en los últimos veinte años, una meseta con tendencia a la baja en la cantidad de cotos de caza y la gran expansión de los campos registrados que requieren de menores controles públicos, cargas impositivas e inversiones por parte de las operadoras turísticas.

De los establecimientos que practican la caza 37 son categorizados como “cotos”, 391 como “campos registrados” con categoría I (que incluye distinto tipo de fauna, e instalaciones para los cazadores), 36 como categoría II y 4 para la pesca deportiva. Cabe mencionar que la inscripción de cotos y campos de caza suele variar anualmente según la cantidad de especies silvestres disponibles y la presencia de recursos hídricos superficiales (lagunas, manantiales, arroyos y río Atuel y Salado). A menudo, los cotos ubicados en el oeste pampeano (en los ejidos municipales de Algarrobo del Águila, La Reforma, La Pastoril, Limay Mahuida y Santa Isabel) se habilitan y deshabilitan en función de la combinación de estos factores y muchos funcionan sin registro.

Respecto al flujo de cazadores en cotos de caza y campos inscriptos se pasó en 2017 de 772 turistas a 117 en el año 2020 y en el contexto de pandemia mundial a recibir 1396 turistas cinegéticos en 2022. De este modo la actividad se encuentra en proceso de expansión y crecimiento sostenido. Con relación a los turistas, es más significativo el perfil de cazador/a argentino/a (851 personas) frente al extranjero (545) para ese año, sin embargo, en los cotos de caza predominan los extranjeros mientras en los campos inscriptos los turistas nacionales (Anuario estadístico, 2023).

Del total de cotos pampeanos registrados, algunos que ofrecen caza mayor con ciervos y jabalíes, mientras que otros poseen, además, otras especies introducidas recientemente como búfalo, axis, antílopes, carneros, entre otras. Los cotos cerrados incorporaron hace unos diez años distintas especies de cacería traídas desde África y América del Norte, como relata un propietario de un coto:

Cuando el yanqui compró el campo, hizo el criadero y puso alambre perimetral alto con cinco hilos para que no salieran los animales que se introdujeron: más ciervos colorados, y trajeron ciervo dama, antílope, búfalo asiático, ciervo axis, carnero, carnero scotish, cabra salvaje, buflón, carnero Texas (Encargado de coto Categoría A, Utracán, 2017).

En otros casos, la fauna introducida llegó a los cotos y campos abiertos pues, en años de sequía, los criaderos “abrieron las tranqueras” y “soltaron” animales que no podían alimentar. En este marco se dispersaron los antílopes en distintos departamentos y hoy es más frecuente encontrarlos que a los ciervos, según los testimonios obtenidos en las salidas de campo. Esta introducción de fauna exótica preocupa a los productores aledaños a cotos que no practican la actividad y temen por la incorporación de nuevas enfermedades en el ganado vacuno y el posible cierre de mercados en el mundo. Además de cambios en el tipo de fauna silvestre, desde la perspectiva de los productores, se observa un mayor “movimiento” en la zona y “gente de afuera”.

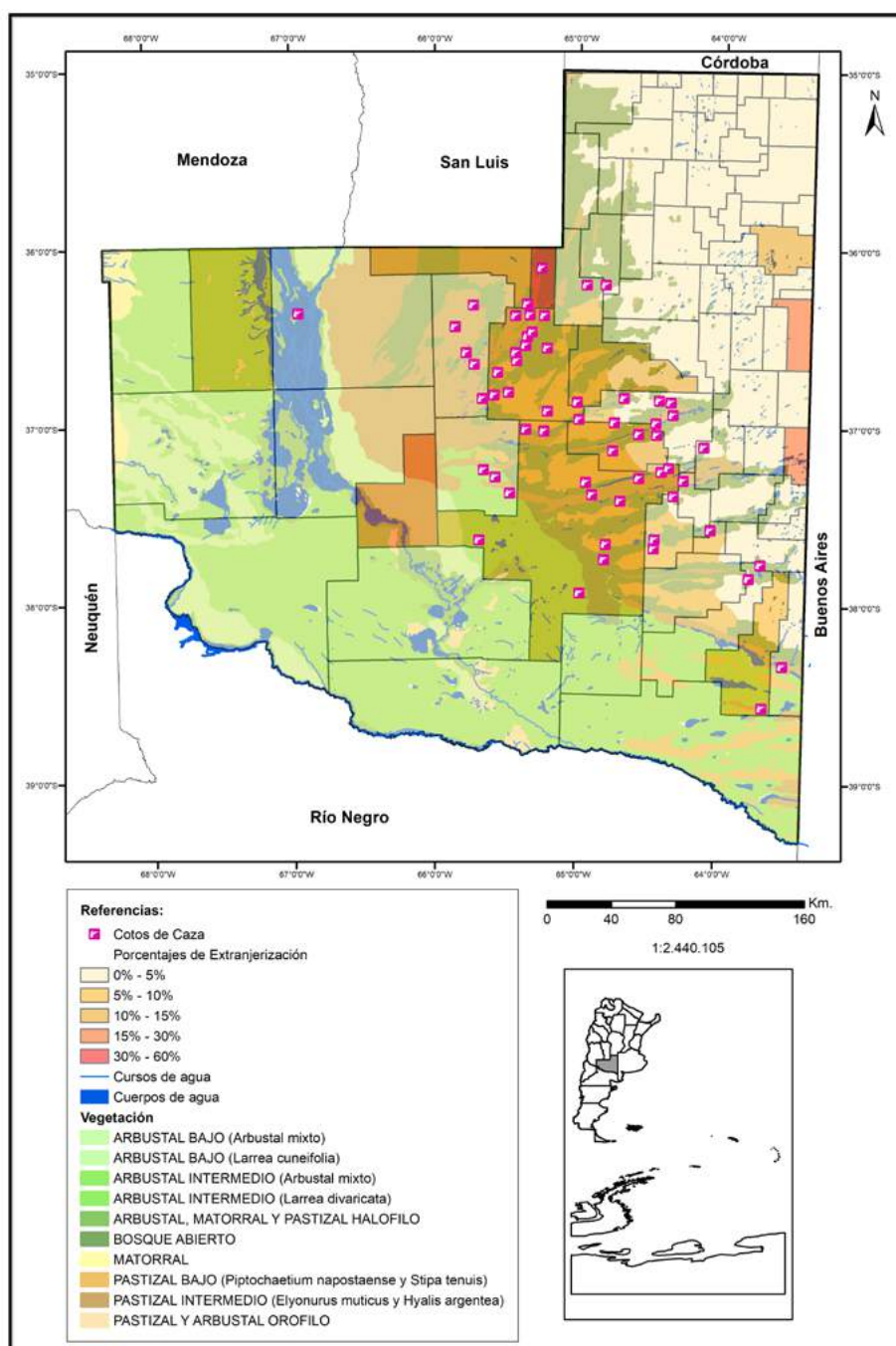


Figura 2.

Localización de cotos en las eco regiones y extranjerización de tierras rurales

Fuente: Mapa elaborado por J. P. Bossa.

La ubicación de los establecimientos dedicados a la actividad cinegética coincide mayoritariamente con la franja que ocupa el bosque de caldén, en la ecorregión del espinal. Si se analiza la distribución departamental de los cotos, se observa la mayor concentración en los departamentos de acuerdo con los datos de 2023 de la Dirección de Recursos Naturales: Utracán -15 cotos-, Loventué -13-, Toay -6, y Hucal con 4 cotos. Estos departamentos coinciden con los que poseen mayor porcentaje de extranjerización de tierras (Figura 2).

Con relación a la tenencia de la tierra los departamentos que presentan mayor porcentaje de extranjerización³ son los localizados en la franja del caldenal, liderando la concentración los departamentos Loventué y Utracán con un porcentaje de extranjerización con un porcentaje que varía en el 30 y el 60 % de extranjerización. Los ejidos municipales con mayor extranjerización de tierras rurales presentan correlación con la localización de los cotos habilitados.

Respecto al origen de los cazadores en los cotos de caza, predominan los extranjeros provenientes mayoritariamente de América del Norte, de Europa y en menor medida de América del Sur. Las personas turistas argentinas provienen de las provincias de Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba, Santiago del Estero, Mendoza, entre otras (Anuario Estadístico, 2023). A continuación, se desarrollan los perfiles productivos y las estrategias puestas en acción.

Las estrategias de las operadoras turísticas

En el conjunto de cotos de caza y campos inscriptos de la provincia de La Pampa podemos identificar tres tipos de estrategias asociadas con la actividad cinegética, que a continuación clasificamos.

a) Operadoras dedicadas exclusivamente al turismo cinegético

Las empresas turísticas auto-llamadas hunting ranch, se dedican exclusivamente a la actividad cinegética (de caza mayor y menor, y, recientemente han incluido la pesca). Son empresas propietarias de campos concentrados en la ecorregión del bosque de caldén y practican la caza/pesca deportiva y eventualmente, comercial. Tienen el perímetro cerrado y alto para garantizar que los animales no escapen, además de apostaderos y todos los servicios de alojamiento y estadía para turistas mayoritariamente extranjeros. Algunas empresas, además, arriendan campos (en las provincias de La Pampa, Bue-

3. En Argentina, en el año 2012, la Ley 26.737 de Protección del Dominio Nacional de Tierras Rurales, también conocida como "Ley de Tierras" (modificada en el marco de las políticas neoliberales del año 2016), se conformó en el instrumento legal que regula la propiedad de la tierra rural en personas físicas y jurídicas extranjeras, a quienes impone determinadas limitaciones (Registro Nacional de Tierras Rurales, 2015: p. 6). En La Pampa los extranjeros eran propietarios de 369.052 hectáreas de las 14.277.430 hectáreas lo que representaba el 2,58 %.

nos Aires, Santiago del Estero, entre otros) para completar el circuito con la caza acuática y la pesca. Como señala un operador, se les garantiza la caza a los turistas:

En nuestro coto vos tenés que salir a cazar, y son dos mil hectáreas.... Vos haces venir a un tipo de Polonia y no le podés decir... voy a ver si cazo algo, como en un coto abierto, vos le tenés que asegurar un trofeo porque el tipo gastó dos mil dólares en viajar de Europa como mínimo... vos asegurás la cacería... (Prestador de servicios de caza, Utracán, junio de 2017).

Se especializan en el rubro y son empresarios provinciales, nacionales o extranjeros que manejan diferentes idiomas. Contratan empleados/as permanentes y estacionales que varían de acuerdo a los ciclos de caza y las temporadas. A menudo gestionan varios cotos a la vez y presentan capacitación en carreras liberales asociadas con administración de empresas, economía y finanzas, etc. En estos cotos también se organizan *safaris* nacionales y cuentan con hotelería de cinco estrellas (Comerci, 2016).

Los campos poseen cercado perimetral y algunos tienen criaderos de ganado silvestre (con diversa fauna importada desde África, Asia y Norteamérica) para garantizar los trofeos de calidad, diversidad y cantidad de ganado (Figura 3). Realizan un manejo del ganado que consiste en incorporar machos para renovar la sangre y “enrocarlos” con nuevas hembras⁴.

Los cotos que tienen criadero venden algo, no sale mucho la producción, pero algo venden, ponele... que sacan cien ciervos y se quedan con cuarenta para su coto y lo demás lo venden... Hay criaderos de todo, de ciervo, uno de puma (Guía de caza matriculado, Santa Rosa, 2016).

La expansión de este tipo de establecimientos generada en los últimos años supone la gestación de un nuevo sujeto empresarial en el turismo y una nueva territorialidad rural que se expresa en la existencia de alambres perimetrales altos para evitar que los animales salgan del predio, galpones de manejo, jaulas, corrales, mangas, bebederos, apostaderos e incluso, fauna silvestre nativa y exótica, instalaciones de hospedaje con todos los servicios para los turistas: lavandería, baño privado, TV satelital, *wifi*, calefacción, teléfono, cocina *gourmet* y desayuno americano, entre otros.

4. Incluyen las categorías de coto A y B establecidas por el Estado provincial, con un cercado del predio superior al 1.20 m., con o sin infraestructura para el desarrollo de sistemas de cría intensiva, manejo genético, importación, cría y manejo de animales exóticos (búfalos, antílopes, ciervos axis, gamo, carneros Texas Dallo o muflones híbridos, entre otros). Algunos de estos cotos con caza deportiva tienen además criaderos de distintos animales de caza y los comercializan desarrollando la caza comercial.

Nosotros hacemos alojamiento completo y en temporada tenemos unas diez personas trabajando, y después hay otros articulados... No todos los cotos son iguales ni brindamos el mismo servicio, nosotros tenemos todas las comodidades y por eso cobramos... Tenemos ocho camas, el campo no es tan grande como para más cazadores, tenemos un guía por cazador y después trabajan tres personas en el cuereado, carne, salado, etc... No es trabajo permanente, pero vienen cuando los llamamos... Después hay muchos intermediarios, nosotros tenemos algunos y después vienen los cazadores (Prestador de servicios cinegéticos, Utracán, junio de 2017).

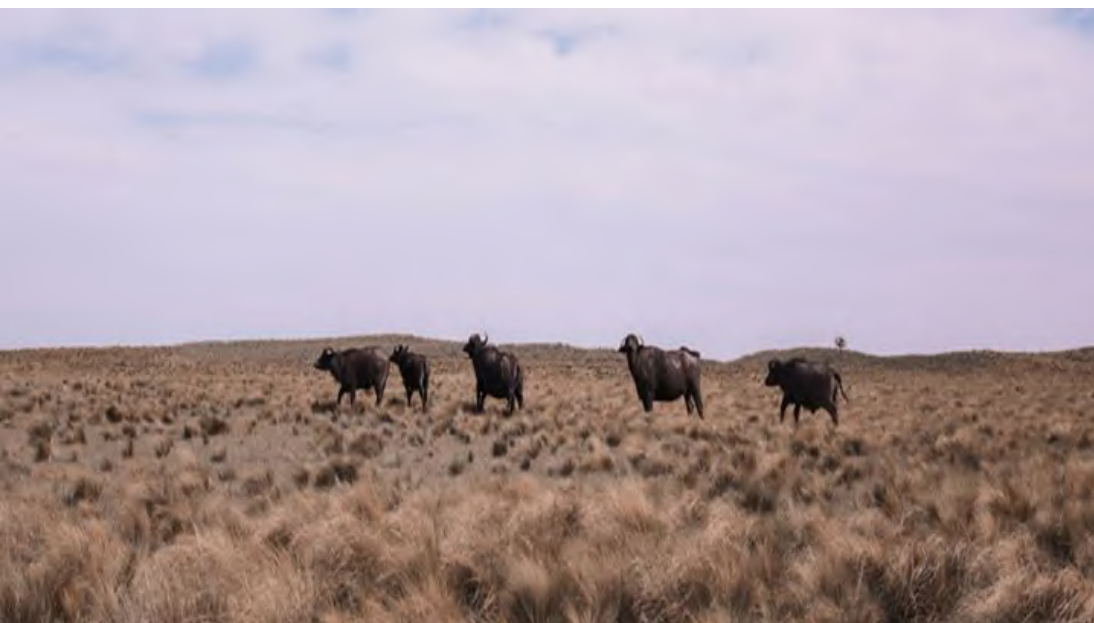


Figura 3.

Búfalos en campo pampeano

Fuente: Secretaría de Turismo de La Pampa, <https://turismo.lapampa.gov.ar/cinegetica.html>

Los entrevistados destacan la “cantidad de gente” que trabaja en torno a la caza en la provincia y rol en la generación de ingresos.

Detrás de la actividad tenés la gente que trabajan en el campo, en el criadero... después se compran fardos, se compra maíz, se compra gente que te siembre un corral, se compran machos de otros lugares, se da trabajo a gente de la zona, molineros, el trabajo de los guías matriculados, calificados, cocineras, sirvientas... tienen que tener experiencia para identificar qué animales cazar, no podes cazar ciervos jóvenes por ejemplo, para eso tiene que tener experiencia (Encargado de coto categoría A, Atreucó, junio de 2017).

La territorialidad gestada no es solo material, pues incluye la generación de redes, elementos simbólicos e inmaterialidades que articulan estos espacios

con otros de cacería en el mundo. Estos cotos participan de ferias internacionales del *Safari Club* en EEUU y Europa, y poseen representantes en distintos países del mundo –España, Estados Unidos, México, Noruega, Polonia, Alemania– que facilitan los contactos para la concreción de la experiencia de caza en los cotos pampeanos. En estos eventos se ofrece el “paquete”, es decir el circuito de caza, pasaje en avión, recorrido, estadía en el campo e incluso el traslado de los trofeos.

b) Operadoras que realizan el turismo de estancia con la caza como complemento

Se ha expandido en el caldenal especialmente las operadoras que desarrollan el turismo de estancia. En estos establecimientos se ofrece la estadía, recorridos, caminatas, cabalgatas, centros culturales y también la caza como alternativa turística que, en algunos casos se encuentra terciarizada. De este modo se ofrece la experiencia de la vida en el campo y la experiencia cinegética. Estos operadores se presentan oficialmente como turismo “rural”:

Pasar el día o alojarse en estancias pampeanas es una experiencia inolvidable, enriquecedora, que permite acercarse a nuestras tradiciones. Distribuidos en distintos puntos de la provincia, los establecimientos rurales invitan al turista a pasar días diferentes, con amaneceres espléndidos y puestas de sol únicas e inolvidables. La provincia de La Pampa, pionera en la oferta de turismo rural, cuenta con los paisajes más diversos y los establecimientos mejor acondicionados, permitiendo a sus visitantes desconectarse completamente de la cotidianeidad. (Secretaría de Turismo, 2024: <https://turismo.lapampa.gob.ar/experiencias.html>).

De este modo la empresa “Nehuen Mapi” ubicada es un establecimiento que ofrece turismo de estancia y ecoturismo en plano monte pampeano, con todos los servicios y comodidades. La estadía implica la pensión completa con comidas típicas, manejo de idiomas y traslados (Figura 4). Otras estancias como La Holanda ofrecen recorridos culturales a través de la muestra de obras de arte de sus propietarios:

Ubicada en pleno bosque de caldenes; en esta estancia se encuentra el Museo Atelier Antonio Ortiz Echagüe dedicado a exponer la obra de este pintor español, como así también valiosos objetos representativos de sus viajes en busca de la pintura. Es por ello que tiene la singularidad de enmarcarse en un entorno cotidiano, familiar y con una impronta cultural importante. A la oferta antes mencionada, se le agregan actividades al aire libre, cabalgatas, caminatas,

agroturismo, comidas típicas y la Capilla de Campaña – Padre Francisco Melo, decorada con un vitreaux e imágenes del Vía Crucis, de relevancia artística contemporánea (Secretaría de Turismo de La Pampa, 2024).



Figura 4.

Instalaciones de Nehuen Mapu

Fuente: Secretaría de Turismo de La Pampa, <https://turismo.lapampa.gov.ar/experiencias.html>

c) Operadoras que realizan turismo cinegético como forma diversificación productiva

En los últimos años, productores familiares con explotaciones agropecuarias ubicadas en el espinal y en el oeste pampeano han incorporado, como un complemento a sus ingresos, la actividad cinegética con la apertura de cotos o campos inscriptos. En estos establecimientos, los cazadores pagan por el derecho de cazar o por los servicios y trofeos obtenidos durante la experiencia cinegética. Constituyen mayoritariamente cotos familiares o campos inscriptos que poseen establecimientos con cercado perimetral común (menores a 1,20) lo que posibilita la circulación de la fauna silvestre entre las explotaciones. Por lo general han adquirido la propiedad de los campos pues son productores tradicionales de la zona del caldenal y del oeste pampeano que heredaron la tierra, como se relata en los siguientes testimonios:

Nosotros nos dedicamos a la ganadería vacuna, a la cría y tenemos el campo inscripto acá en La Pastoril porque hay chanchos jabalíes y tengo conocidos que les gusta la cacería... y yo los atiendo, me tengo que ir al campo a quedarme y hacerles la comida... llevar alimento a los apostaderos y demás... es un trabajo que ayuda a la ganadería.

Te lleva tiempo (Productora, dueña de campo inscripto, Categoría I, entrevista realizada por R. Díaz, junio de 2024).

Algunos cotos familiares se acercaron a la actividad a través de los promotores de caza, por medio de la Secretaria de Turismo y en otros, a través del arrendamiento del campo para ese fin.

Arrancamos con la caza cuando nos arrimamos a un promotor de caza en el 2010... primero lo alquilamos para caza por un contrato de cuatro meses, una temporada y cuando vimos que no era complejo nos pusimos con mi hermano mayor que es veterinario a sostener el campo, el operador de caza nos había hecho la propuesta antes pero no nos animamos, pero cuando vimos que no era complejo y sacamos los prejuicios sobre los cazadores (Productor y dueño de coto familiar categoría D, Loventué mayo de 2017).

Para habilitar el campo para la caza venían los de Victorica los de Fauna y nos anotaron, nos hacen la inscripción... se demoran hacer las planillas... Nos decían que podían hacer inspección, pero nunca fueron... Tengo categoría I y me dan quince permisos, pero nunca llego a usarlos todos... (...) Yo les hago el desayuno, después el asado mi marido, les preparamos la comida y les gusta la buena atención... necesitan los servicios, agua caliente, baño limpio, comida rica... Si no cazan les da lo mismo porque la pasan bien... Les encanta venir y ser atendidos. Mi marido los acompaña a los cuatro apostaderos que tenemos...Después los desposta, hay que cuerear el chancho y se llevan la carne... a ellos no les gusta ensuciarse ni hacer fuerza, eso lo hacemos nosotros. (Productora, dueña de campo inscripto, Categoría I, entrevista realizada por R. Díaz, junio de 2024).

Los operadores entrevistados comentan que la actividad turística les resultó “poco compleja”, que se complementa y no compite con la ganadería y no requiere de grandes inversiones. Todos utilizan trabajo familiar y, eventualmente, algunos contratan personas para realizar tareas específicas (guías de caza, cocineras y empleadas para el servicio doméstico). En otros casos, los dueños se organizan en familia, para realizar todas las actividades en el campo y luego retornar a la ciudad.

Son explotaciones medianas-pequeñas, a menudo, inferiores a lo establecido por la unidad económica y realizan la actividad cinegética (la caza mayor y menor: ciervo colorado, jabalí, puma, liebre y vizcachas) para complementar los ingresos de la ganadería (cría mayoritariamente). Este tipo de establecimiento incluye, tanto la categoría de coto C y D, como los campos registrados habilitados para caza mayor o menor, por lo que el nivel de

inversión de instalaciones especializadas en la actividad es poco elevado. En este perfil productivo la actividad dominante sigue siendo la ganadería que se complementa con el turismo cinegético (Figura 5).

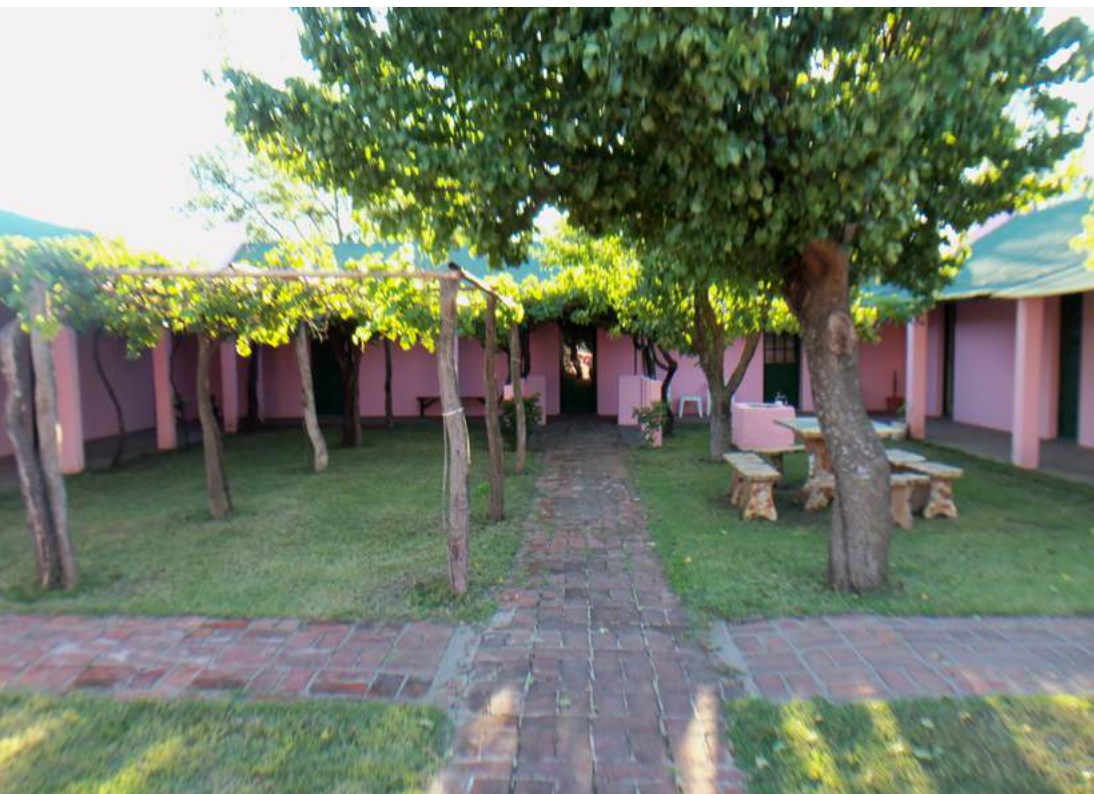


Figura 5.

Casco de estancia donde reciben a turistas

Fuente:
Gentileza de propietarios.

Desde el punto de vista de la reproducción de las especies es frecuente que los propietarios preserven el estado de la fauna silvestre y el cumplimiento de la legislación, considerada imprescindible para poder sostener la actividad de la caza deportiva a través del tiempo. Otra problemática recurrente es la caza furtiva ya que la menor altura de los alambres facilita el acceso a los cazadores y el robo de trofeos. Como señala una productora:

En la zona tenés muchos campos que hacen lo mismo... el Chichin y otros... el problema es cazar con perros, no sé por qué Fauna da tantos permisos de caza con jauría... los furtivos se meten los perros en los campos y hacen desastre... y se meten en los campos sin permiso y los productores los matas... o te lastiman un ternero, te matan una vaca y andá a quejarte a Montoto... (Productora, dueña de campo inscripto, Categoría I, entrevista realizada por R. Díaz, junio de 2024).

Además de los “cuadros limpios”, sin caldenes y sembrados que forman parte

de la estrategia del coto para que se acerquen los animales, poseen, en distintos sectores del campo, apostaderos fijos y móviles, bebederos, que son usados por el ganado y la fauna. Algunos cuentan con instalaciones para que se alojen los cazadores. A menudo tienen que compartir la casa con los cazadores y eso genera dificultades, por ello se selecciona la gente que va a realizar la actividad cinegética y se regula la cantidad de personas que ingresa.

Las viviendas son las casas de campo que fueron readaptadas en distintas habitaciones, y en algunos casos, con baño privado (figura 5). Por lo general, la cocina, comedor y galería son espacios comunes que complementan la oferta turística. Así como se preservan las instalaciones de los campos, algunos productores familiares buscan regular la carga ganadera y la competencia de pasturas con la fauna silvestre.

En este tipo de establecimientos la generación de redes tiene un alcance local-regional y eventualmente se articulan con redes internacionales, de modo que suponen un nivel de artificialización del espacio mucho menor que en los cotos cerrados. Difunden su servicio de “boca a boca” y través del tendido de vínculos familiares y vecinales. También utilizan las redes sociales y páginas web gratuitas para ofrecer su coto o campo inscripto, pero algunos “seleccionan” a los cazadores y priorizan a los conocidos.

Vienen de Córdoba y Santa Fe a cazar, todos de Argentina, no hay tantos extranjeros ... esos están en el monte del caldén... acá no. Acá tenemos gente de marzo a agosto, yo he llegado a recibir tres o cuatro en las lunas, después con la pandemia se cortó un poco, ahora llega menos gente, pero llega... Venía gente de mucha plata, el dueño de Mc Donalld, el dueño de Ferrum, uno que era abogado de Menen también, pero eso después se perdió con la pandemia, pero esos venían. (Productora, dueña de campo inscripto, entrevista realizada por R. Díaz, junio de 2024).

De este modo, existen distintas estrategias de las operadoras en la actividad del turismo cinegético que varían desde la oferta empresarial globalizada de los *hunting ranch*, al turismo de estancia y los cotos y campos inscriptos familiares.

Últimas consideraciones

Una nueva cara de la expansión del capital y del extractivismo se manifiesta en el territorio provincial pampeano a través de los cotos de caza y el turismo cinegético. El Estado y los agentes privados han promocionado la caza e intervenido activamente. El negocio no se limita al acceso a la tierra y a la

compra de cotos, sino también al establecimiento de esta actividad asociada y alternativa, vista como una opción de producción ecológica.

El avance de estos establecimientos coincide con el crecimiento de la extranjerización de las tierras y la llegada de nuevos agentes empresariales al agro provincial. Sin embargo, lejos de ser uniformes, la investigación indica que, en el marco de la expansión del turismo cinegético, se pueden diferenciar distintas estrategias de acuerdo con los perfiles productivos en el rubro.

La valorización de las ecorregiones con fauna silvestre, va en consonancia con la expansión del capitalismo en la provincia de La Pampa y nuevos prismas del extractivismo y se encuentra ligada a los desplazamientos turísticos globales y a las redes de competición mundial de caza deportiva. El renovado estilo del turismo cinegético y la territorialidad emergente, dan como resultado una alta calificación y especialización en el trabajo de la caza. Asimismo, aparecen nuevos controles técnicos-jurídicos y formas de gestión y planificación a los que deben someterse, tanto los empresarios especializados en el rubro, como los tradicionales productores familiares que diversifican con esta actividad cinegética para minimizar los riesgos que conlleva la producción agropecuaria.

Agradecimiento

Se agradece a las personas entrevistadas que permitieron el acceso a la información, a Juan Pablo Bossa por la realización de la cartografía y a Romina Díaz por realizar la entrevista a productora (transcripción de la autora).

Bibliografía

Acosta, A. (2011). Extractivismo y neoextractivismo: dos caras de la misma maldición. Disponible en <http://lalineadefuego.info/2011/12/23/extractivismo-y-neoextractivismo-dos-caras-de-la-misma-maldicion-por-alberto-acosta/>

Acosta, A. (2016). Aporte al debate: El extractivismo como categoría de saqueo y devastación. Revista Fiar. 9.2, pp. 25-33 Disponible en: © forum for inter-american research

Comerci, M. (2016). “Avance de los cotos de caza en La Pampa ¿nuevas dinámicas territoriales?”. Revista La Rivada N° 6, Universidad Nacional de Misiones, Posadas. Disponible en: <http://www.larivada.com.ar/index.php/ediciones-antiores/15-numero-6-julio-2016/articulos-6/4-avance-de-los-cotos-de-caza-en-la-pampa>

Comerci, M. E. (2018). El “paquete” de la caza en La Pampa y sus implicancias territoriales. En Boletín Geográfico N° 40, Vol° 2, Universidad del Comahue, Neuquén, pp. 56-78. <http://revela.uncoma.edu.ar/htdoc/revela/index.php/geografia/article/view/2166/58725>

Comerci, M. E. (2022). “Fronteras productivas, apropiación de bienes comunes y estrategias domésticas familiares en el centro de Argentina”. Notas Históricas y Geográficas, 28 (361-383). Disponible en: <https://www.revistanotashistoricasygeograficas.cl/index.php/nhyg/article/view/406>

Gudynas, Eduardo. 2013. “Extracciones, extractivismos y ex trahecciones: un marco conceptual sobre la apropiación de recursos naturales.” Observatorio del Desarrollo, no.18, 1-18.

Gobierno de la Provincia de la Pampa (1965) Provisión oficial. Santa Rosa.

Gobierno de la Provincia de la Pampa (1971) La Pampa hoy. Síntesis de los aspectos principales de la provincia. Santa Rosa.

Gobierno de La Pampa, (2016) Anuario estadístico. Ministerio de Estadística y Censos. Santa Rosa.

Ministerio de Asuntos Agrarios (1991). Agropampeano N° 20. Gobierno de la Provincia de la Pampa: Santa Rosa.

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación (2015). Registro Nacional de Tierras Rurales. Una política registral para la soberanía nacional. Infojus: Buenos Aires.

Dirección de Asuntos Agrarios (1985) Ganadería de Ciervos: Nuevas producciones para nuevos mercados. Gobierno de la Provincia de la Pampa: Santa Rosa.

Secretaría de Turismo (2024). Cotos de caza en La Pampa. Turismo cinegético. Gobierno de la Provincia de la Pampa: Santa Rosa.

Secretaría de Turismo (2024). La Pampa, única. Diferente. Corredor central de La Pampa: tierra de caza. Gobierno de la Provincia de la Pampa: Santa Rosa.

Dirección de Estadísticas y Censos. Anuario estadístico de la Provincia de La Pampa (2022/2023). 65 años edición especial. Disponible en: https://estadistica.lapampa.gob.ar/images/Archivos/AnuarioEstadistico/ANUARIO_2022-2023_-_pdf

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación (2015). Registro Nacional de Tierras Rurales. Una política registral para la soberanía nacional. Infojus: Buenos Aires.

Torres, L.; Pastor, G.; Marchionni, F. y Agneni, E. (2022). Fronteras del lujo, fronteras de la conservación: caras de un prisma llamado extractivismo. Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía 31 (1): 3-20. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v31n1.83843>.

Geolocalización y turismo rural comunitario: democratización del conocimiento en Traslasierra, Córdoba

Geolocation and community-based rural tourism: democratization of knowledge in Traslasierra, Córdoba

María de los Angeles Galfioni

Departamento de Geografía. Facultad de Ciencias Humanas.
Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina).
mgalfioni@hum.unrc.edu.ar

María Solange Páez

Departamento de Geografía. Facultad de Ciencias Humanas.
Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina).
solangepaez@hum.unrc.edu.ar

Marina Bustamante

Departamento de Geografía. Facultad de Ciencias Humanas.
Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina).
mbustamante@hum.unrc.edu.ar

Eduardo Belelli

Promotor del Paisaje Corredor Chaco Árido.
Administración de Parques Nacionales (Argentina).
ebelelli@apn.gob.ar

Sebastián Miguel Hissa

Facultad de Turismo y Ambiente. Universidad Provincial de
Córdoba (Argentina).
sebastianhissa.fta@upc.edu.ar

Resumen

La reciente creación del Parque Nacional Traslasierra, en el departamento Minas de la provincia de Córdoba, como nueva área protegida que se suma al Corredor Biogeográfico del Chaco Árido, abre una serie de oportunidades para una zona históricamente relegada desde el punto de vista socioeconómico. Consideramos que esta potencialidad debe estar vinculada a un tipo específico de desarrollo turístico que ponga en valor el patrimonio cultural y natural, recuperando los saberes locales ancestrales mediante el turismo rural comunitario. Esta actividad busca promover el involucramiento de las comunidades campesinas en el diseño y gestión de la práctica turística, así como en la preservación del patrimonio te-

Abstract

The recent establishment of Traslasierra National Park in the Minas department, Córdoba province, as a new protected area within the Arid Chaco Biogeographic Corridor, opens numerous opportunities for a region historically marginalized in socioeconomic terms. We argue that these opportunities should be linked to a specific form of tourism development aimed at enhancing cultural and natural heritage through the recovery of ancestral local knowledge via community-based rural tourism. This approach seeks to actively involve rural communities in the design and management of tourism practices, as well as in the preservation of territorial heritage. Such participation not only strengthens their

territorial. Esto no solo fortalece el sentido de pertenencia y el arraigo al lugar, sino que también asegura que las decisiones tomadas realmente los beneficien y sean sostenible a largo plazo.

En este sentido, la propuesta de trabajo se enfoca en el reconocimiento de las potencialidades naturales y culturales del área norte de amortiguamiento del Parque Nacional de Traslasierra, utilizando como herramienta el mapeo colaborativo apoyado en las geotecnologías en el marco de un proceso de democratización del conocimiento.

Palabras clave: Herramientas de geolocalización; Mapeo colaborativo; Turismo rural comunitario.

sense of belonging and attachment to the land but also ensures that decisions taken genuinely benefit local inhabitants and are sustainable over the long term.

In this context, our proposal focuses on identifying natural and cultural potentials in the northern buffer zone of Traslasierra National Park through collaborative mapping and geolocation tools, as part of a broader process of democratization of knowledge.

Keywords: Geolocation tools; Collaborative mapping; Community-based rural tourism.

Introducción

La reciente creación del Parque Nacional Traslasierra en el departamento Minas de la provincia de Córdoba —un área protegida que se suma al Corredor Biogeográfico del Chaco Árido— abre una serie de oportunidades para una región históricamente relegada desde el punto de vista socioeconómico. Esta potencialidad, que entendemos debe estar vinculada a un tipo específico de desarrollo turístico, requiere ser abordada conjuntamente por el Estado y las comunidades campesinas locales, en la que el ámbito técnico-científico debe desempeñar un papel de facilitador y orientador, respetando y valorando la idiosincrasia local.

La puesta en valor del patrimonio cultural y natural, basada en la recuperación de los saberes locales y ancestrales, permite generar de manera endógena nuevas oportunidades de la mano del turismo rural comunitario como herramienta de desarrollo local. La actividad que se plantea busca promover el involucramiento de las comunidades campesinas en el diseño y gestión de la práctica turística, así como en la preservación del patrimonio territorial. Esto no sólo fortalece el sentido de pertenencia y el arraigo al lugar, sino que también asegura que las decisiones tomadas realmente beneficien a las comunidades y tengan continuidad a largo plazo.

El turismo rural comunitario en Argentina cuenta con una trayectoria de más de dos décadas, destacándose iniciativas en diversas provincias (Cáceres, Troncoso y Vanevic, 2013. Pp.5). Al respecto, se realizaron abordajes académicos sobre la temática y sobre proyectos implementados en Salta (Cáceres, 2015), Jujuy (Mancini y Cayo, 2022), Entre Ríos (Gallo y Fernández, 2017), Neuquén (Forneris, 2015) y Chubut (Crova y Peralta, 2013). En tales casos, el objetivo ha sido diversificar la economía rural y generar ingresos adicionales para las comunidades locales mediante este tipo específico de desarrollo turístico, en el marco de las transformaciones socioeconómicas que ha experimentado el ámbito rural en las últimas décadas. Cabe destacar que estas iniciativas comienzan a tomar fuerza en el año 2006 con la creación de la Red Argentina de Turismo rural comunitario (RATuRC) por parte del Ministerio de Turismo de la Nación, que estuvo encargada de promover las capacidades de las comunidades rurales para recibir turistas y ofrecer experiencias auténticas y responsables fomentando el desarrollo local y sostenible (Lacko, 2019).

En el área de estudio se identifican trabajos previos realizados por el grupo extensionista multidisciplinario de la Facultad de Turismo y Ambiente de la Universidad Provincial de Córdoba (FTA-UPC), relacionados con el potencial desarrollo turístico de la Reserva Provincial Chancaní y el Parque Nacional Traslasierra, así como investigaciones sobre las representaciones del turismo por parte de la comunidad de Chancaní (Catalano et al.; 2024, Rufini et al., 2023).

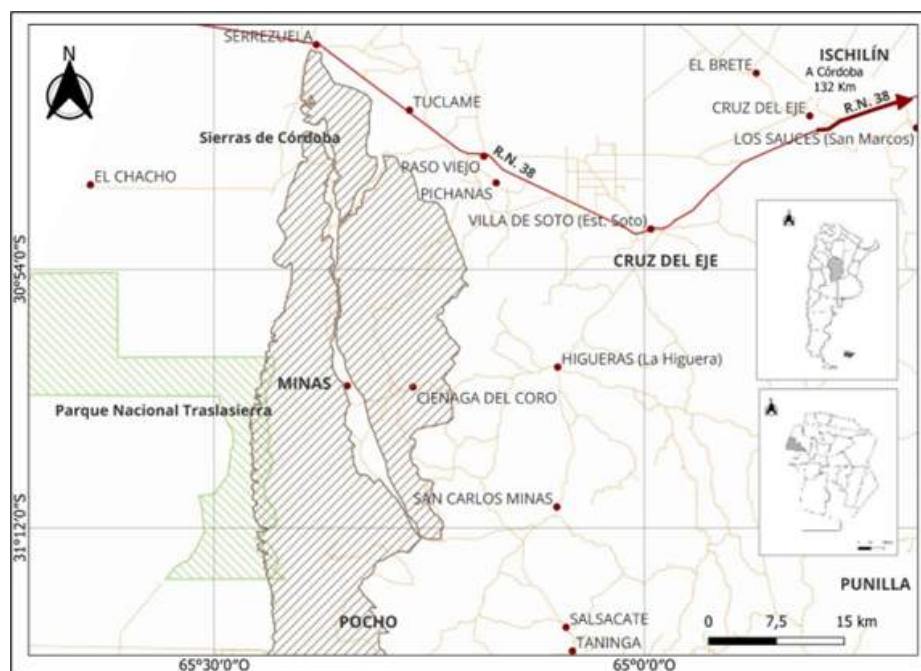
En este contexto, y tomando como referencia dichas iniciativas, el objetivo central de la propuesta es elaborar un diagnóstico participativo para el desarrollo del turismo rural comunitario en el área norte de amortiguamiento del Parque Nacional Traslasierra, en el marco de un proceso de democratización del conocimiento. Como parte de los esfuerzos por promover la creación de conocimiento colectivo, fomentar la alfabetización digital y empoderar a la comunidad, se llevó a cabo un mapeo colaborativo para lo cual se realizaron capacitaciones en herramientas de geolocalización y Sistemas de Información Geográfica (SIG). La finalidad de tal experiencia fue que los pobladores locales aprendieran a utilizar estas tecnologías para registrar y analizar datos territoriales, así como fomentar su participación activa en la toma de decisiones relacionadas con la identificación de potencialidades presentes en el territorio. Posteriormente, se generaron mapas temáticos que apoyan la difusión de la oferta turística del área.

La estructura de este trabajo contempla, en primer lugar, una caracterización de la zona de estudio, que incluye una descripción territorial para comprender el proceso de creación del Parque Nacional Traslasierra y las condiciones socioeconómicas de la población que reside en su área de amortiguamiento. En segundo lugar, se realiza una aproximación teórica a las nociones de turismo rural comunitario, de mapeo colaborativo y al papel de las geotecnologías en el marco del proceso de democratización del conocimiento. Finalmente, se profundiza en la experiencia del mapeo colaborativo en torno al potencial desarrollo turístico de la zona, a través del uso de herramientas de geolocalización y de su sistematización en un Sistema de Información Geográfica (SIG). El trabajo concluye con algunas reflexiones acerca de los mapas temáticos resultantes y de los desafíos presentes y futuros para el desarrollo del turismo rural comunitario en el área.

Contextualización del área de estudio

El Parque Nacional Traslasierra, que incluye parte de la estancia de Pinas, se ubica en la pedanía Guasapampa del departamento Minas, en la provincia de Córdoba, a unos 280 kilómetros de la capital provincial (mapa 1). Esta área protegida abarca la planicie occidental de secano de Traslasierra, extendiéndose desde el piedemonte de la Sierra de Pocho hasta el límite con La Rioja, y abarca porciones de los departamentos de Minas, Pocho y San Alberto. Creado en 2018 mediante la Ley N° 27.435, el Parque Nacional Traslasierra ocupa una superficie de 44.000 hectáreas de la antigua estancia, cuyo acceso principal se localiza al sur, a 35 km del mirador del Camino de los Túneles, donde finaliza el asfalto de la ruta provincial N° 28. El parque se destaca por su riqueza en flora y fauna nativas, pertenecientes al distrito biogeográfico del Chaco Árido u Occidental, una de las ecorregiones más amenazadas y

menos conocidas a nivel mundial, lo que subraya su estado de fragilidad ecológica.



Mapa 1.

Localización del Parque Nacional Traslasierra.

Fuente:
datos proporcionados por el
Instituto Geográfico Nacio-
nal, 2024.
Autores: Pugliese y Garro.

Este espacio, junto con el Parque Provincial y Reserva Natural Forestal Chancaní y la Reserva de Usos Múltiple Salinas Grandes, integra el Corredor de Conservación y Turismo del Norte de Córdoba, que incluye además el Parque Nacional Ansenuza y el Parque Nacional Quebrada del Condorito.

Además de su relevancia ambiental, el Parque Nacional Traslasierra posee un notable valor histórico y cultural. Este territorio fue habitado por comunidades indígenas prehispánicas, como los Diaguitas en las llanuras del noroeste y los Comechingones en la zona serrana. Durante el siglo XIX, el sacerdote Juan Felipe Singuney construyó una capilla en lo que hoy es el casco de la estancia. Más tarde, en 1908, Lisandro de la Torre adquirió estas tierras para su explotación agroforestal. Tras su fallecimiento, la estancia atravesó un largo proceso judicial hasta que, en 2017, la provincia de Córdoba la declaró de utilidad pública y la cedió a la Administración de Parques Nacionales (APN).

A pesar de estar situado en una de las zonas más relegadas de la provincia en términos sociales y económicos, el Parque Nacional Traslasierra y su área de amortiguamiento albergan un valioso patrimonio ambiental, histórico y cultural. En esta región vive una población rural campesina que mantiene una cultura ancestral vinculada al monte, con una relación simbiótica con el entorno que ha perdurado por generaciones. Estos campesinos, mayoritariamente criollos, se dedican a la ganadería caprina en un sistema de economía

de subsistencia. A partir de trabajos previos en el área, se pudo constatar que enfrentan un contexto de extrema vulnerabilidad social y económica, agravado por la tenencia precaria de la tierra, la falta de acceso al agua, la baja productividad de sus actividades agropecuarias y las deficientes condiciones de hábitat sumado a problemas de comunicación (Agüero y Agüero, 2016).

De esta manera, la relevancia del Parque Nacional Traslasierra reside no solo en su capacidad para abordar problemas ambientales como la deforestación, la pérdida de hábitat naturales, los incendios forestales y la caza furtiva, sino también en su potencial para convertirse en un atractivo turístico a nivel nacional e internacional. El turismo rural comunitario en esta área protegida podría generar nuevos empleos en la zona de amortiguamiento, contribuyendo al desarrollo de las economías locales, al crecimiento económico y a la mejora de infraestructuras. Al mismo tiempo, garantizaría la sostenibilidad y complementariedad de las actividades productivas, fortalecería el sentido de pertenencia de los pobladores locales y ayudaría a reducir el éxodo rural.

Desde esta perspectiva, la propuesta busca rescatar las iniciativas y saberes locales como parte de un proceso de democratización del conocimiento. Se promueve así el fortalecimiento de las estrategias de reproducción social de una comunidad que ha sido marginada, en muchos aspectos, de las políticas públicas. Además, se fomenta la participación activa de todos los actores territoriales en el diseño y gestión del turismo, así como en la preservación del patrimonio natural y cultural.

Una teoría para la praxis: turismo rural comunitario, mapeo participativo y el rol de las geotecnologías en el marco de la democratización del conocimiento

Se parte de la concepción de territorio como la síntesis de las relaciones que los grupos sociales establecen con los espacios que ocupan para satisfacer sus necesidades a lo largo del tiempo, entendiéndolo entonces como una construcción histórica-social. Dichas relaciones pueden ser del tipo funcional, es decir, que se generan a través del uso de las disponibilidades existentes en el espacio y de la ocupación mediante procesos de apropiación y, por otra parte, de tipo afectivas o identitarias, concerniente a la identidad y pertenencia territorial en función de los significados, ideas y valores que ligán a las personas o grupos con el espacio geográfico (Massiris, 2012). Ambas relaciones requieren de un abordaje en conjunto, no sólo para comprender la compleja estructura y dinámica de los territorios sino también para repensar en potenciales modos de aprovechamiento socioeconómico en el marco de un turismo rural comunitario.

Según Gallo y Peralta (2018, Pp. 35) el turismo rural comunitario se define como aquel que encuentra sus pilares en la valoración de saberes y recur-

sos, en la autogestión de la propuesta y en la distribución de los beneficios económicos para los pobladores rurales, en especial pueblos originarios y familias campesinas, además de garantizar los derechos de participación en todas las instancias, siendo este colectivo social el principal actor en la toma de decisiones.

La idea de que el turismo rural comunitario logre contribuir a la democratización del desarrollo local se ve reforzada por los aportes de Lizurek y García (2024). Los autores abordan cómo el turismo puede ser una herramienta clave para el desarrollo socioeconómico territorial mediante un enfoque participativo y comunitario. Destacan que este tipo específico de turismo puede fomentarlo siempre que se base en prácticas inclusivas que integren a las comunidades locales en la planificación y gestión de las actividades turísticas. Proponen un modelo de turismo asociativo que prioriza la participación democrática y equitativa de los actores locales, como emprendedores y organizaciones sociales, y que impulsa la cohesión social y económica en los territorios, promoviendo así un desarrollo más inclusivo y sostenible.

Desde tal perspectiva, este tipo específico de turismo debe ser visto no solo como un generador de ingresos, sino también como un promotor de integración social. Este enfoque comunitario, en el cual las decisiones sobre el desarrollo y la gestión turística se toman de manera colectiva, puede contribuir a la distribución equitativa de los beneficios económicos y sociales, mejorando las condiciones de vida en las comunidades locales. A todo esto, cabe agregar la importancia de considerar, en este tipo de actividad, la conservación del patrimonio natural y cultural que ya tienen lugar en el territorio, preservándolos en la mayor medida posible para su presencia y disfrute también en el futuro (Zoido, 2001. Pp.16 citado en Feria Toribio, 2013). De esta manera, los pobladores tienen el derecho a decidir qué quieren mostrar y qué preservar como parte del proceso de construcción colectiva a la que apunta este tipo de iniciativas (Gallo y Peralta, 2018).

En este contexto, el mapeo colaborativo se constituye en una herramienta idónea para que todos los miembros de la comunidad participen activamente en la identificación y representación de lugares y prácticas importantes para fomentar el turismo local, ya que permite relevar, interpretar y plasmar en un soporte gráfico y visual las experiencias, sentidos y significaciones que las comunidades, como sujetos de conocimiento, otorgan al territorio (Álvarez Ávila y Palladino, 2019. Pp. 20). Por su parte, la alfabetización en nuevas tecnologías que viene a acompañar a este tipo de herramienta participativa también juega un rol importante en la adquisición de habilidades por parte de miembros de la comunidad local para la autogestión de sus proyectos. Azócar Fernández (2016) analiza cómo la implementación de geotecnologías, tales como los Sistemas de Información Geográfica (SIG) y el Sistema de Posicionamiento Global (GPS) han transformado la cartografía, permitiendo su

acceso por parte de las comunidades locales y promoviendo su participación en la creación y uso de mapas. Por su parte, los profesionales expertos actúan como intermediarios entre la tecnología y la comunidad para democratizar su empleo (Diez Tetamanti et al., 2012). Este fenómeno facilita la creación de cartografía participativa, en la cual las comunidades locales colaboran para crear mapas que reflejen sus motivaciones, intereses y reivindicaciones, desafiando los enfoques tradicionales. La accesibilidad a herramientas digitales y dispositivos móviles ha democratizado la cartografía, permitiendo que cualquier persona participe en la planificación territorial y gestione de manera más eficiente sus recursos locales.

Estas nuevas prácticas cartográficas permiten un enfoque más inclusivo y dinámico en la gestión del territorio y en el desarrollo comunitario, promoviendo un turismo equitativo y sostenible, en línea con las propuestas de Lizurek y García (2024).

En este sentido, para lograr un aprovechamiento socioeconómico sostenible en el área norte de amortiguamiento del Parque Nacional Traslasierra, es fundamental integrar tres aspectos clave: la valoración de los recursos naturales y culturales, la equidad en el acceso a oportunidades y servicios, y la provisión de infraestructuras adecuadas. Estos principios subrayan la importancia de la participación ciudadana, la equidad y la sostenibilidad como pilares esenciales del desarrollo territorial.

En tal contexto, un diagnóstico participativo para el turismo rural comunitario en la región busca amalgamar eficazmente el conocimiento local con los objetivos de conservación y desarrollo sostenible, además de fomentar el respeto mutuo entre las distintas culturas. La participación comunitaria juega un papel crucial en este proceso, ya que fortalece el tejido social, mejora las condiciones de vida y fomenta una gestión territorial que respete y valore el patrimonio natural y cultural del área. Integrando estos enfoques, se pretende asegurar un desarrollo que no solo impulse el bienestar económico, sino que también conserve y enriquezca el entorno y la identidad local.

Una praxis para dialogar con la teoría: experiencia de mapeo colaborativo en el área de estudio con apoyo en geotecnologías

La práctica llevada a cabo estuvo orientada a la democratización del conocimiento en un contexto de acceso desigual a los recursos, especialmente en el uso de innovaciones tecnológicas. La iniciativa se centró en el manejo de Locus Map, una aplicación de software gratuita para dispositivos móviles, que permitió el relevamiento y la geolocalización de puntos geográficos, facilitando así el mapeo colaborativo con las comunidades locales.

1) Fortalecimiento de redes institucionales-organizacionales y con pobladores locales

La actividad requirió de un esfuerzo previo para fortalecer las redes entre diversos actores presentes en el área, incluyendo pobladores locales organizados en movimientos campesinos, representantes de instituciones provinciales y estatales, así como extensionistas e investigadores de distintas universidades. El grupo de Cartografía Colaborativa, constituido por docentes y estudiantes del Departamento de Geografía de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de Río Cuarto (FCH-UNRC), estableció vínculos con extensionistas de la Facultad de Turismo y Ambiente de la Universidad Provincial de Córdoba (FTA-UPC), referentes de la Asociación de Productores del Noroeste de Córdoba (APENOC) y personal de la Administración de Parques Nacionales (APN). Así, se formó un equipo de trabajo articulado con el objetivo de potenciar el turismo rural comunitario en el sector.

2) Actividades previas al trabajo de campo

En función de ello, desde el equipo de Cartografía Colaborativa se llevaron a cabo actividades previas al trabajo de campo, tales como revisiones y discusiones de material bibliográfico, periodístico y de documentación legal pertinente. También se realizaron capacitaciones sobre las particularidades de la Cartografía Colaborativa, el uso de herramientas digitales de geolocalización y el diseño de mapas temáticos en SIG (Google Earth y QGis).

Por su parte, extensionistas de la Facultad de Turismo y Ambiente de la Universidad Provincial de Córdoba (FTA-UPC) junto con referentes de la Asociación de Productores del Noroeste de Córdoba (APENOC) y personal de la Administración de Parques Nacionales, organizaron encuentros con los pobladores del área. Durante estas reuniones, se realizaron ejercicios de identificación y mapeo preliminar de sitios de posible interés turístico y se discutieron las características del turismo rural comunitario, sus desafíos, beneficios e inconvenientes para la comunidad.

3) Implementación del mapeo colaborativo en campo: asignación de roles y actividades en el relevamiento

A partir del trabajo previo de los equipos de extensión, por un lado, se delinearón las tareas del mapeo, incluyendo el modo, el tiempo, los recursos y las responsabilidades a asumir durante su implementación y, por otro lado, se definieron los posibles circuitos turísticos a relevar en el trabajo de campo.

En este sentido, el mapeo colaborativo con apoyo de la herramienta de geolocalización *Locus Map*, se llevó a cabo en el área comprendida entre las localidades de Serrezuela y Aguas de Ramón en los departamentos Cruz del Eje y Minas (mapa 2). Esta experiencia consistió en dos jornadas de trabajo en las que participaron 33 personas entre extensionistas, referentes de la Asociación de Productores del Noroeste de Córdoba (APENOC), personal de la Administración de Parques Nacionales y miembros de las comunidades interesados en generar iniciativas de desarrollo del turismo rural comunitario en el área (foto 1). En función de la extensión geográfica y de la cantidad y distribución de los integrantes de la práctica, se organizaron dos grupos para comenzar con el relevamiento en terreno. Para ello se designaron roles y actividades para cada integrante, que consistieron en la marcación y seguimiento (tracking) de puntos e itinerarios, su señalización en el mapa base (foto 2), la toma de fotografías de los puntos de interés y el registro de la experiencia y de los relatos en fichas de observación y en cuadernos de campo.

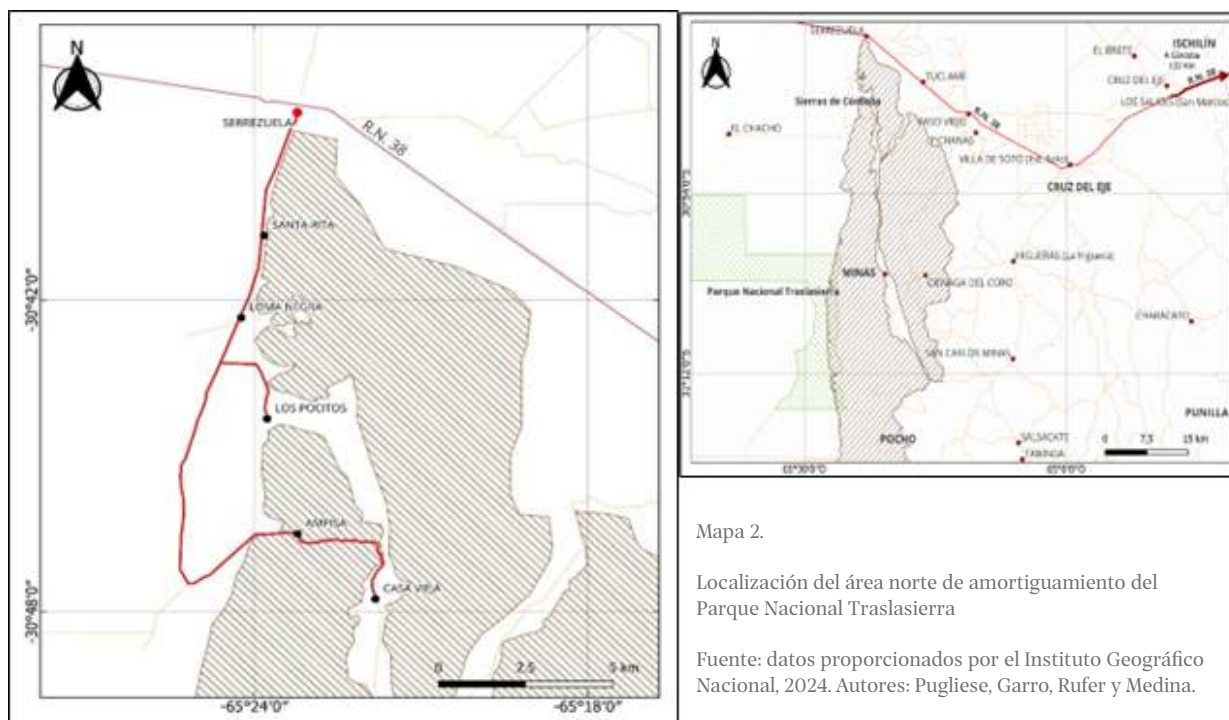




Foto 1. (arriba)

Foto 2. (izquierda, abajo)

Jornadas intensas de trabajo, en las que extensionistas y miembros de las comunidades se unieron para desarrollar iniciativas que impulsen el turismo rural comunitario en la región.

Asignación de roles y actividades para el mapeo, incluyendo el seguimiento de itinerarios, señalización en el mapa base (a) y registro de experiencias en fichas de campo (b).



Equipo:

Participantes (discriminar pertenencia):

Observador:

Día:

Hora inicio:

Recorrido:

Punto inicio:

Km recorridos:

Planilla N°:

Hora finalización:

Punto finalización:

Fecha	Hora	Punto GPS / Track	Toponimia lugar	Elemento distintivo	Foto (N° o cód.)	Audio (N° o cód.)	Descripción / Características	Observaciones: ambiente, situación, etc

Plano o croquis del recorrido / parte del recorrido:

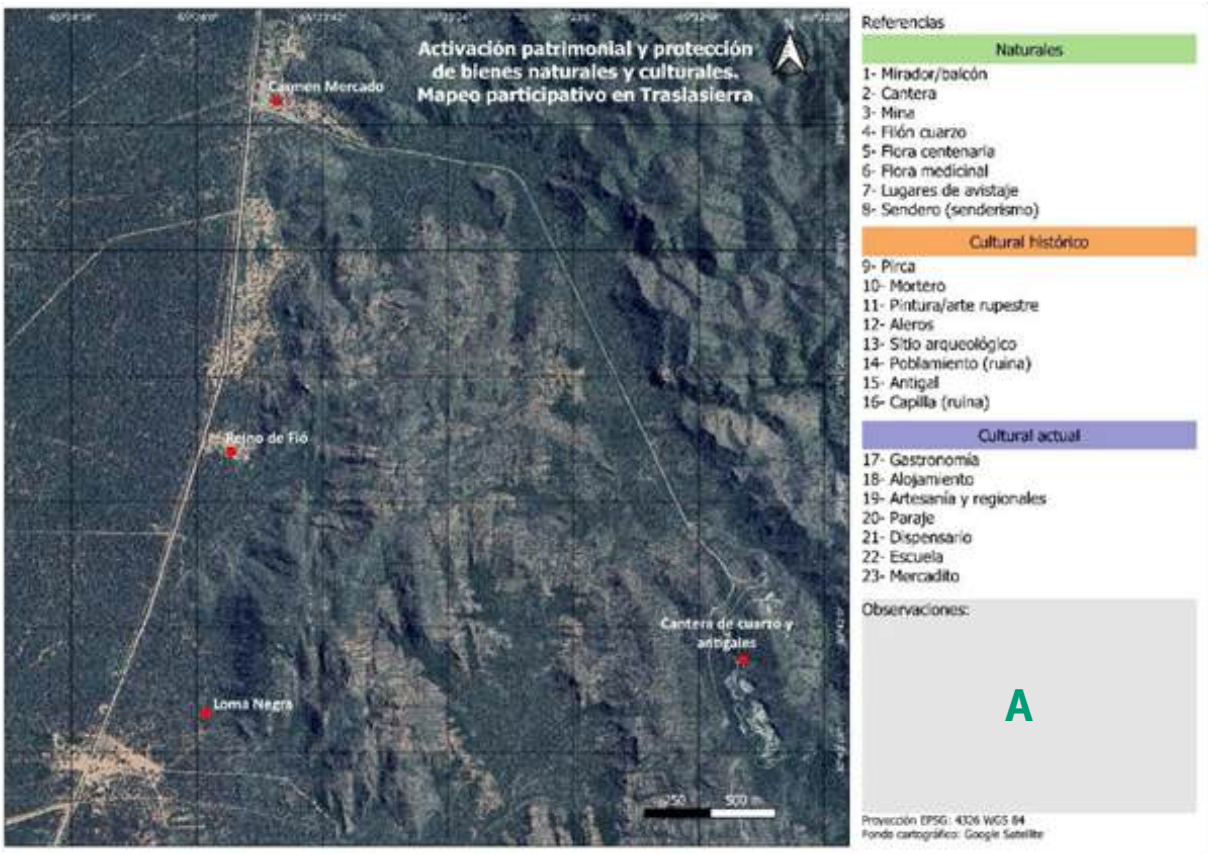
4) Implementación del mapeo colaborativo en campo: identificación de los potenciales atractivos turísticos en el relevamiento

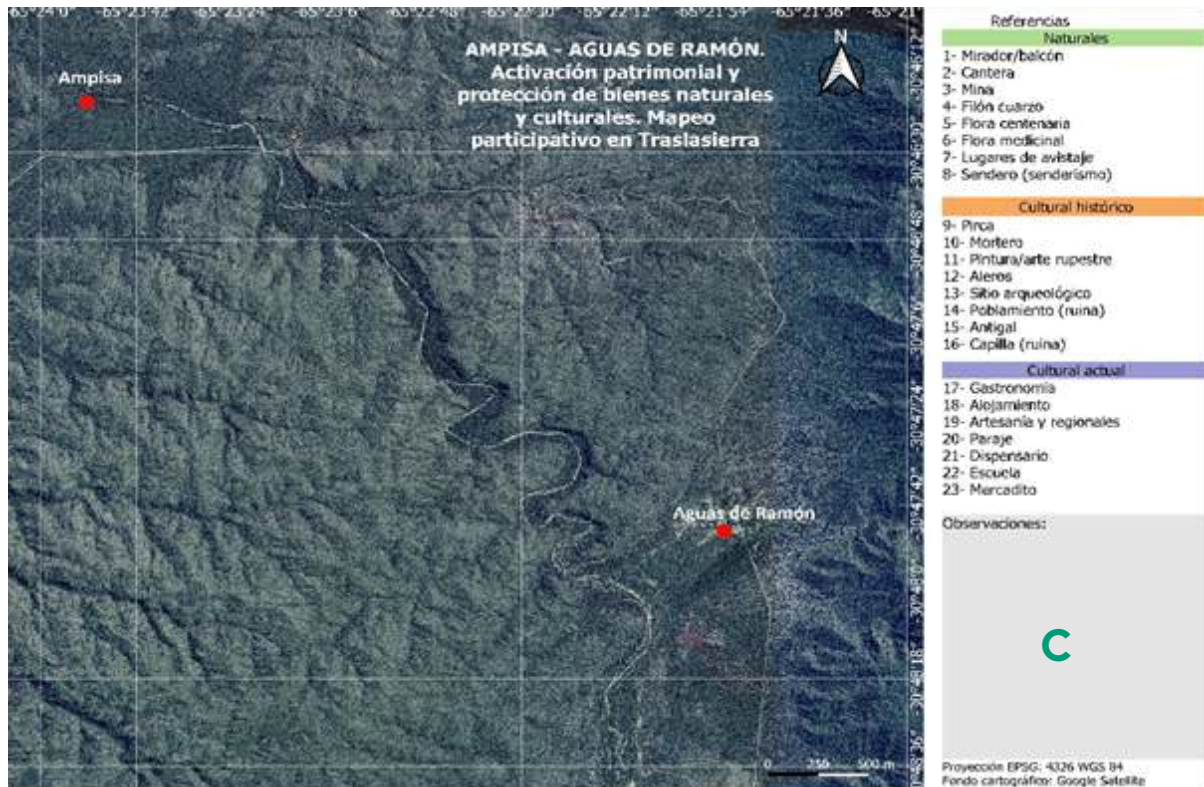
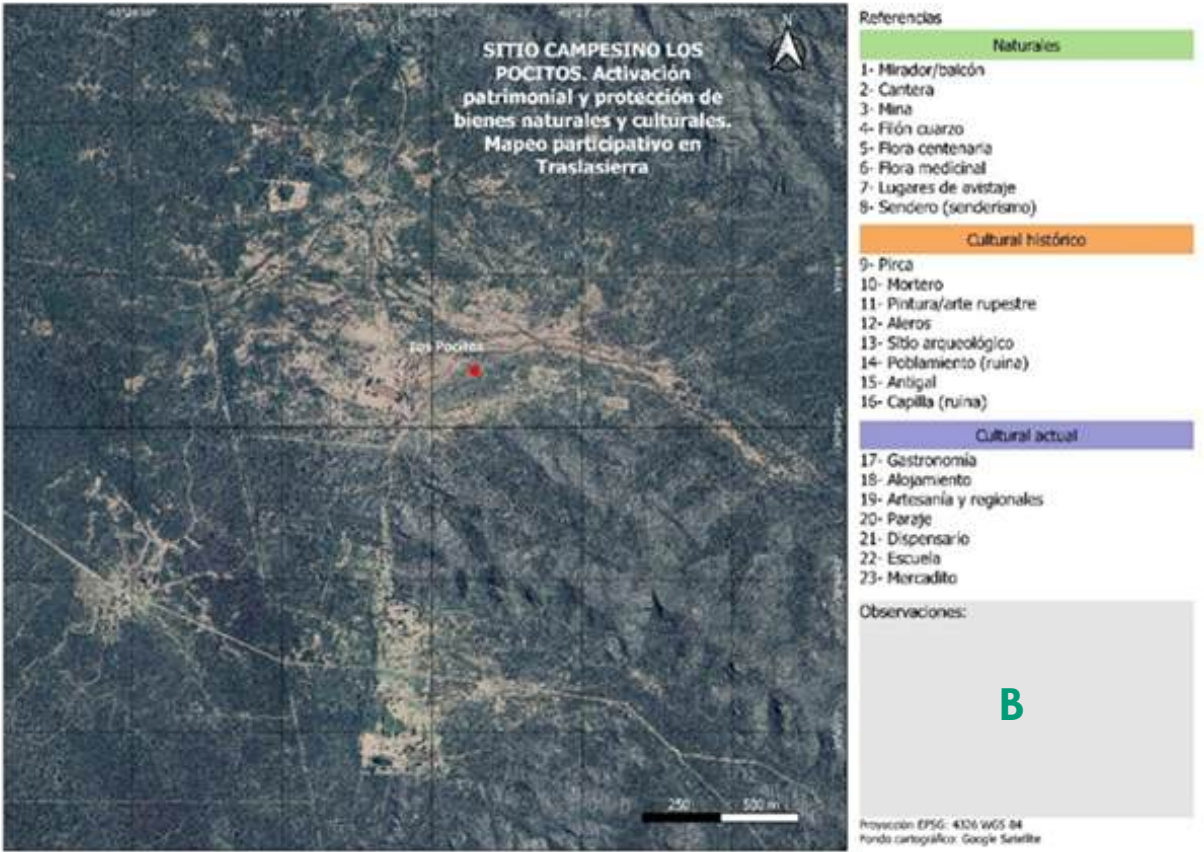
A partir de los mapeos primarios realizados por los pobladores locales en el área norte de amortiguamiento se definieron cinco potenciales circuitos turísticos a recorrer y los elementos naturales y culturales con potencialidad turística a relevar (imagen 1 a, b y c). Estos mapeos incluyeron caminatas por senderos agrestes en los que se fueron relevando los elementos naturales y culturales del territorio que podrían considerarse atractivos turísticos, tales como monumentos históricos, vestigios arqueológicos, formaciones geomorfológicas, ejemplares de flora y fauna característica, paisajes representativos y puntos panorámicos, entre otros. También se marcaron los caminos que se utilizan habitualmente para acceder a estos sitios. Los puntos e itinerarios se ubicaron en el mapa base en papel y también se posicionaron geográficamente con la aplicación de geolocalización *Locus Map* – instalada en los teléfonos celulares de los participantes –, junto con los registros fotográficos correspondientes. El uso de esta tecnología permitió a los pobladores involucrarse en la recolección de datos geospaciales de su territorio a través de la capacitación, durante el recorrido, en el uso de la aplicación de navegación terrestre.

Imagen 1 a.
Circuitos turísticos de Santa Rita, Reino de Fió y Loma Negra;

1 b. Circuito turístico Los Pocitos y

1 c. Circuitos turísticos de Ampiza y Aguas de Ramón





5) *Experiencia gastronómica y evaluación de servicios*

Por otra parte, durante las dos jornadas de mapeo colaborativo se visitaron potenciales lugares para ofrecer gastronomía y alojamiento en el sector, con el fin de experimentar la comida local y evaluar las comodidades de ambos servicios, teniendo en cuenta el contexto, así como las disponibilidades y las idiosincrasias de los pobladores-oferentes”. De esta manera, los participantes, al asumir sus roles, no solo contribuyeron al relevamiento de posibles atractivos turísticos, sino que también actuaron como potenciales turistas para valorar la experiencia desde esa perspectiva.

6) *Sistematización y diseño de mapas temáticos*

Una vez concluida la recolección de datos, y ya en el gabinete, se realizaron reuniones de trabajo entre los miembros del grupo para sistematizar la información y realizar los ajustes pertinentes para su posterior materialización en mapas temáticos. Los puntos relevados en campo desde la aplicación de geolocalización se exportaron a QGis 3.34 con el objetivo de diseñar los mapas temáticos imprimibles de los seis posibles circuitos turísticos a desarrollar. A continuación, se exponen a modo de ejemplo el resultado del relevamiento en la casa de Carmen -Santa Rita- (mapa 3) y en Los Pocitos (mapa 4). El primer potencial circuito turístico ofrece un recorrido de 650 metros en el que se aprecia las características de la producción cabrera campesina propia de la zona. Durante este trayecto, los visitantes podrían conocer no solo las técnicas de cría y cuidado de cabras, la flora nativa del lugar y apreciar paisajes de las sierras desde los miradores, sino también adentrarse en la historia y en los valores que sustentan la lucha campesina, considerando que la propietario del campo es una de las referentes del Movimiento Campesino de Córdoba (MCC), lo que contribuye a transmitir de manera efectiva los objetivos y la finalidad de su lucha por la tierra y la soberanía alimentaria.

Además, su propiedad cuenta con un espacio gastronómico en el que los visitantes podrían disfrutar de un típico desayuno de campo. Este incluye mate cocido yerbeado con hierbas serranas, pan casero y tabletas de dulce de algarroba, productos que resaltan la riqueza de la tradición culinaria local y la conexión con la tierra.

El circuito planteado no solo es una oportunidad para vivenciar una producción agropecuaria sostenible, sino también para reflexionar sobre la importancia de la defensa de los derechos campesinos y el papel fundamental que desempeñan en la preservación de la biodiversidad y del patrimonio cultural de la región.

En cuanto al segundo potencial circuito turístico de Los Pocitos, corresponde a un paraje que alberga cinco viviendas y es reconocido por sus po-

zos naturales visibles en los afloramientos rocosos, los que dan nombre al lugar. El recorrido se inicia por un sendero natural y arqueológico, el cual comprende un tramo corto de 171 mts y otro largo de 1260 mts, por los que los visitantes pueden optar. En la senda se puede apreciar una cantera de cuarzo abandonada, así como una gran riqueza florística nativa y diversos miradores naturales. También se observan diferentes reservorios de agua en los afloramientos rocosos, que refuerzan la identidad de Los Pocitos. Los morteros y los aleros, añaden capas de historia a la experiencia contada por sus pobladores. Este circuito turístico no solo resalta la belleza natural del lugar, sino también su rica historia, ofreciendo a los potenciales visitantes una inmersión en la cultura local y en el entorno ecológico que lo rodea. Asimismo, se ofrece servicio de gastronomía con comidas típicas de la zona y venta de productos regionales.

7) Difusión y sostenibilidad de la experiencia

La cartografía elaborada fue puesta a disposición de los participantes en formato digital para su revisión colaborativa. Tras implementar las modificaciones sugeridas, se imprimieron los mapas temáticos detallados de cada recorrido. El recurso gráfico colaborativo resultante fue entregado en soporte papel a los miembros de la comunidad, para ser socializado y utilizado como material de planificación y difusión turística del espacio que habitan.

Dicha experiencia de mapeo colaborativo permitió a los pobladores no solo revalorizar su entorno, preservando las expresiones históricas, arqueológicas y ambientales, sino también adquirir habilidades en el uso de herramientas de geolocalización, promoviendo la equidad en el acceso a la información y al manejo de tecnologías modernas entre miembros de diferentes grupos etarios.

Entendemos que la articulación con comunidades locales en procesos participativos requiere de un perfil técnico y personal diferente al de las experiencias académicas tradicionales. El enfoque aquí no debe centrarse únicamente en los resultados esperados, sino en la utilidad de la propuesta para los habitantes locales. Desde esta perspectiva, los mapas temáticos resultantes no se consideran un fin en sí mismos, sino un medio para que las comunidades impulsen nuevas oportunidades económicas en el ámbito del turismo rural comunitario. Por lo tanto, consideramos que la continuidad de estos esfuerzos y la atención a las necesidades de formación son cruciales para el desarrollo sostenible de la región.

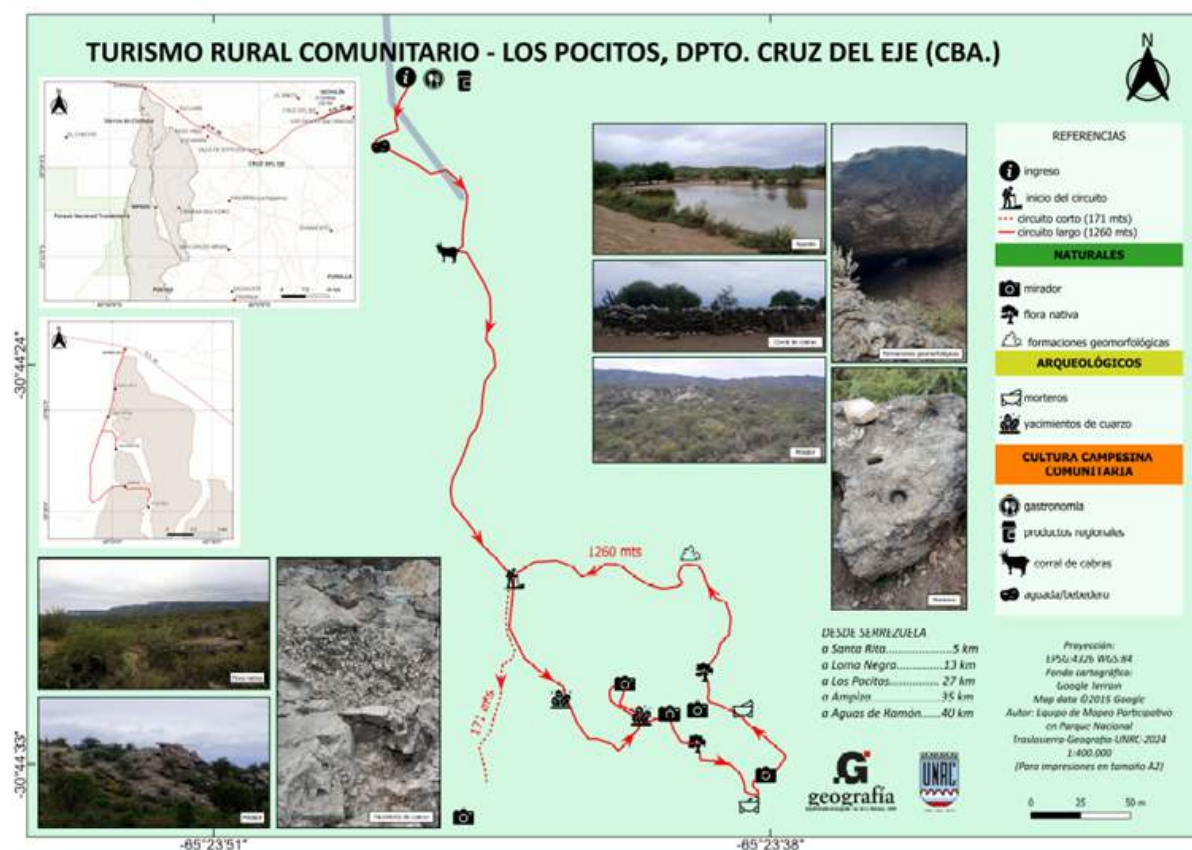
Mapa 3.

Resultado final del proceso de sistematización de los datos del circuito turístico Santa Rita. Mapa diseñado para ofrecer una guía detallada y accesible. Ideal para su uso en folletería y como herramienta de referencia para visitantes y operadores locales.



Mapa 4.

Resultado final del proceso de sistematización de los datos del circuito turístico Los Pocitos. Mapa diseñado para ofrecer una guía detallada y accesible. Ideal para su uso en folletería y como herramienta de referencia para visitantes y operadores locales.



Reflexiones finales

La experiencia extensionista en el área norte de amortiguamiento del Parque Nacional Traslasierra como aporte al desarrollo del turismo rural comunitario, permitió constatar la importancia de adoptar un enfoque participativo e inclusivo. Este enfoque no solo permite a las comunidades locales beneficiarse en términos económicos, sociales y culturales, sino que también las convierte en protagonistas activos de su propio proceso de transformación territorial. La implementación de herramientas tales como el mapeo colaborativo y las geotecnologías ha sido esencial para democratizar el conocimiento en estos territorios históricamente marginados y fomentar un sentido de pertenencia y empoderamiento entre los habitantes.

La propuesta de capacitación estuvo orientada a proporcionar habilidades en el uso de herramientas vinculadas a los SIG, que permitieran a las comunidades gestionar sus propios recursos y participar en la toma de decisiones que afectan a su vida cotidiana. Esto crea un vínculo directo entre la preservación del patrimonio y el desarrollo socioeconómico. Por lo tanto, la experiencia demostró que es crucial seguir fomentando esta apropiación tecnológica mediante capacitaciones continuas, para que las comunidades mantengan un control efectivo sobre su territorio y desarrollen una mayor autonomía en sus procesos de desarrollo.

Cabe destacar que esta propuesta ha sido solo un primer avance en el reconocimiento de las potencialidades turísticas del área. La intención es seguir articulando y acompañando a los pobladores locales interesados en desarrollar el turismo rural comunitario como estrategia clave para promover el desarrollo sostenible, integrando la conservación del medio ambiente con nuevas oportunidades económicas que benefician a todos. Para ello, es fundamental la creación de redes colaborativas entre actores locales, instituciones públicas, organizaciones no gubernamentales y universidades, que contribuyan a consolidar un modelo de gobernanza efectivo y un trabajo conjunto a largo plazo. En tal contexto, cada actor debe aportar su conocimiento y capacidades para abordar los desafíos sociales, económicos y ambientales que plantean este tipo de iniciativas.

En cuanto a la valoración de la experiencia, es necesario destacar algunos desafíos que surgieron durante su implementación. Uno de los principales retos fue el manejo adecuado de las herramientas geotecnológicas. Aunque éstas ofrecen un gran potencial para empoderar a las comunidades locales, su implementación requirió conocimiento técnico específico, entrenamiento continuo y la disponibilidad de dispositivos electrónicos capaces de soportar las aplicaciones de geolocalización requeridas. Por lo tanto, en futuras experiencias, es crucial que las capacitaciones sean accesibles y adaptadas a las necesidades locales, para evitar que las herramientas se conviertan en un obstáculo en lugar de una ventaja.

Otro desafío significativo fue el involucramiento de la comunidad en la experiencia. A pesar de los esfuerzos por incluir a los habitantes locales en el proceso, hubo cierta desconfianza en la manipulación de la herramienta, así como su utilidad en el corto plazo para los beneficios potenciales del turismo rural comunitario en el área. Pese a ello, se logró que 25 participantes acreditarán habilidades en el manejo de la herramienta de geolocalización, siendo fundamental seguir fortaleciendo los canales de comunicación y fomentar la participación activa desde el inicio del proyecto, para asegurar un compromiso real y sostenido a lo largo del tiempo.

Asimismo, durante el relevamiento se constató que algunos pobladores locales participantes presentaban miradas disímiles sobre el potencial aprovechamiento turístico del área, por un lado, debido a la falta de servicios e infraestructura, de incentivos y de políticas de promoción por parte del Estado que garantice la implementación de las iniciativas y, por otro lado, sobre la concepción de cómo llevar adelante las propuestas turísticas en el marco de un turismo rural comunitario. Esto último está asociado a las representaciones que tienen sobre el turismo, algunas de las cuales están más vinculadas a concepciones economicistas del turismo de masas, que buscan maximizar los beneficios económicos a corto plazo. El enfoque economicista puede llevar a una explotación insostenible de los recursos y a una visión desalineada con los objetivos de conservación, así como con los de revalorización del patrimonio cultural e identidad de la comunidad. Esto contradice los postulados del turismo rural comunitario, que plantea un desarrollo turístico que respete y preserve los recursos naturales y culturales, al tiempo que promueve la participación activa de la comunidad en la gestión y toma de decisiones.

En función de ello, es crucial fomentar un diálogo abierto y constructivo entre todos los actores involucrados, a través de la creación de espacios de negociación en donde se puedan discutir y armonizar las diferentes perspectivas, buscando un equilibrio entre el desarrollo económico y la conservación del patrimonio cultural y natural.

Para concluir, se considera que, para lograr un desarrollo sostenible del turismo rural comunitario en el área norte de amortiguamiento del Parque Nacional Traslasierra, que propicie el involucramiento activo de sus pobladores, es necesario seguir fortaleciendo este tipo de iniciativas desde un enfoque participativo, equitativo y tecnológicamente inclusivo. Este enfoque debe promover un desarrollo territorial basado en la conservación del patrimonio cultural y natural, además de garantizar el bienestar de la comunidad local. En este sentido, el trabajo de extensión articulada entre diversos actores e instituciones, así como la participación activa de la comunidad, son fundamentales para la planificación y el manejo sostenible del territorio en torno a las áreas naturales protegidas.

Bibliografía

Agüero, R. y Agüero, D. (Comps.) (2016) Traslasierra: territorio y agricultura familiar. Río Cuarto: UniRío Editora.

Álvarez Ávila, C. y Palladino, L. (2019). Lo que el GPS no registra: Diálogo de saberes y mapeo colectivo del territorio ancestral indígena de San Marcos Sierras, Córdoba. +E: Revista de Extensión Universitaria, 9(10), 17-37. Disponible en: <https://doi.org/10.14409/extension.v9i10.Ene-Jun.8287> [2024, 10 de agosto].

Azócar Fernández, P. (2016) Nuevas prácticas cartográficas: Democratización de la cartografía mediante las geotecnologías y su impacto en el desarrollo local. Revista de Estudios Políticos y Estratégicos, 4(2), 54-71.

Cáceres, C. (2015) Valorización turística en el sur de los Valles Calchaquies Salteños. Transformaciones socio-territoriales a partir de la conformación de la Red de Turismo Campesino. Tesis de Maestría en Políticas Ambientales y Territoriales, Universidad Nacional de Buenos Aires, Buenos Aires.

Cáceres, C., Troncoso, C. y 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.

Catalano, B., Trivi, N.A., Hissa Pepe, S. y Sosa, E. (2024) Realidades campesinas y narrativas sobre el turismo en Chancaní (Córdoba, Argentina). Aportes y Transferencias, 22 (1), 27-43.

Crova, J. y Peralta, J. M. (2013) Proyecto de Turismo Rural de Alto Río Percy. II Foro Latinoamericano de Desarrollo Sostenible, Rosario, Santa Fe.

Diez Tetamanti, J. M., Escudero, H. B., Carballeda, A., Barberena, M., Hallak, Z., Rocha, E., Massera, C., Vázquez, A., Barceló, M., Coñuecar, V., Gómez, P., Gómez, D., Feü, C., Martínez, N., y Romero, N. (2012). Cartografía social: Investigaciones e intervención desde las ciencias sociales: Métodos y experiencias de aplicación (1ª ed.). Universitaria de la Patagonia.

Feria Toribio, J. M. (2013) El patrimonio territorial: algunas aportaciones para su entendimiento y puesta en valor. Revista Electrónica E-RPH, N° 12, 1-25.

Forneris, L. (2014) Diagnóstico para el desarrollo del Turismo rural comunitario en el Parque Nacional Lanín. Tesina de Licenciatura en Turismo, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca.

Gallo, G. y Fernández, S. (2017) Espacios de capacitación e intercambio de experiencias de Turismo Rural para el desarrollo de los pequeños pueblos entrerrianos. Semana de la Investigación, el Desarrollo y la Innovación. Universidad Nacional de San Martín – UNSAM, Buenos Aires.

Gallo, G. y Peralta, J. M. (2018) Turismo rural comunitario, Buenos Aires. URL: <https://www.teseopress.com/turismoruralcomunitario>

Lizurek, M. y García, D. (2024) Procesos de democratización del turismo en escenarios de desarrollo territorial. Revista Transformar, Año 1, número 1, 151-172.

Lacko, E. (2019) Reflexión acerca del contexto de políticas turísticas ¿indigenistas? El proyecto Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATURC) del Ministerio de Turismo de la Nación Argentina (2008-2019). Revista Antropologías del Sur, N° 12, 197- 223. Disponible en: <http://revistas.academia.cl/>.

Mancini, C.E. y Cayo, G.P. (2021). El Turismo rural de base comunitaria como política pública en los Departamentos de Humahuaca y Valle Grande (Jujuy, Argentina). *I Ayana, Revista de Investigación en Turismo* 12(1), 125-144.

Massiris, A. (2012). Gestión Territorial y Desarrollo. Hacia una política de desarrollo territorial sostenible en América Latina. (1ª ed.) Bogotá. Colombia. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia: Colección Investigación Uptc.

Pastor, G. C. y Torres, L. (2010). ¿Turismo en territorios periféricos?: algunas reflexiones a propósito de un estudio de caso en el 'desierto de Lavalle' (Mendoza, Argentina). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(2), 163-181.

Rufini, S., Hissa Pepe, S., Garrido Millán, A. y Trivi, N.A (2023) Dilemas del desarrollo turístico en Chancaní: una reflexión en campo. En: Valinotti, M.F.; María Florencia Valinotti, González Asis, I, Barrera Calderón, E. y Quevedo, C. (Comps.) *Capitalismo, Estado y conflictividad en la Provincia de Córdoba- 1a ed - Río Cuarto: UniRío Editora, 2023.*

Zoido, F. (ed.). (2001). Informe de Desarrollo Territorial de Andalucía. Sevilla: Universidad de Sevilla-Endesa.

Marketing intercultural. Experiencia de co-creación en Turismo Rural Comunitario junto a la Comunidad de Santa Ana

Intercultural Marketing. Co-creation experience in Community-Based Rural Tourism with the Santa Ana Community

Damián Demaro

Facultad de Artes, Universidad Nacional de La Plata,
Argentina
damian@demaro.com.ar

Resumen

El presente artículo relata una experiencia de Turismo Rural Comunitario (TRC) – en otros países denominado Turismo indígena – a partir de una metodología de práctica situada llevada adelante junto a la comunidad de Santa Ana en Jujuy, con el fin de promover una propuesta de comunicación, diseño y marketing orientada a fortalecer el destino como opción turística. Este poblado se emplaza en la ruta que se denomina “De la Quebrada de Humahuaca a las Yungas” en dicha provincia del norte argentino. Allí habitan comunidades de pueblos originarios que ofrecen experiencias de turismo indígena y se posicionan como actores centrales en el intercambio generado a partir de su sabiduría y conocimiento ancestral.

La propuesta permitió una transformación de los actuales procesos de comunicación de la comu-

Abstract

This article describes an experience of Community-based Rural Tourism (CBRT) – referred to in other countries as Indigenous Tourism– based on a situated practice methodology carried out in collaboration with the community of Santa Ana, Jujuy. The aim was to promote a communication, design and marketing proposal intended to strengthen said destination as a tourist option. Santa Ana is located along the route called “From la Quebrada de Humahuaca to the Yungas” in said northern province of Argentina. It is inhabited by communities of indigenous peoples who offer experiences of indigenous tourism and are positioned as key actors in the exchange that arises from their wisdom and ancestral knowledge.

The initiative enabled a transformation of

nidad a partir de una estrategia de planificación compuesta por líneas de trabajo que sumaron la producción de piezas comunicacionales y jornadas con los miembros de la comunidad destinadas a incrementar el uso de herramientas de difusión para mejorar el diálogo con el público interesado en la visita al destino. Estas líneas emergieron de un diagnóstico situacional previo y del diálogo generado a partir de la integración durante la estadía junto a la comunidad.

La participación de la mirada sobre el diseño, la comunicación y el marketing en los emprendimientos de TRC conjuntamente con la metodología de práctica situada permite un posicionamiento de mayor competitividad a las alternativas de turismo nacional e internacional existentes con el objetivo de aumentar el atractivo y el interés de los turistas que arriban al lugar. Por tanto, este abordaje transdisciplinar muestra cómo la intervención, a partir de la técnica de co-creación, permite un intercambio de saberes y conocimientos que encuentra su síntesis en la interculturalidad de reconocimiento mutuo, necesaria para el fomento del TRC.

Palabras clave: Interculturalidad, marketing, práctica situada, turismo rural comunitario.

the current communication processes of the community through a planning strategy comprising several of lines of work. These included the production of communication materials and workshops with community members, aimed at enhancing the use of dissemination tools to improve the dialogue with the public interested in visiting this destination. These lines of work emerged from a prior situational diagnosis and from the dialogue generated from the integration during the stay with the community.

The inclusion of perspectives on design, communication and marketing in the CBRT initiatives, together with the situated practice methodology, enhances the destination's competitiveness in relation to existing national and international tourism alternatives. This aims at boosting the area's attractiveness and tourist interest. Therefore, this transdisciplinary approach demonstrates how intervention, based on the technique of co-creation, allows for an exchange of knowledge and know-how that culminates in a form of interculturality based on mutual recognition, which is essential for the promotion of CBRT.

Keywords: Interculturality, marketing, situated practice, community-based rural tourism.

Diálogo transdisciplinar como punto de partida

El Turismo Rural Comunitario (TRC) desarrollado por pueblos originarios propone intercambios y experiencias únicas entre dos o más culturas. Esto no solo sucede cuando se realizan las vivencias como turista o anfitrión, sino también en el estadio de desarrollo del proyecto/producto donde profesionales y técnicos interactúan con emprendedores y habitantes de las comunidades. Es aquí cuando la disciplina se evidencia en el desafío de pensar la internacionalización de un marketing intercultural. En este sentido Sahlins (1999) expone que muchos autores predijeron la desaparición de pueblos originarios a partir del auge del progreso y el desarrollo que fueron ganando espacio en la vida urbana. Sin embargo, lejos de ello, los pueblos originarios se acoplaron a las transformaciones de la modernidad y lograron la reorganización en nuevas formas culturales emergentes. El autor define este movimiento como “indigenización de la modernidad”.

El mencionado concepto es trascendental en el abordaje de esta experiencia, la cual se propone partir de la práctica en territorio tomando como referencia esta idea de Sahlins y sugiriendo como concepto la “indigenización del marketing”. Con esta expresión se promueve un nuevo sentido en la apropiación de las herramientas de mercado, atravesado e interpelado por la lógica de otras culturas: el aporte de un “marketing a favor de comunidades originarias” con epicentro en la búsqueda del diálogo entre la visión globalizada de un mundo capitalista y la diversidad cultural en convivencia e interacción.

Esta propuesta intenta revertir la existencia de una construcción del marketing asociada a la mercantilización, la banalización, la pérdida de identidad y la escenificación. Una historia que la misma actividad ha construido en muchos aspectos y es la que suele resonar en diferentes sectores. No solo se presenta en las comunidades indígenas, sino principalmente en algunos actores cercanos, como por ejemplo los capacitadores en Turismo Rural Comunitario.

La etapa de auge del marketing en Argentina se asocia a los años 90 y la instauración de la globalización como etapa emergente del capitalismo, asociada al uso de la tecnología y al dominio de internet en espacios vinculados al mundo económico y financiero. Según una de las primeras definiciones de Kotler (1993), referente en la disciplina, el marketing consiste en una fuerza que piensa en el cliente y lo sirve, aprovechando la capacidad industrial de un país para satisfacer deseos materiales de la sociedad.

Pero en este aprovechamiento que el marketing realiza, también se acopla a nuevas formas o etapas que el sistema capitalista adopta a través del tiempo. Es así que aparece la definición de marketing como un proceso social y organizacional mediante el cual los individuos adquieren lo que necesitan y satisfacen sus deseos a través de un intercambio de valor con otros (Kotler

y Armstrong, 2013). Más allá de la razón intrínseca al sistema, la posición ideológica que el marketing aplica en estos tiempos, asume cierto diálogo con la diversidad cultural, y para ello es necesario su complementariedad con otros campos.

En la misma línea de la construcción de la referencia que se hizo al inicio sobre la “indigenización del marketing”, el antropólogo Santana Talavera (2004) hace una crítica sobre la mirada romántica existente de la identidad originaria, donde rompe con la idea que los pueblos indígenas han quedado ajenos al intercambio con este mundo globalizado. Sin dejar de poner en valor su cultura ancestral, a lo largo del tiempo estos intercambios con el Estado, turistas, ONG’s, capacitadores y otros actores; han transformado la identidad cultural en una construcción donde la mirada de los otros interactúa y, en algunos casos, pasa a ser propia. Es así que esta identidad se encuentra en permanente construcción, no considerándose como totalmente pura y cerrada, sino transformándose a partir de múltiples influencias de variables y aspectos, entre los que se puede citar los propios del marketing.

En esas prácticas diversas se construyen las interacciones y tramas sociales que definen el sentido de la comunicación, tal como lo expresa Martín Barbero (1987), quien la define como un proceso de construcción de sentidos sociales que atiende a esas vinculaciones determinadas por contextos y tiempos en una disputa por instalar los sentidos construidos. En línea con lo expuesto, el autor habla de “mestizaje”, donde no se alude solo a un hecho racial o de un suceso pasado, sino a una trama de tiempos y espacios que construyen el ser y la razón de ser, relacionado con la perspectiva de TRC que aquí se propone:

“(…) la aparición de una sensibilidad política nueva, no instrumental ni finalista, abierta tanto a la institucionalidad como a la cotidianidad, a la subjetivación de los actores sociales y a la multiplicidad de solidaridades que operan simultáneamente en nuestra sociedad” (Martín Barbero, 1987. P.204).

Para continuar el diálogo con esta perspectiva, Frascara (2008) expresa que el diseño o la comunicación son posibles, por la necesidad de transformar una realidad existente en deseada. Si se torna la mirada hacia la historicidad del diseño, al igual que en el marketing, también se encuentra una evolución. En primer lugar, se puede citar el momento histórico de Bauhaus, cuando se decidió que un Maestro de Forma (artista) y un Maestro de Técnica (artesano o técnico), convergieran en un nuevo profesional que debía sintetizar la sofisticación visual y los conocimientos de producción. Setenta años después, el autor afirma la necesidad que el diseño como profesión obtenga una base sólida en las ciencias sociales, con un abordaje multidisciplinario y diverso. Es por esto que hoy, con un mundo más complejo, es inadmisibles pensar en

el diseño y la comunicación por fuera de una construcción transdisciplinar, multiactoral y territorial.

El abordaje dentro de un contexto real, en diálogo con una comunidad de cultura diferente, permite afrontar un desafío desde la comunicación y el diseño transitando estos procesos a partir de una hipótesis que ayude a planificar una estructura. Una hipótesis de diseño opera como un intento de soslayar relaciones y jerarquías sobre una diversidad de estímulos para crear un significado. Una hipótesis es ensayar y atreverse a hacerlo para verificar si funciona (Frascara, 2008). En esta perspectiva, la comunicación se propone salir de la lógica de “agencia de comunicación” o de “estudio de diseño” donde llega un brief del cliente y se trabaja a partir de un intercambio proveyendo estrategias y creatividad; para trabajar en línea con el territorio, entendiendo este proceso de construcción de sentidos sociales que permita transformar la realidad.

El rol de la comunicación y del marketing establece una tensión y, tal como lo explica Mediano (2004), confronta las diferencias entre las necesidades y el tipo de información. En el caso de turismo de masas, la comunicación tiene como principal objetivo generar la compra de un determinado producto por parte del consumidor; en cambio en el turismo rural, generar la compra es solo uno de los aspectos, ya que existe un sentido de educación hacia turistas, habitantes e intermediarios a partir de la intervención de las prácticas implicadas en este tipo de turismo.

Entonces promover un intercambio interdisciplinar es enriquecedor tanto para definir y abordar claramente el problema, así como para identificar el público objetivo y crear una estrategia de comunicación eficaz. Pensar la multiactoralidad sobre una “lógica” de TRC permite reconocer a la comunidad como consumidor y creador en un mismo acto, donde el rol de la comunicación es acompañar esas creencias culturales. Es más, la comunicación como herramienta de marketing en estos pueblos es un espacio en construcción desde la creencia del consumo, porque quien emite el mensaje (la comunidad) genera productos que exponen su cultura e identidad.

En este sentido se puede considerar el concepto de co-creación como el inicio para transformar el sentido de la comunicación, hacia una mayor participación de la identidad cultural. El concepto de “co-creación” surge del concepto “co-gestión” que propone Bonicatto (2023), quien lo define como una instancia clave para el desarrollo de prácticas integrales, apelando a la presencia de actores territoriales que gestionan en conjunto con actores universitarios o profesionales.

Con este fin, el concepto “comunitario” referido por Maldonado (2005), se expresa con una definición que sintetiza las concepciones del “turismo” y lo “rural” en lo que denomina Turismo Rural Comunitario (TRC) como:

“toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad

y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes” (Maldonado, 2005. P.5).

A partir del mencionado enfoque, se toma el caso de Santa Ana en la provincia de Jujuy como experiencia significativa del trabajo de campo de la investigación que dio origen a este artículo, con el objetivo de impulsar el desarrollo del TRC, potenciando las características arquitectónicas, sociales y culturales que permitan posicionarlo como una alternativa competitiva para el turismo.

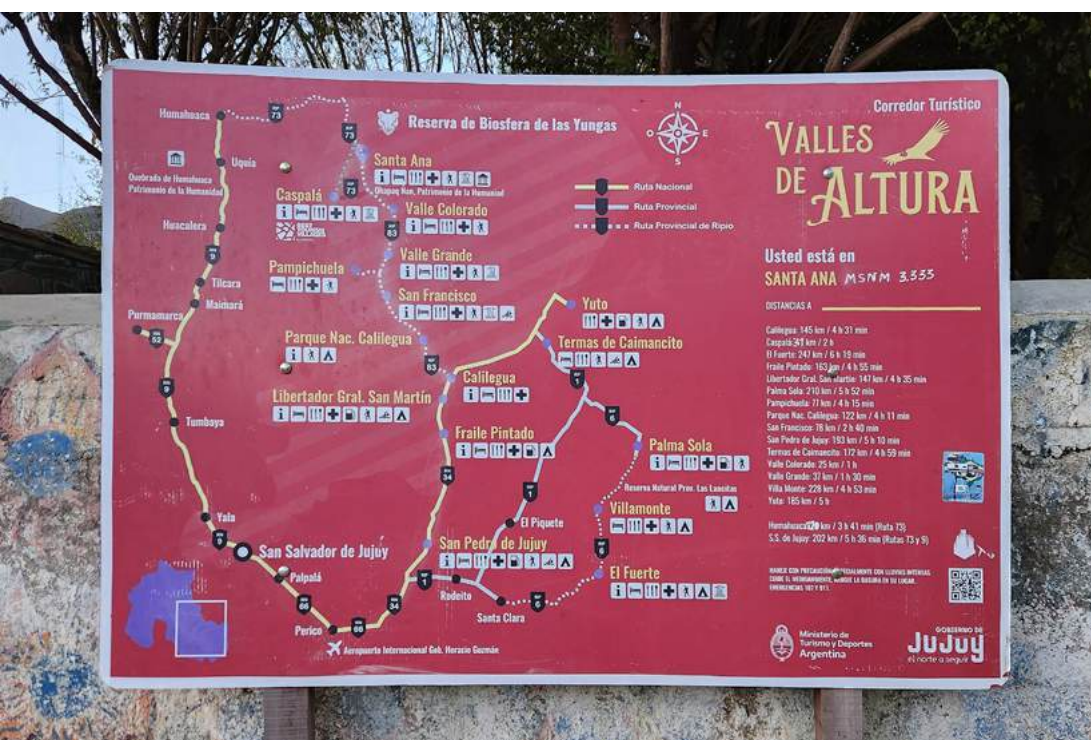


Imagen 1.

Cartel Santa Ana, casilla de Información Turística

Foto: D. Demaro

Indagación territorial a partir de una práctica situada

La práctica de campo propuesta posee un perfil integralista y condensa dos objetivos. Por una parte, explora una metodología de trabajo que hace hincapié en la práctica profesional, y por otra permite establecer si la estrategia de un viaje de intercambio es adecuada para dar respuesta a las problemáticas planteadas apelando a la receptividad.

El abordaje metodológico de *práctica situada* en formato de viaje toma la experiencia de campo producida por Bonicatto (2023) buscando interpe-

lar el hacer universitario en el territorio, lo que conlleva a sistematizar las prácticas universitarias y a proponer un diseño metodológico y estratégico para la intervención en ellas de manera integral. Los objetivos radican en contemplar el desarrollo de actividades teniendo en cuenta la descripción del problema; las disciplinas necesarias para pensar el análisis situacional; las intersectorialidades presentes e involucradas en la problemática; la hipotética intervención y la propuesta de sistematización de la experiencia.

Estas instancias se construyen desde la mirada educativa a partir de la participación de estudiantes y docentes que proponen diferentes desafíos o puntos a tener en cuenta en el diseño, planificación y práctica. Uno de ellos es la *temporalidad*, la vivencia de la práctica en tiempo, actores y situaciones reales. La producción de conocimiento en tiempo real suma nuevas herramientas para el abordaje de las intervenciones situacionales y propone cambiar la lógica instaurada en la dinámica universitaria de producir conocimiento de modo atemporal.

El abordaje *multidisciplinar*, como un segundo elemento, reconoce a los actores sociales como interlocutores activos, capaces de construir conocimiento y métodos de intervención desde diversos campos, es decir, a partir de una idea de intersectorialidad que implica partir de los saberes y las prácticas socioculturales de los/as otros/as y generar un encuentro para la intervención de reconocimiento mutuo.

Las habilidades para trabajar con problemas son determinantes para el abordaje territorial. Se entiende por problema a la distancia existente entre una situación dada y una situación deseada. En términos de Bonicatto (2013) “un problema, entonces, es una variable constituida por una dimensión objetiva –que hace referencia a la situación dada– y una subjetiva –que indica el patrón de deseabilidad establecido por el sujeto–” (Bonicatto, 2013. P.44). Además, un determinado hecho pasa a ser problema según los valores, creencias y perspectivas de cada actor.

La propuesta en el territorio implica el proyecto *Trocar* inspirado en el acto homónimo que describe una práctica andina realizada en los grandes mercados del trueque como hecho político de intercambio, donde los que participan llevan lo que mejor saben hacer –pensando ese hacer como un saber en sí mismo– involucrando recorridos, historia, cultura y tradiciones. Cuando una familia campesina lleva su producción de papas andinas, por ejemplo, con ellas comparte su saber ancestral, los nutrientes de su tierra, su tiempo, sus días de sol, las vivencias de sus últimos meses de trabajo. Todo se encuentra en su manta y en ese puñado de papas que lleva a trocar, para propiciar un intercambio de saberes.

En este sentido es importante identificar las responsabilidades y la participación del grupo que, como facilitadores de proyectos, aporta un valor agregado; genera un incremento de recursos, ideas, capacidades y perspectivas que benefician a todos los integrantes, ampliando sus conocimientos y

experiencias. Esto es clave debido al rol mediador que adquiere el grupo ante situaciones y contingencias que puedan surgir. El desafío de mirar y articular las relaciones humanas implica empatía, motivación y autodescubrimiento. Bajo este concepto, Gallo y Peralta (2018) proponen una serie de condiciones que deben construirse para que el proceso pueda realizarse: sostener una relación de igualdad, respetar tiempos, compromiso del grupo, compartir y hacer circular el conocimiento, construir desde la observación y escucha activa, solo por mencionar algunas.

El proceso de trabajo para la práctica situada en la comunidad de Santa Ana implicó el diseño de una serie de objetivos y metas. Los miembros del grupo participan del proceso de asignación de roles y realización de actividades. Uno de los grandes desafíos a enfrentar fue el escaso tiempo disponible para la vinculación con el territorio, lo cual determinó la estrategia de generar previamente diferentes tipos de contactos con la comunidad. A partir de la información brindada por una guía referente de la comunidad, se generó un mapeo de casi el 90% de los actores intervinientes. Adicionalmente, se generó un mapeo de técnicos o tesisistas que trabajaron en el último tiempo, con el objetivo de determinar estrategias y herramientas implementadas que pudieran ser útiles como antecedentes para el trabajo de campo planificado por el grupo.

La instancia siguiente consistió en organizar una agenda de viaje en dos etapas. Una primera, configuró un viaje de cercanía a la comunidad y a los interlocutores con una reunión de encuentro donde conversar características del proyecto, condiciones de posibilidad de ejecución, necesidades, requerimientos, expectativas y participación en las acciones que se generarían. Asimismo, se propuso la creación de un diagnóstico colectivo que permitiera definir el tipo de trabajo a realizar. De este viaje solo participó el coordinador.

La segunda etapa, se conformó con el viaje grupal, donde se definieron las acciones de cada uno de los miembros del equipo de trabajo con el fin de generar las producciones y entregar los materiales durante la semana de permanencia en Santa Ana. La modalidad de práctica situada propone cerrar el trabajo durante el tiempo de intercambio que dura la experiencia, teniendo en cuenta la posibilidad de ultimar algún detalle en la semana posterior, sin extender la vinculación en el tiempo.

Los interlocutores que formaron parte del circuito de vinculaciones necesarias para acceder al lugar fueron emprendedores, agencias y técnicos en turismo; personal del Estado y referentes de las comunidades. Por su diversa procedencia y, a los fines de lograr los intercambios necesarios, se diseñaron estrategias individualizadas que permitieran acceder a cada parte interviniente, respetando así a las comunidades originarias y los roles de cada uno.

En relación a la implementación de los instrumentos necesarios para el abordaje metodológico participan docentes, egresados y estudiantes de la UNLP divididos en dos equipos: uno de ellos realiza la búsqueda y análisis de

información previa y el otro grupo conforma equipo de trabajo de viajeros. En relación a la estadía, se prevé dialogar con los lugareños y compartir la experiencia que Santa Ana brinda en términos de TRC con el objetivo de definir en conjunto los problemas y el desarrollo de soluciones de comunicación, marketing y diseño.

La técnica *Mystery Shopper*, implementada en la etapa de investigación previa, arrojó los primeros datos en cuanto a los puntos sensibles a mejorar en términos de comunicación y difusión de información. La implementación de esta técnica implica actuar como *cliente fantasma* o *cliente misterioso*, y permitió evaluar la comunicación del servicio existente en la localidad a partir de la constitución de cuatro tipologías de turistas, que permitieron identificar la calidad de atención y lo referido al producto turístico.

Como resultado se detectó la fortaleza del trabajo de la voz en la comunicación como algo muy positivo. La cadencia de la voz y las expresiones son muy características del norte argentino, por lo que se tornó interesante encontrar una estrategia para resaltar esta cualidad como herramienta de comunicación, por ejemplo, un spot con voz en off y fragmentos informativos con los actores hablando a cámara.

La siguiente etapa se caracterizó por la realización de los dos viajes. El primero tuvo como objetivo la aproximación al territorio y se conformó de una serie de entrevistas con los actores involucrados para definir roles y vinculaciones necesarias para el desarrollo de la segunda etapa (viaje grupal). Previamente al arribo se envió la presentación del proyecto y la agenda tentativa de temas, con una fecha de reunión principal en la que participan los actores y referentes de la comunidad, y los ejes principales para conversar en ella.

En dicha reunión se propuso una dinámica de intercambio para detectar en conjunto las necesidades de comunicación existentes y definir la “agenda de problemas”. Esto permitió también observar la vinculación existente entre los actores, los intercambios entre ellos y concluir en un diagnóstico general previo al viaje grupal. Algunas primeras reflexiones que se manifestaron en el encuentro estuvieron vinculadas a la falta de información de los aspectos de la propuesta.

Con respecto al objetivo de detectar en conjunto las necesidades de comunicación existentes, se fue llevando a abrir un diálogo y a recuperar las múltiples respuestas que surgieron. Las estrategias que resultaron consensuadas fueron la creación de contenido con el objetivo de posicionar a Santa Ana como destino turístico y proveer a cada emprendedor de fotos y textos de presentación, para luego convertirlos en flyers (con una estética compartida) y ser difundidos por *WhatsApp* y otras redes sociales.

El segundo viaje fue grupal. Debido a una serie de actividades de la comunidad, la agenda prevista se vio modificada y se optó por trabajar sobre el objetivo de desarrollar el Producto Mínimo Viable (PMV), el cual consistía

en generar cinco fotos y un texto para cada emprendimiento. Por otro lado, debió ajustarse la propuesta del producto medio que buscaba convertir ese material en un flyer y el producto de máxima que proponía desarrollar un spot publicitario a los nuevos tiempos. Se coordinaron 3 pequeños equipos con actividades y funciones concretas para cada uno. El trabajo se desarrolló en base al objetivo de terminar la totalidad de las piezas: spot publicitario, carpeta con fichas diseñadas y una selección de diez fotos por emprendedor. Finalmente se preparó una presentación para la comunidad a los fines de mostrar el trabajo realizado en la que participaron más de cincuenta personas.



Imagen 2.

Esquema de planificación de acciones de la práctica situada.

Elaboración propia.

Transitar el proceso y consolidar el objeto

A partir de las necesidades manifestadas en la reunión general y contemplando los tiempos para definir las piezas o acciones a realizar la estrategia integral de la comunicación, se organizó una clasificación para trabajar con los grupos de emprendedores. Se clasificaron en (A) 6 hospedajes y (B) 3 comedores, para los cuales se definieron 5 fotos con una línea estética y calidad compartida que permitiera el equilibrio y minimizar la competencia interna; (C) 2 grupos de artesanas y (D) 5 guías que realizan 3 productos turísticos, para quienes se definió un video y no hubo límites en cantidad de fotografías. Esta definición se toma consensuada con la comunidad por tratarse de productos característicos de la identidad de Santa Ana.

El desafío con dos grupos de artesanas (Flor de Altea y Warmi Pura) fue la búsqueda de un equilibrio que evitara una mirada competitiva. En *Flor de Altea* se registró el taller de bordado y una demostración de sus técnicas y procesos; ya que se trata de una de las actividades que tienen planteada como producto turístico. La propuesta fue realizar la producción en Abra del Valle, mirando el atardecer. La actividad con el segundo grupo, *Warmi Pura*, consistió en la visita a un campo cercano al pueblo, donde desplegaron su producción de rebozos, mantas y prendas. En ambos casos el desafío fue lograr que todas las mujeres se expresen; equilibrando la voz y la participación de todas las integrantes.

Fichas para hospedajes

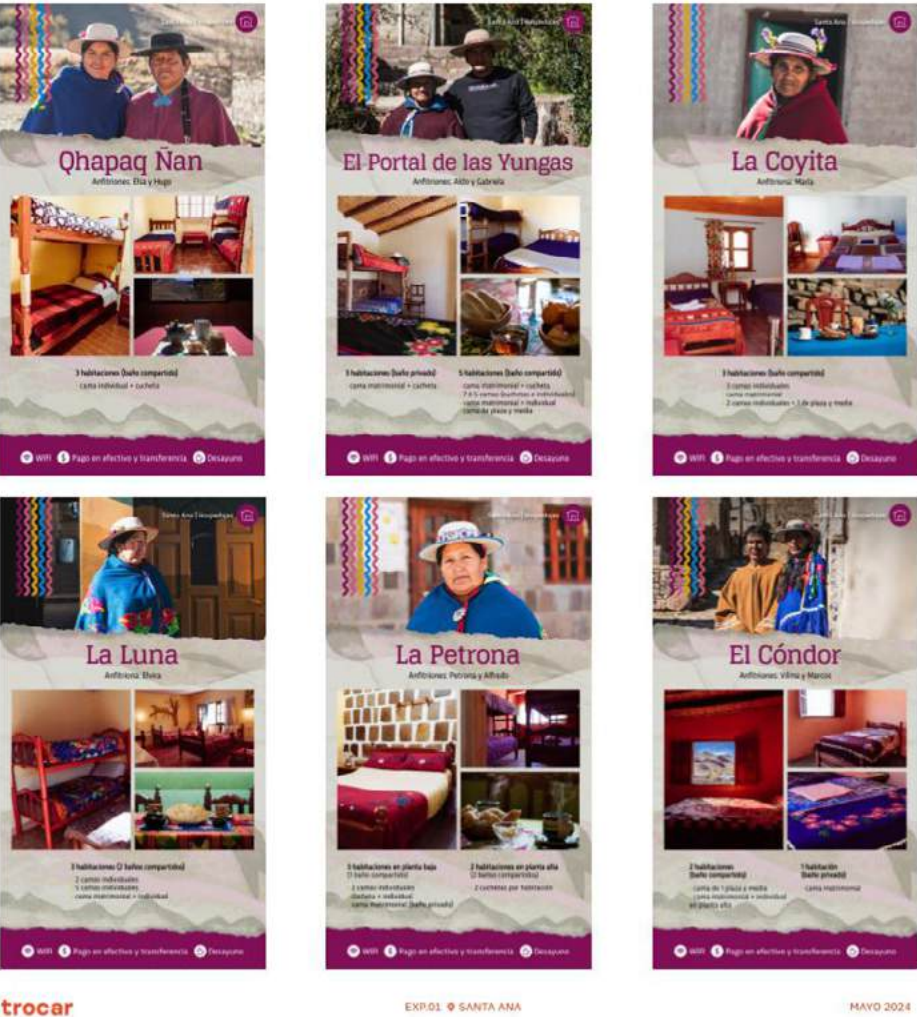


Imagen 3.
Piezas comunicacionales
para hospedajes.
Elaboración equipo Trocar..



Imagen 4.
Taller de artesanías con el
grupo Flor de Altea.
Foto: Facundo Rejala.



Imagen 5.

Taller de artesanías con el grupo Warmi Pura.

Foto: D. Demaro.

Fichas para grupos de artesanías



trocar

EXP.01 SANTA ANA

MAYO 2024

Imagen 6.

Piezas comunicacionales para grupos de artesanías

Elaboración equipo Trocar.

El grupo de guías ejerce el TRC de una manera más genuina, ya que comparten el trabajo y no poseen un sentido de competencia entre sí. Esto hizo que se pusieran en el centro de la escena los recorridos como productos turísticos más que a ellos como referentes individuales, potenciando así el atractivo de Santa Ana. Se les propuso hacer piezas gráficas bajo el concepto de circuito-producto y no desde la personalización de cada guía.

Se registró el amanecer en el mirador Abra del Valle, uno de los productos turísticos identitarios de Santa Ana, el mismo lugar de registro del atardecer que se realizó con uno de los grupos de guías. El tercer destino eran los 2,9

kilómetros del *Qhapac Ñan*. Aquí se trabajó mucho en generar confianza ante las cámaras; se acompañó a sus integrantes mujeres a vencer los miedos, a mirar a cámara y a la vez se buscó que todas tengan una participación, para generar un balance de protagonismos entre mujeres y hombres.



Imagen 7.
Guías de turismo en el *Qhapac Ñan*.
Foto: Facundo Rejala

Fichas para circuitos guiados

Santa Ana Circuitos guiados

Circuitos guiados

Qhapac Ñan (Camino del Inca)
Qhapac Ñan con Amanecer
Amanecer en Santa Ana
Atardecer en Santa Ana
La antigua mina sólo con MARCOT
City Tour (consultar)

Guías autorizados

Claudia Fernández +54 9 388 475-8852
Marce Cruz +54 9 388 330-5835
Margarita Luere +54 9 388 461-3235
María Cruz +54 9 388 525-3735
Nilda Arias +54 9 388 510-8621

Recorrido con guías autorizados. Consultar tarifas y reservas

Santa Ana Circuitos guiados

Atardecer en Santa Ana

Caminata hasta el Mirador de la Cruz y vista de la puesta del sol

Extensión: 2,5 km ida y vuelta | Dificultad: media
Duración: 4 hs 2.30 hs | Se retiene: 2 hs

Recorrido con guías autorizados. Consultar tarifas y reservas

Santa Ana Circuitos guiados

Qhapac Ñan (Camino del Inca)

Recorrido por el Camino del Inca

2 personas	Se retiene: recorrido largo	Se retiene: recorrido corto
Extensión: 8 a 10 km	Extensión: 5 km	Extensión: 1.50 km
Dificultad: media	Dificultad: media	Dificultad: media

Recorrido con guías autorizados. Consultar tarifas y reservas

Imagen 8.
Piezas comunicacionales para circuitos guiados
Elaboración equipo Trocar.

Para el spot publicitario, una vez que se tuvieron todas las imágenes de video grabadas, se procedió a desarrollar el guion en conjunto con el texto de locución. Definir el texto del spot era una de las acciones políticas y emocionalmente más sensibles. El equipo tenía que pensar cada palabra, haciendo un chequeo interno entre sus integrantes. El tiempo era acotado y no se contaba con el margen necesario para acordar una reunión que permitiera validarlo con toda la comunidad.

Técnicamente hay una gran distancia entre un texto de una entrevista o un texto publicitario. Dentro de las decisiones de redacción se introdujeron parte de palabras y frases que resonaron en las vivencias de esos días, palabras escondidas en las voces de las mujeres y hombres del pueblo. Algunas de ellas fueron:

- *“en la altura el corazón es más grande”*
- *“en Santa Ana nos conocemos todos”*
- *“un pueblo donde el tiempo es otro tiempo”*
- *“el bordado de rebozos es nuestra identidad, y lo mantenemos vivo de generación en generación”*
- *“nos rodeamos de secos pastizales, pero llevamos el jardín en la cabeza y las flores son nuestra alegría”*



Imagen 9.

Spot publicitario

Realizado por equipo *Trocar*.
Visualizar en: <https://youtu.be/thC5vHW3XFY?si=N-uls-JTd01EmOC92>

Terminado el texto del spot se realizó una primera versión grabada por una integrante del equipo, eso permitía inicialmente realizar la edición de las

imágenes. Mientras tanto el pueblo estaba en los festejos del 25 de mayo, y allí se encontraba Mariel, la maestra presentadora del evento. El equipo se dió cuenta que ella cumplía con las características para grabar el spot, sería la locutora. Se coincidió en elegir una voz femenina y, a la vez, debía ser alguien imparcial, que sea bien recibida por toda la comunidad, ya que existía una tensión generada por la división del grupo de artesanas. Mariel aceptó, y minutos después grabó el texto confeccionado para el spot.

La propuesta culminó con el encuentro en el SUM del pueblo donde se presentó todo el trabajo realizado. Para este evento se confeccionó una presentación en la que se contó todo el proyecto y se seleccionó un nutrido pase de fotos para compartir al público presente. Para cada uno de los emprendedores, se armó una carpeta que fue compartida digitalmente, con la ficha diseñada y una selección de 10 fotos por cada uno. Era importante que esa selección sea balanceada entre los distintos actores. Contaba con la misma cantidad de fotos personales, de fotos de habitaciones, etc. Además, se preparó una presentación para todo el pueblo, en la que se mostraron algunas fotos de “backstage” del equipo trabajando, la presentación de todas las piezas diseñadas y el spot publicitario.



Imagen 10.

Presentación de la propuesta a la comunidad de Santa Ana

Foto: D. Demaro

En el cierre, una vez terminado el encuentro, se realizaron talleres de capacitación con los emprendedores. Se utilizó la estrategia de trabajo en grupos, donde cada uno tenía asignada una dupla conformada por miembros

del equipo. La capacitación tuvo como eje el manejo de herramientas para facilitar la estrategia comunicacional con la producción realizada: envío de las imágenes por WhatsApp, respuesta de mensajes, etc. Por último, se hizo la entrega formal del material.

Primeras evaluaciones con perspectiva de replicabilidad

Para llevar adelante el objetivo de posicionamiento de Santa Ana o hacerlo extensivo a cualquier comunidad que proponga una alternativa competitiva para el turismo, es imprescindible entender que se producirá el encuentro con una cultura diferente; con costumbres, definiciones políticas e historias particulares; las cuales no siempre están alineadas a las reglas del mercado local o internacional. También es necesario reconocer que, al tratarse de un segmento específico, se deja por fuera una gran porción de consumidores.

Esa diversidad también posee una ventaja, ya que tiene el atractivo en un nicho que busca y elige estos destinos con la premisa de conectar con una experiencia. El éxito de encontrar una metodología de trabajo que conecte con la comunidad y habilite lo transparente, auténtico y espontáneo es la clave para alcanzar el objetivo. Esta experiencia demostró que el resultado prioritario no fue solo generar una estrategia de comunicación y diseño, sino también comprender y descubrir la identidad de ese grupo.

Por tanto, cualquier posibilidad de replicabilidad se podrá efectuar teniendo en cuenta la generación de un espacio de intercambio, escucha y observación para reconocer esta identidad y construir una estrategia en base a ella. Esta definición fue acertada para que el equipo de diseño y comunicación asuma su rol en base a la premisa del ser comunitario, de convivir en comunidad, empatizar con sus miembros y, a la vez lograr el objetivo principal de aportar al impulso del desarrollo de TRC a partir de la producción de acciones que se generaran en ese intercambio.

El producto diseñado como práctica situada es un formato totalmente experimental y, a la vez, promovió una propuesta formativa innovadora, el reclutamiento y armado del grupo, la división de roles y el vínculo entre el equipo investigador y el viajero. A la vez permitió trabajar en el vínculo entre los viajeros y la comunidad, capacitar en TRC a los viajeros, la observación de la práctica y la producción que materializó la estrategia de diseño y comunicación. El éxito de esta propuesta radicó en diseñar una dinámica de trabajo e implementarla observando lo que proponen como forma de vida las comunidades originarias. En lo que respecta a tiempos, se cumplió ampliamente con la planificación esperada para el Producto Mínimo Viable que se había establecido inicialmente, y se pudo sumar la producción de la pieza fundamental que es el spot publicitario.

Otro de los puntos clave para lograr el objetivo fue generar un vínculo de confianza con la comunidad a pesar de la premisa de contar con un tiempo acotado en el territorio. Esto fue posible por el contacto previo al viaje, a la búsqueda de acuerdos, al armado del mapa de actores y a la aplicación de la técnica de *mystery shopper* para generar diálogos por *WhatsApp*; solo por mencionar algunos aspectos.

Con relación a la técnica de *mystery shopper* se puede expresar que fue útil para detectar datos positivos, como la cercanía que genera la comunidad con los turistas a partir del tono de voz, la amabilidad y confianza que se expresan en las respuestas por audio; así como también algunos puntos negativos que radican en los tiempos utilizados para dar respuestas, fotografías poco atractivas, exceso de información o comentarios que pueden provocar cierta ambigüedad en la decisión de quien consulta (como por ejemplo que es un lugar con pocos turistas).

La autenticidad e identidad del producto también se percibió en la devolución del pueblo, donde se destacó que el video ilustraba perfectamente el espíritu de Santa Ana, y las muestras de empatía resonaron en las palabras de Domingo, uno de los vecinos del pueblo: “lo que hizo el equipo fue una clase magistral de trabajo en equipo” destacando que los inspira y motiva a seguir trabajando en el turismo rural comunitario.

Esto contribuyó notablemente para la generación del material comunicacional en el presente y proponer las acciones que luego los prestadores de servicios turísticos lleven adelante por sí mismos en el futuro. Como caso experimental de práctica situada con modalidad de intercambio, se considera que este proyecto puede replicarse a futuro con distintas disciplinas, escenarios y componentes.

Asimismo, el equipo de trabajo logró una articulación de saberes consolidada desde la diversidad de miradas provenientes de las distintas disciplinas y edades de sus miembros, que se vio reflejada en los resultados de la calidad de la producción colectiva. Pensar una práctica situada desde una universidad pública ofrece mayor flexibilidad y amplía esta posibilidad de proyección en otros lugares con experiencias de TRC.

La definición de una estrategia, la producción en territorio –principalmente la realización de un spot publicitario que represente la propuesta del lugar– desde la perspectiva de la co-creación y relatado desde su esencia y su voz; estratégicamente es integrador y pone en escena a las comunidades como anfitriones activos, sin intermediarios. Convivir con la comunidad, activar la escucha y hacerlos partícipes brinda una mayor sensibilidad, emocionalidad y conexión entre la comunidad y los turistas. Esto también promueve una acción a replicar, por la incidencia en la comunicación y por ser pieza de un significativo valor agregado emergente del aporte en la construcción de la indigenización del marketing.

Sin dudas, el abordaje en territorio, transdisciplinar y multiactoral en la

comunicación del TRC es un aporte significativo como parte de la estrategia de marketing, no solo por los resultados sino por el arraigo de las acciones y piezas co-creadas. En este sentido surge la posibilidad de articulación con la Universidad Nacional de Jujuy y el Equipo Trocar de la Universidad Nacional de La Plata para pensar una segunda etapa.

Bibliografía

Bonicatto, M. (2023). Prácticas universitarias integrales. Ringuelet. Prueba de galera editoras.

----- **(2013).** Cap. 4. “Dimensión: caracterización de la demanda”. En Gestión estratégica planificada (GEP). Un método para la gestión en organizaciones públicas. Cuadernos de Cátedra. Facultad de Trabajo Social. Universidad Nacional de La Plata. Edulp.

Frascara J. (2008). Diseño gráfico para la gente. Buenos Aires. Ediciones Infinito.

Gallo, G. y Peralta, J. (2018). Turismo rural comunitario: un aporte metodológico y herramientas prácticas. Buenos Aires. Editorial Teseco.

Kotler, P. (1993). Dirección de la mercadotecnia, análisis, planificación, aplicación y control. México. Prentice Hall.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). Fundamentos de marketing. México. Pearson Educación.

Maldonado, C. (2005). Pautas Metodológicas para el análisis de experiencias de Turismo Comunitario. Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina. Redtours. Suiza. Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Martín Barbero, J. (1987). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona. Editorial Gustavo Gili

Mediano, L. (2004). La Gestión del Marketing en el Turismo Rural. Madrid. Ediciones Pearson.

Sahlins, M. (1999). “What is anthropological enlightenment? Some Lessons of the Twentieth Century”. En Annu. Rev. Anthropol. 28:i-xxiii. <https://www.annualreviews.org/content/journals/10.1146/annurev.anthro.28.1.0>

Santana Tavalera, A. (2004). “Mirar y Leer: autenticidad y patrimonio cultural para el consumo turístico”. En Nogués Pedregal, A. (coordinador) Cultura y Turismo. Andalucía. Signatura Demos Ediciones.

Desarrollo de Capacidades Comunitarias en el Qhapaq Ñan: Diplomatura en Patrimonio y Proyectos Interculturales

Development of Community Capacities in the Qhapaq Ñan: Diploma in Heritage and Intercultural Projects

Mariana Celina Fabbroni

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina
mariana.fabbroni@unq.edu.ar

Marlene Pedetti

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina
marlene.pedetti@unq.edu.ar

Mariana Pérez Márquez.

Universidad de Belgrano. Facultad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina
mariana.perezmarquez@comunidad.ub.edu.ar

Resumen

El Qhapaq Ñan, extenso sistema vial andino, representa un patrimonio cultural fundamental de los pueblos originarios. Reconocido como Patrimonio Mundial por la UNESCO en 2014, constituye un testimonio invaluable de los conocimientos, el intercambio y la gestión territorial de las civilizaciones andinas. Este estudio enfatiza la necesidad de fortalecer las capacidades comunitarias de las poblaciones vinculadas al Qhapaq Ñan, destacando su papel esencial en la preservación y promoción de este legado.

Desde un enfoque de base comunitaria, la investigación propone el análisis del desarrollo de una diplomatura orientada al turismo con identidad, la gestión del patrimonio cultural y el desarrollo sociotecnológico. Los ejes temáticos incluyen desarrollo endógeno, economía circular, manejo integral de recursos naturales y resiliencia cli-

Abstract

The Qhapaq Ñan, the extensive Andean Road system, represents a fundamental cultural heritage of indigenous communities. Recognized as a UNESCO World Heritage Site in 2014, it embodies centuries of knowledge, trade, and territorial management. This study emphasizes the need to strengthen the community capacities of the indigenous populations along the Qhapaq Ñan, highlighting their essential role in preserving and promoting this heritage.

From a community-based approach, the research proposes the analysis of the development of a diploma oriented to tourism with identity, cultural heritage management, and socio-technological development. Key thematic areas include endogenous development, circular economy, integral resource management, and climate resilience. By integrating ancestral

mática. A través de la integración de saberes ancestrales con metodologías contemporáneas, esta formación busca empoderar a las comunidades locales para diseñar, gestionar y evaluar proyectos sostenibles que potencien tanto la identidad cultural como las oportunidades económicas.

Asimismo, el estudio resalta la importancia de la educación y la comunicación intercultural como herramientas para el fortalecimiento comunitario, promoviendo la co-construcción de modelos turísticos sostenibles que respeten y revaloricen el patrimonio indígena. Esta iniciativa busca articular conocimientos tradicionales y desarrollo contemporáneo, fomentando un futuro equitativo y sostenible donde los pueblos originarios sean protagonistas en la protección y valorización de sus paisajes culturales.

Palabras clave: Qhapaq Ñan; Capacidades comunitarias de pueblos originarios; Turismo con identidad; Formación y comunicación

knowledge with contemporary methodologies, the diploma aims to empower local communities to design, manage, and evaluate sustainable projects that enhance both cultural identity and economic opportunities.

Furthermore, the study underscores the importance of education and intercultural communication as tools for community empowerment, enabling the co-construction of sustainable tourism models that respect and celebrate indigenous heritage. This initiative seeks to bridge traditional knowledge and modern development, fostering an equitable and sustainable future where indigenous communities play a leading role in the protection and valorization of their cultural landscapes.

Keywords: Qhapaq Ñan; Community capacities of indigenous peoples; Tourism with identity; Training and communication.

Introducción

El Qhapaq Ñan, una extensa red vial que atravesaba los Andes, constituye un valioso legado del patrimonio cultural de los pueblos andinos que alcanzó su máximo desarrollo durante el siglo XV bajo el Estado Inca o Tawantinsuyu. Según Fabbroni, et al., (2020, pp. 1677) involucraba centros poblados, almacenes, puestos de control, caminos, entre otros. En 2014, el Comité de Patrimonio Mundial de la UNESCO reconoció su importancia global, inscribiéndolo en la Lista de Patrimonio Mundial como un itinerario cultural de carácter transnacional ya que es un ejemplo excepcional de infraestructura y organización, conectando territorios a lo largo de más de 30.000 kilómetros.



Imagen 1.

Camino inca sobre el puente natural, denominado Punto del Inca.

Foto: Elina Albarrán
Fuente: Ministerio de Cultura de la Nación. Secretaría de Patrimonio Cultural. (2020)

El presente estudio se enfoca en la importancia de fortalecer las capacidades comunitarias de los pueblos originarios vinculados directamente al Qhapaq Ñan, resaltando la oportunidad de utilizar este patrimonio como motor para la diversificación productiva y la mejora de su calidad de vida mediante actividades turísticas sostenibles. En este contexto, las comunidades indígenas juegan un rol crucial en la preservación y promoción del Qhapaq Ñan, y su participación es fundamental para el éxito de cualquier iniciativa de desarrollo.

El objetivo de este trabajo consiste en realizar un análisis sobre el impacto de la implementación de una Diplomatura en Patrimonio y diseño de proyectos interculturales para fortalecer las mencionadas capacidades comunitarias de los pueblos originarios a lo largo del Qhapaq Ñan, Argentina.

El turismo con identidad emerge como una estrategia que integra la riqueza cultural del Qhapaq Ñan en un modelo de desarrollo sostenible, promoviendo el respeto y la valorización del patrimonio local, a la vez que genera beneficios económicos y sociales. Además, la formación y la comunicación son herramientas clave para empoderar a estas comunidades, fomentando el conocimiento y la capacidad de diseñar y gestionar proyectos que respeten y fortalezcan su identidad cultural.



Imagen 2.

Sistema Vial red de caminos que integraban el Qhapaq Ñan.

Fuente: Hyslop (1984) y recopilación del Comité Técnico Internacional del Qhapaq Ñan. En el Plan de Gestión Maestro Qhapaq Ñan Argentina. (2023).

Desarrollo

Según la ONU Turismo (Glosario de Términos de Turismo), "el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico".

Si bien, esta definición es amplia y flexible, y establece varias características clave de la actividad turística, como ser: 1. Localización: la actividad turística se realiza fuera del entorno habitual de residencia. 2. Motivaciones: las razones para viajar pueden ser variadas, y 3. Impacto Económico: el turismo, a menudo simplificado como la actividad de viajar por placer o negocios, se ha convertido en un motor fundamental para el crecimiento y desarrollo económico de las comunidades locales; ello no significa que aborde la dinámica integral que implica el desarrollo del territorio a través de turismo.

Al respecto, es importante mencionar que, en los últimos tiempos, el turismo ha evolucionado hacia una manifestación de interés por la interconexión cultural, abarcando una interacción profunda con factores sociales, culturales, económicos y ambientales. Y, en este sentido es crucial establecer puentes y alianzas entre la planificación patrimonial y turística, analizando de forma rigurosa la función turística del patrimonio al formular estrategias de planificación y gestión.

De esta manera, las autoras, reconociendo la integralidad y transversalidad del Qhapaq Ñan, parten de la premisa que el turismo debe ser, hoy más que nunca, sostenible sin discusión alguna y por tanto reconocen al turismo sostenible como *"el rumbo que todos los actores del sector deben seguir y ello implica planificarlo, desarrollarlo, gestionarlo, promocionarlo y posicionarlo competitivamente para que los negocios turísticos a nivel local sean eficientes, para que las comunidades locales puedan mejorar sus condiciones de vida, para que sectores vulnerables de un destino puedan, a través del turismo, generar opciones turísticas que les permita diversificar sus ingresos, y por supuesto conservar tanto los recursos naturales y los recursos culturales que son la materia prima del turismo, pero ello también significa mantener la calidad de los paisajes y facilitar la generación de experiencias turísticas que sean únicas y distintivas del territorio"* (Pérez Márquez, 2024).

La relación simbiótica entre patrimonio y turismo se ha fortalecido en los últimos años, destacando la necesidad de evitar los efectos negativos del turismo no controlado. No todos los sitios patrimoniales pueden ser visitados y la capacidad de recepción de visitantes es limitada. Los destinos patrimoniales presentan fuertes condicionantes territoriales, patrimoniales

y ambientales, especialmente en términos de accesibilidad, movilidad, recuperación funcional e infraestructura.

A su vez, el turismo, entendido como una sociotecnología, implica un sistema de interacciones complejas que abarcan dimensiones físicas, sociales, culturales, políticas, económicas y tecnológicas. Siguiendo la perspectiva de Mario Bunge sobre las sociotecnologías, el turismo se configura como una tecnología social que no solo organiza, sino que también transforma las interacciones humanas y los entornos en los que estas se desarrollan. La teoría de Leiper (1979, pp.404), define el turismo como un sistema que incluye al turista, las regiones generadoras, la ruta de tránsito, la región de destino y la industria turística. La Organización Mundial del Turismo (OMT), citada por Sancho (1994, pp.45), simplifica estos elementos en cuatro componentes esenciales: demanda, oferta, espacio geográfico y operadores de mercado.

En este contexto, el turismo va más allá de ser una simple actividad económica, pues tiene un carácter temporal y experiencial, cuyo objetivo es generar vivencias únicas en los viajeros. Aquí, los operadores de mercado o prestadores de servicios turísticos juegan un rol clave, ya que facilitan la interacción entre culturas diversas. Siguiendo el enfoque de las sociotecnologías, el turismo se convierte en una herramienta para el desarrollo endógeno y la economía circular, potenciando el uso eficiente de los recursos locales, la gestión sostenible del patrimonio cultural y natural, y promoviendo la resiliencia climática en las comunidades receptoras.

Al abordar el turismo desde una perspectiva sociotecnológica, se entiende como un medio que no solo conecta a personas y culturas, sino que también contribuye al desarrollo sostenible mediante la implementación de proyectos comunitarios. Estos proyectos, como los diseñados en la diplomatura sobre Patrimonio y proyectos interculturales, permiten a las comunidades locales utilizar el turismo para fortalecer su identidad cultural y conservar sus recursos naturales, contribuyendo así a una economía más justa y responsable.

De aquí surge el concepto de turismo con identidad, que se desprende del desarrollo con identidad, intrínsecamente ligado a la realidad territorial de cada pueblo. Este tipo de turismo permite a las comunidades ejercer su autonomía y administrar sus territorios de manera sostenible, respetando su cosmovisión, donde la naturaleza, los animales, el territorio y las personas forman un todo en equilibrio.

La autonomía y el desarrollo propio son derechos consagrados en el Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 1989), ratificado en nuestro país a través de la Ley 24.071. Practicar el turismo con identidad implica estar predispuesto a enriquecerse con otras cosmovisiones y formas de uso del espacio, y a presenciar una relación con la naturaleza diferente a la cotidiana en las grandes ciudades.

En este contexto, fortalecer las capacidades de las comunidades locales les permitirá un empoderamiento mediante la educación y el fortalecimiento de

competencias en gestión de patrimonio y proyectos interculturales.

Las capacidades comunitarias de los pueblos originarios son la habilidad colectiva de una comunidad para actuar de forma eficaz y alcanzar objetivos que mejoren su calidad de vida, esenciales para el desarrollo sostenible y el empoderamiento social. Estas capacidades incluyen elementos como la conciencia comunitaria (entendimiento de necesidades y potencialidades), compromiso (participación activa), establecimiento de objetivos (definir y perseguir metas comunes) y acceso a recursos (movilización de recursos necesarios). Se conceptualizan como un proceso en construcción que evoluciona con el tiempo. Autores como Goodman et al. (1998. pp. 258), Chaskin et al. (2001, pp. 291) y Laverack (2005. pp. 167) destacan la interrelación de sistemas para la mejora de la calidad de vida y el desarrollo comunitario a través de la acción colectiva.

Las tradiciones ancestrales son fundamentales para el desarrollo sostenible, integrando conocimientos transmitidos a lo largo de generaciones que incluyen el manejo integral de recursos naturales, donde se conservan bosques y biodiversidad; la agricultura tradicional que fomenta la salud del suelo y la resiliencia ante el cambio climático; y el conocimiento sobre biodiversidad, esencial para la gestión responsable de recursos. Además, la espiritualidad y conexión con la naturaleza motivan a proteger el medio ambiente.

Los saberes ancestrales también ofrecen estrategias de adaptación al cambio climático, prácticas de economía circular y un enfoque holístico que combina economía, espiritualidad y biodiversidad. Estos conocimientos contribuyen a la conservación de la biodiversidad mediante técnicas agrícolas sostenibles, la gestión de ecosistemas y la transmisión intergeneracional de prácticas, asegurando la continuidad de estas estrategias en las comunidades indígenas.

Desde el uso público y turístico del Qhapaq Ñan, Argentina cuenta al momento con escasa actividad turística. En parte, ello se debe a que en la casi totalidad de los casos los componentes seriados se encuentran lejos de las capitales provinciales y principales centros de distribución turística regional y/o en zonas aún poco desarrolladas turísticamente. Sin embargo, se identifican: a) pequeñas comunidades con población dispersa cercanas a los sitios que cuentan con mínima infraestructura turística (y en las que se realiza un incipiente turismo rural comunitario); b) pequeñas ciudades que funcionan o podrían funcionar como centros de distribución emergentes, pero para las cuales el Qhapaq Ñan no constituye aún una propuesta turística consolidada (Sosa, 2024, pp.179).

Para potenciar las posibilidades turísticas en torno al Qhapaq Ñan y generar oportunidades de desarrollo comunitario, es pertinente elaborar un programa de educación para las comunidades directamente vinculadas al mismo con un enfoque integrador y respetuoso que busque, no solo preservar y valorar el Qhapaq Ñan, sino también promover un desarrollo co-

munitario sostenible que beneficie a las comunidades locales y fomentar el turismo con identidad.

El objetivo general consiste en desarrollar las capacidades comunitarias de los pueblos originarios a lo largo del Qhapaq Ñan mediante la implementación de una diplomatura promoviendo la conservación del patrimonio cultural, el empoderamiento comunitario y el turismo con identidad. A fin de promover el turismo sostenible y con identidad, fomentar la participación y el empoderamiento comunitario, establecer redes de apoyo y colaboración y desarrollar competencias en gestión de proyectos interculturales.

El marco teórico para la diplomatura en patrimonio y proyectos interculturales, que busca fortalecer las capacidades comunitarias y promover el turismo con identidad como una sociotecnología capaz de empoderar a las comunidades locales en el contexto del Qhapaq Ñan se construye con el siguiente cuerpo de teorías:

Patrimonio Cultural: Definición y Tipologías: El patrimonio cultural abarca tanto el patrimonio material como inmaterial, tangible e intangible. El patrimonio material incluye edificios, monumentos y objetos físicos, mientras que el patrimonio inmaterial se refiere a tradiciones, rituales y expresiones culturales vivas. Las normativas internacionales más relevantes incluyen la Convención de la UNESCO sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural (1972) y la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003), que establecen criterios para la identificación, conservación y gestión del patrimonio cultural mundial.

Gestión del Patrimonio: Modelos Participativos:

La gestión del patrimonio se centra en modelos de gestión participativa que promueven la conservación y preservación del patrimonio cultural. Estos modelos involucran activamente a las comunidades locales en la toma de decisiones, reconociendo la importancia de sus tradiciones y conocimientos en la gestión sostenible de sus recursos culturales y naturales.

Qhapaq Ñan: Historia, Significado y Reconocimiento Internacional:

El Qhapaq Ñan es una vasta red vial andina que refleja la capacidad organizativa y tecnológica de las antiguas civilizaciones andinas. En 2014, la UNESCO lo declaró Patrimonio Mundial, reconociendo su valor excepcional y su importancia histórica. Las estrategias de conservación de este sistema incluyen proyectos de preservación orientados a proteger su integridad cultural, ambiental y social, mediante un enfoque participativo que involucra a las comunidades locales.

Pueblos Originarios: Derechos, Cultura y Participación Comunitaria:

La Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos

Indígenas (2007) es un marco clave que subraya el derecho de las comunidades indígenas a preservar su cultura y sus tierras. Los conocimientos ancestrales de los pueblos originarios, como el manejo integral de recursos naturales y su capacidad de resiliencia climática, son esenciales en la gestión del patrimonio. La participación comunitaria en la gestión del patrimonio es crucial para garantizar que las comunidades indígenas se beneficien de manera equitativa, fortaleciendo su empoderamiento a través de modelos de gestión comunitaria.

Turismo con Identidad: Concepto, Impactos y Sostenibilidad:

El turismo con identidad se define como un enfoque turístico que respeta la cultura, las tradiciones y el entorno de las comunidades receptoras, promoviendo la sostenibilidad y el respeto cultural. Este modelo busca minimizar los impactos negativos del turismo sobre el patrimonio cultural y las comunidades locales, mientras maximiza los beneficios a través de un enfoque de turismo sostenible. Ejemplos de buenas prácticas incluyen el turismo intercultural, que favorece la comprensión mutua y el respeto entre culturas.

Formación y Comunicación: Educación Patrimonial y Capacidades Comunitarias:

La educación patrimonial es fundamental para sensibilizar a las comunidades sobre la importancia de conservar su patrimonio cultural. Se promueven estrategias de comunicación intercultural que fomentan el diálogo respetuoso entre diferentes culturas. Además, el desarrollo de capacidades comunitarias es clave para el empoderamiento social y la participación activa en la gestión de su patrimonio.

Desarrollo de Proyectos Interculturales: Diseño, Gestión y Sostenibilidad:

El diseño y gestión de proyectos comunitarios en el contexto intercultural implica el respeto por las tradiciones locales y la aplicación de principios de sostenibilidad. Los métodos de evaluación permiten medir el impacto de estos proyectos, asegurando que sean beneficiosos tanto para las comunidades como para el patrimonio. La financiación y sostenibilidad a largo plazo de estos proyectos es clave para su éxito, utilizando estrategias que apoyen el desarrollo endógeno y la economía circular.

La Metodología utilizada es cualitativa de nivel descriptivo. Para abordar el "Desarrollo de Capacidades Comunitarias" en el contexto del Qhapaq Ñan, la metodología se estructuró en varias fases clave:

1. Revisión Bibliográfica y Documental, Diagnóstico Comunitario: Se llevaron a cabo visitas de campo a comunidades situadas a lo largo del Qhapaq Ñan. Se realizaron entrevistas y talleres participativos con líderes comunitarios, representantes de pueblos originarios y expertos en patrimonio. Se recogie-



Imagen 3.

Instancia de Capacitación
ComunitariaFoto: Mariana Pérez Márquez
(2023)

ron datos cualitativos y cuantitativos sobre las necesidades, expectativas y conocimientos previos de las comunidades respecto al patrimonio y turismo con identidad.

2. Diseño de la Diplomatura: Con base en los hallazgos del diagnóstico, se diseñó un programa de diplomatura enfocado en patrimonio y diseño de proyectos interculturales. Se realizaron encuestas y entrevistas post-implementación para obtener retroalimentación de los participantes.

Esta metodología, centrada en la participación comunitaria y el respeto por la identidad cultural, busca empoderar a las comunidades locales para que se conviertan en gestores activos de su patrimonio, promoviendo un turismo con identidad que beneficie a todos los involucrados.

Actualmente, se está llevando adelante la diplomatura en Patrimonio y Diseño de Proyectos Interculturales, con la participación de 25 representantes de comunidades originarias de las 7 provincias que forman parte del Qhapaq Ñan. Los resultados esperados predicen que los participantes de la diplomatura adquirirán habilidades en gestión del patrimonio, turismo con identidad y diseño de proyectos interculturales, convirtiéndose en líderes y multiplicadores de conocimientos en sus comunidades. Esta formación permitirá a las comunidades originarias tomar decisiones informadas sobre la preservación del Qhapaq Ñan y desarrollar proyectos turísticos respetuosos de su identidad cultural. Además, se espera que los proyectos piloto contribuyan a un turismo sostenible y enriquecido, fomentando redes de colaboración entre comunidades y apoyando la valoración del Qhapaq Ñan como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Fundamentación Teórica

La implementación de la diplomatura en patrimonio y diseño de proyectos interculturales para el fortalecimiento de las capacidades comunitarias a lo largo del Qhapaq Ñan se justifica desde la perspectiva de las sociotecnologías, concepto desarrollado por Mario Bunge, así como desde el enfoque del turismo como sociotecnología de Fabbroni (2017, pp.36).

Bunge (2011, pp.324) define a las sociotecnologías como herramientas y sistemas que, combinando aspectos sociales y tecnológicos, buscan solucionar problemas sociales y mejorar el bienestar de las comunidades. Desde esta perspectiva, las sociotecnologías no solo abarcan tecnologías físicas o de infraestructura, sino también metodologías y sistemas organizativos que integran el conocimiento científico con el social para generar intervenciones prácticas y efectivas en la sociedad.

En su obra *La Ciencia, su Método y su Filosofía*, Bunge plantea que el desarrollo tecnológico debe estar orientado a resolver problemas concretos, en este caso, los desafíos que enfrentan las comunidades indígenas en cuanto a la conservación del patrimonio cultural y el desarrollo sostenible. Bunge resalta que las sociotecnologías deben ser democráticas y participativas, asegurando que las comunidades locales participen activamente en la creación y gestión de dichas herramientas. Esta participación garantiza que las soluciones tecnológicas se ajusten a las necesidades y contextos específicos de las comunidades involucradas.

La diplomatura en patrimonio y diseño de proyectos interculturales es, en este sentido, una sociotecnología que articula la formación académica con la experiencia comunitaria, utilizando los saberes ancestrales de los pueblos originarios como un insumo central. Al dotar a los participantes de herramientas para la gestión de proyectos interculturales y el desarrollo de iniciativas en turismo con identidad, se están creando las condiciones para que las comunidades se apropien de las tecnologías necesarias para su desarrollo, en consonancia con los principios de la sociotecnología de Bunge.

M Fabbroni (2017, pp.36), en su análisis sobre el turismo como sociotecnología, sostiene que esta actividad no es únicamente una práctica económica, sino también un fenómeno social que integra tecnología, cultura y participación comunitaria. Según Fabbroni, el turismo puede actuar como una herramienta de empoderamiento cuando las comunidades locales controlan su desarrollo, generando un modelo de turismo con identidad que promueve la sostenibilidad cultural, social y ambiental.

El turismo como sociotecnología, fomenta la gestión autónoma de los recursos culturales y naturales por parte de las comunidades, permitiendo la creación de experiencias turísticas que respeten la cosmovisión y las prácticas ancestrales. Esto coincide con la propuesta de la diplomatura, que busca formar a las comunidades en el diseño de proyectos turísticos que valoren

y respeten su identidad cultural, mientras generan ingresos y fortalecen sus capacidades organizativas.

Nos preguntamos ¿Qué papel juegan las comunidades indígenas en el desarrollo del turismo sostenible en la región?

La diplomatura se posiciona como un catalizador para que las comunidades a lo largo del Qhapaq Ñan no solo desarrollen proyectos turísticos, sino que los gestionen con una perspectiva intercultural que favorezca tanto el desarrollo económico como la conservación del patrimonio cultural. Este enfoque contribuye a una mayor sostenibilidad, ya que asegura que el turismo no dependa de modelos externos, sino de la apropiación y uso de los recursos culturales locales.

Diplomatura como Herramienta Sociotecnológica

La diplomatura en Patrimonio y diseño de proyectos interculturales se justifica entonces como una sociotecnología en sí misma, basada en los principios de Bunge y Fabbroni. Al combinar el conocimiento técnico con el saber comunitario, la diplomatura promueve una intervención que permite a las comunidades originarias gestionar su patrimonio cultural y natural de manera sostenible. Esta formación capacita a las comunidades en la creación de proyectos interculturales que respetan y valorizan su identidad, mientras que el turismo como sociotecnología les proporciona una vía para articular dichos proyectos con el desarrollo económico local.

De acuerdo con las ideas de Bunge, esta intervención sociotecnológica busca transformar las condiciones sociales y económicas de las comunidades mediante la democratización del conocimiento y el empoderamiento de sus actores. Además, siguiendo la perspectiva del turismo como sociotécnica, la diplomatura facilitará que las comunidades a lo largo del Qhapaq Ñan utilicen el turismo como una herramienta para preservar su cultura, mejorar su calidad de vida y fortalecer sus redes de colaboración, asegurando que el desarrollo local esté alineado con sus valores y cosmovisiones.

En resumen, la diplomatura no solo ofrece conocimientos técnicos, sino que también actúa como un instrumento de transformación social, integrando las capacidades comunitarias, el patrimonio cultural y el turismo con identidad en un enfoque sociotecnológico orientado al desarrollo sostenible de las comunidades indígenas del Qhapaq Ñan.

Este trabajo presenta un análisis sobre el impacto de la implementación de una diplomatura en Patrimonio y diseño de proyectos interculturales para fortalecer las capacidades comunitarias de los pueblos originarios a lo largo del Qhapaq Ñan, Argentina. La diplomatura busca promover la conservación del patrimonio cultural, el empoderamiento comunitario y el desarrollo de iniciativas de turismo con identidad. Se parte de una hipótesis basada en la

teoría del patrimonio como un bien vivo, en la que la participación comunitaria y la integración de saberes ancestrales resultan esenciales para la gestión sostenible y el desarrollo local.

El estudio articula los ejes transversales del Plan de Gestión Maestro del Qhapaq Ñan, el contenido del plan de estudios de la diplomatura y las capacidades comunitarias de los pueblos originarios. Los resultados esperados incluyen un mayor conocimiento y valoración del patrimonio cultural, el desarrollo de competencias en gestión de proyectos interculturales, la promoción del turismo con identidad, el aumento de la participación y empoderamiento comunitario, la consolidación de redes de colaboración, y la aplicación de saberes ancestrales en la gestión sostenible del entorno.

Finalmente, se propone que la diplomatura funcione como un experimento para contrastar la hipótesis planteada, en la cual el fortalecimiento de las capacidades comunitarias generará un impacto positivo en la conservación del patrimonio y el desarrollo con identidad. Las consecuencias observacionales de este proceso permitirán evaluar la efectividad de la intervención en el empoderamiento y sostenibilidad de las comunidades involucradas.

Desde la perspectiva de Karl Popper y su enfoque falsacionista, las consecuencias observacionales son esenciales para contrastar una hipótesis. Popper argumentaba que una hipótesis o teoría científica debe ser susceptible de ser falsada por la observación o la experiencia, es decir, debe hacer predicciones específicas que puedan refutarse.

Para los objetivos planteados se formula la siguiente hipótesis y sus correspondientes consecuencias observacionales:

Hipótesis General:

Hipótesis: La implementación de una diplomatura en Patrimonio y diseño de proyectos interculturales promoverá el desarrollo de capacidades comunitarias, la conservación del patrimonio cultural, el empoderamiento y el turismo con identidad en los pueblos originarios del Qhapaq Ñan.

Los objetivos y sus consecuencias observacionales son los siguientes:

1. Fortalecer el Conocimiento y Valoración del Patrimonio Cultural:
 - Consecuencia: Se observará un aumento en el nivel de conocimiento sobre el patrimonio cultural entre los miembros de la comunidad antes y después de la diplomatura (evaluado a través de encuestas o entrevistas).
2. Desarrollar Competencias en Gestión de Proyectos Interculturales:
 - Consecuencia: Los participantes de la diplomatura comenzarán a

diseñar y ejecutar proyectos interculturales utilizando las herramientas y conocimientos adquiridos (observado mediante estudios de caso de proyectos ejecutados post-diplomatura).

3. Promover el Turismo con Identidad y Sostenible:

- Consecuencia: Se registrará un aumento en iniciativas turísticas que reflejan la identidad cultural local, acompañadas de prácticas sostenibles (medido a través de informes de turismo, encuestas a turistas y miembros de la comunidad).

4. Fomentar la Participación y el Empoderamiento Comunitario:

- Consecuencia: Habrá un aumento en la participación de la comunidad en decisiones relacionadas con el patrimonio y el turismo, así como en el liderazgo de proyectos interculturales (observado a través de análisis cualitativos y testimonios de líderes comunitarios).

5. Establecer Redes de Colaboración y Apoyo:

- Consecuencia: Se desarrollarán y consolidarán redes formales e informales de colaboración entre comunidades locales y otras organizaciones (evaluado mediante análisis de la creación de convenios, redes de trabajo, y eventos colaborativos).

Relevamiento Inicial y Creación de la Diplomatura:

El relevamiento que dio origen a la diplomatura podría considerarse como un paso preliminar que identificó la necesidad de la intervención y formuló las bases de la hipótesis. El lanzamiento y puesta en marcha de la diplomatura pueden ser vistas como el "experimento" o intervención cuya efectividad puede ser evaluada a través de la observación de las consecuencias previstas.

Es decir, el "experimento" consistiría en la implementación de la diplomatura, y las consecuencias observacionales serían los resultados observados en la comunidad. Si los objetivos planteados no se alcanzan, se estaría falsando la hipótesis de que la diplomatura tiene los efectos deseados, tal como Popper lo plantearía.

Ejes Transversales del Plan de Gestión Maestro del Qhapaq Ñan	Unidades Temáticas de la Diplomatura	Capacidades Comunitarias	Consecuencias Observacionales	Hipótesis
Unidad de la red vial y trabajo solidario entre comunidades	Unidad 3: Camino ancestral Qhapaq Ñan	Establecimiento de objetivos, redes de colaboración	Colaboración intercomunitaria para la conservación del Qhapaq Ñan. Se espera un aumento en la creación de redes entre las comunidades para gestionar colectivamente el patrimonio cultural.	La creación de redes intercomunitarias será fundamental para impulsar la conservación y valorización del Qhapaq Ñan como patrimonio cultural.
Desarrollo local con identidad y participación de las comunidades	Unidad 2: Memoria, identidad y territorio	Conciencia comunitaria, empoderamiento	Incremento de la participación comunitaria en proyectos de desarrollo local basados en identidad cultural. Evaluado mediante la creación de proyectos comunitarios y aumento en la participación de líderes comunitarios.	El reconocimiento de la identidad cultural fortalecerá la participación comunitaria y el empoderamiento en la gestión del patrimonio y desarrollo local.
Gestión del patrimonio vivo (cosmovisión y prácticas culturales andinas)	Unidad 1: Patrimonio: teoría y práctica	Saberes ancestrales, prácticas sostenibles	Las comunidades aplicarán conocimientos ancestrales en la conservación del patrimonio y prácticas sostenibles, observado en la integración de estas prácticas en la vida cotidiana y proyectos.	La revitalización de los saberes ancestrales y su aplicación en proyectos actuales fortalecerán la conservación del patrimonio y la sostenibilidad comunitaria, reflejando su identidad.
Integración del entorno natural y paisajístico en la gestión	Unidad 4: Elaboración de proyectos y taller de trabajo final	Manejo integral de recursos naturales, resiliencia climática	Desarrollarán proyectos turísticos con identidad cultural que integren prácticas de manejo sostenible de los recursos naturales, observados en proyectos de gestión comunitaria del entorno natural del Qhapaq Ñan.	La capacitación en manejo sostenible de los recursos naturales promoverá la conservación ambiental y el uso responsable del entorno con fines turísticos entre las comunidades.

Solidaridad y articulación para dar cuenta de la unidad del <u>Qhapaq Ñan</u>	Unidad 3: Camino ancestral <u>Qhapaq Ñan</u>	Acceso a recursos, establecimiento de objetivos	Las comunidades movilizarán recursos y coordinarán acciones para mantener la red vial del <u>Qhapaq Ñan</u> , medido a través de iniciativas conjuntas de mantenimiento y conservación vial.	La coordinación solidaria entre las comunidades facilitará el acceso y la movilización de recursos para la conservación integral del <u>Qhapaq Ñan</u> .
Patrimonio cultural como desarrollo local	Unidad 4: Elaboración de proyectos y taller de trabajo final	Compromiso, participación, acceso a recursos	Aumento de proyectos turísticos con identidad cultural, medido a través del desarrollo de proyectos turísticos sostenibles que reflejen las prácticas y valores culturales de la comunidad.	El desarrollo de competencias en gestión de proyectos permitirá a las comunidades generar iniciativas turísticas con identidad y prácticas sostenibles.

Del cruce de las variables de los documentos principales que marcaron los ejes de las diferentes acciones delimitadas dentro de la diplomatura se establece:

- *Hipótesis:* La implementación de la diplomatura en Patrimonio y diseño de proyectos interculturales permitirá fortalecer las capacidades comunitarias, logrando la conservación del patrimonio, el empoderamiento y la generación de proyectos de turismo con identidad y sostenibles.
- *Consecuencias observacionales:* Se esperan mejoras en la colaboración intercomunitaria, aumento de proyectos con enfoque en la identidad cultural y prácticas sostenibles, mayor participación de líderes locales, y una aplicación efectiva de los saberes ancestrales en la conservación del patrimonio y el desarrollo sostenible.

Este esquema integra los elementos esenciales para evaluar las intervenciones de la diplomatura y su impacto en las comunidades originarias a lo largo del Qhapaq Ñan.

A partir de la identificación de las características de las poblaciones objeto de estudio y su participación en la diplomatura, se podrán definir los lineamientos teóricos para la enseñanza y el aprendizaje de proyectos de base comunitaria. Estos proyectos deberán enmarcarse en los siguientes tópicos clave:

1. *Desarrollo endógeno y economía circular:* Promover el fortalecimiento de las economías locales mediante la utilización de recursos disponibles en la comunidad, fomentando modelos económicos sostenibles que reduzcan el desperdicio y promuevan el reciclaje y la reutilización. Son enfoques clave para abordar los desafíos actuales de sostenibilidad y gestión eficiente de los

Cuadro N° 1.

Matriz que articula los ejes transversales del Plan de Gestión Maestro del Qhapaq Ñan, el contenido del plan de estudios de la diplomatura, y las capacidades comunitarias de los pueblos originarios, incluyendo las consecuencias observacionales y las hipótesis asociadas.

Fuente: Elaboración propia a partir de Plan de Gestión Maestro del Qhapaq Ñan, (2024); Plan de estudio Diplomatura; Goodman et al., (1998); Chaskin et al., (2001); Laverack, (2005)-

recursos. Se centran en la creación de sistemas económicos y sociales que maximicen el valor de los recursos, minimicen los residuos y promuevan el desarrollo local sostenible. También destaca la importancia de fomentar las redes de cooperación y la cultura emprendedora.

El desarrollo endógeno y la economía circular están estrechamente relacionados, ya que ambos se enfocan en la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos. El primero se refiere a la capacidad de una región o comunidad para desarrollar su economía y mejorar su calidad de vida a través de sus propios recursos (sin agotarlos) y capacidades internas. En el contexto del turismo sostenible, el desarrollo endógeno implica la promoción de las características y activos locales, como la cultura, la historia, la naturaleza y la gastronomía, para atraer a los visitantes y generar ingresos para la comunidad local. Esto puede incluir la creación de experiencias auténticas y únicas que reflejen la identidad local.

Por otro lado, la economía circular se enfoca en la reutilización, el reciclaje y la reducción de residuos, promoviendo la sostenibilidad a lo largo del ciclo de vida de los productos. En el turismo, la economía circular implica la gestión sostenible de los recursos naturales y la minimización de residuos. Esto puede manifestarse a través de prácticas como el reciclaje de papeles y cartones, la reducción del uso de plásticos desechables, la gestión eficiente del agua y la promoción de la compra local y de productos sostenibles.

En este sentido, la economía circular puede ser una herramienta importante para el desarrollo endógeno, ya que puede ayudar a las comunidades a aprovechar sus recursos de manera más eficiente y a crear empleos y oportunidades de negocio sostenibles.

En cuanto al sector turismo, la economía circular, el desarrollo convergen para fortalecer el turismo sostenible al abordar no solo la gestión responsable de los recursos naturales, sino también la integración activa de las comunidades locales y la incorporación de soluciones innovadoras. La combinación de estos enfoques puede contribuir a un turismo más equitativo, respetuoso con el medio ambiente y culturalmente enriquecedor.

2. Manejo integral de recursos naturales y resiliencia climática: Enseñar y aplicar prácticas sostenibles de gestión de recursos que integren el conocimiento ancestral y científico, permitiendo a las comunidades adaptarse a los desafíos del cambio climático y garantizar la sostenibilidad ambiental.

El cambio climático, el deterioro de los ecosistemas, el crecimiento poblacional, las consecuencias de la pobreza y la desigualdad, la falta de planificación y los procesos asociados al modelo productivo y tecnológico actual, entre otros, han producido un crecimiento exponencial de los desastres. Esta situación debe colocarnos en una situación de alerta y estimular la preparación y la anticipación de los riesgos como una práctica que sea común a todos y a cada uno de los habitantes del territorio. Estar preparados, anti-

ciparse a la posible ocurrencia de un desastre y tener la capacidad como comunidad de organizarse, actuar y recuperarse de manera eficiente es el camino adecuado hacia la conservación de los bienes patrimoniales y hacia un desarrollo local y sostenible (Sosa, 2024, pp.154).

Al respecto se destaca que, en el marco del Patrimonio Mundial, la definición de desastre se amplía incluyendo sus efectos no solo en las personas y los bienes sino también en los valores de los bienes y, cuando sea relevante, en sus ecosistemas. El riesgo de desastre es producto de la amenaza y la vulnerabilidad. Una amenaza es un fenómeno (como un terremoto o un ciclón) que encierra el potencial de causar trastornos o daños a los bienes culturales, y la vulnerabilidad es la susceptibilidad o exposición de un bien cultural a la amenaza. La gestión del riesgo de desastres tiene por objeto evitar o reducir los efectos negativos de los desastres en los bienes del Patrimonio Mundial, en particular, reducir los riesgos para los valores patrimoniales característicos del sitio (autenticidad y/o integridad y sostenibilidad), pero también vidas humanas, los bienes materiales y los medios de sustento (Gestión del riesgo de desastres para el Patrimonio Mundial, UNESCO, ICCROM, ICOMOS, IUCN, 2014, pp. 8). (Sosa, 2024, pp. 156).

Este enfoque busca no solo la capacitación técnica, sino también la generación de un marco teórico que promueva la autosuficiencia, el respeto por el entorno natural y el desarrollo comunitario con identidad.

Conclusión

El Qhapaq Ñan, como símbolo del vasto legado cultural de los pueblos andinos, ofrece una oportunidad única para el desarrollo sostenible y la preservación del patrimonio. La diplomatura propuesta, centrada en el fortalecimiento de las capacidades comunitarias de los pueblos originarios a lo largo de este sistema vial, tiene como objetivo fundamental no solo preservar este patrimonio, sino también potenciar su uso a través de un modelo de turismo con identidad que beneficie directamente a las comunidades.

Este enfoque educativo busca dotar a los participantes de herramientas teóricas y prácticas para la gestión cultural y la creación de proyectos interculturales, promoviendo el desarrollo endógeno y la economía circular como pilares para el crecimiento sostenible. A través de la formación en manejo integral de recursos naturales y resiliencia climática, la diplomatura se propone integrar los conocimientos ancestrales con nuevas estrategias de desarrollo que respeten el entorno natural y cultural.

Además, el programa subraya la importancia de la formación y la comunicación intercultural, proporcionando a los participantes la capacidad de diseñar, gestionar y evaluar proyectos que no solo mejoren la calidad de vida

de las comunidades locales, sino que también resalten su identidad cultural. Con un enfoque participativo y sostenible, la diplomatura ofrece un marco para que los pueblos originarios se conviertan en protagonistas activos en la preservación del Qhapaq Ñan, fortaleciendo sus comunidades y su legado cultural en el proceso.

De este modo, la diplomatura no solo busca generar impacto académico, sino también un cambio tangible en las comunidades, creando un puente entre la tradición y el desarrollo moderno, y proporcionando un camino hacia un futuro sostenible, justo y culturalmente enriquecido.

Bibliografía

Acerenza, M. (1991), Administración del turismo, conceptualización y organización. Vol. 1. México: Trillas.

Brown, L. D., Kretzmann, J. P., & McKnight, J. L. (2001). Building sustainable communities: A guide for community-based organizations. Chicago: The Asset-Based Community Development Institute.

Bunge, M. (2011). Las ciencias sociales en discusión. Buenos Aires. Sudamericana.

Bunge, M. (2018). La Ciencia, su Método y su Filosofía. Buenos Aires. Sudamericana.

Chaskin, R. J., Brown, P., Venkatesh, S. A., & Vidal, A. (2001). Building community capacity: A definitional framework and case studies from a comprehensive community initiative. *Urban affairs review*, 36(3), 291-323.

Donoghue, J. & Sturtevant, V. (2007). Community capacity: A framework for understanding and measuring community capacity. [En línea] *Community Development Journal*, 42(3), 329-348. Disponible en: <https://doi.org/10.1093/cdj/bsm024> [2024, 14 de julio]

Fabbroni, M. C., Pedetti, M. R., & Pérez Márquez, M. (2020). Turismo y desarrollo sustentable del Qhapaq-Ñan: problemas y oportunidades de desarrollo. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 11(7), 1677-1682.

Falcón, J. P., & Márquez, M. P. (2015). Propuesta para una gestión pública basada en el desarrollo de destinos sostenibles en Argentina. PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(6), 1355-1370.

Goodman, R. M., Speers, M. A., McLeroy, K., Fawcett, S., Kegler, M., Parker, E. & Wallerstein, N. (1998). Identifying and defining the dimensions of community capacity to provide a basis for measurement. [En línea] *Health Education & Behavior*, 25(3), 258-278. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/109019819802500303> [2024, 15 de julio]

Laverack, G. (2005). Capacity development in health: A review of the literature. [En línea] *Health Policy and Planning*, 20(3), 167-177. Disponible en: <https://doi.org/10.1093/heapol/czi019> [2024, 15 de julio]

Laverack, G. (2005). Public health: Power, empowerment and professional practice. London: Palgrave Macmillan.

Ley 24071 (1992) Convenios Pueblos Indígenas. *Infolog Boletín Oficial* del 20-abr-1992. Número: 27371, Pág. 1. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (n.d.). Plan de Pueblos Originarios, Comunidades Locales y Patrimonio Cultural. [En línea] Disponible https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/plan_de_pueblos_originarios_y_comunidades_locales_po.pdf

Ministerio de Cultura de la Nación. (2020), Camino Ancestral Qhapaq Ñan. Una vía de integración de los Andes en Argentina. [En línea] Disponible en: https://www.cultura.gob.ar/media/uploads/caminoancestral_digital.pdf [2024, 15 de julio]

Organización Internacional del Trabajo (1989) Convenio sobre Pueblos Indígenas y Tribales, Núm. 169. Pedetti, M. & Fabbroni, M. (2023) Economía circular y Desarrollo endógeno para las ciencias de la administración [Ponencia en modalidad virtual]. X Congreso Internacional de Escritores Literatura, Poética y Ciencia, Chapingo, México.

Pérez Márquez, M., & Bravo, N. (2023). La planificación territorial de las Áreas Naturales Protegidas de la Provincia del Chubut en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Perspectivas: Revista Científica de la Universidad de Belgrano, 6(2), 3-12.

Pérez Márquez, M. (2018). El desarrollo local sostenible y la reducción de riesgos de desastres hacia la construcción de destinos turísticos resilientes. Perspectivas: Revista Científica de La Universidad de Belgrano, (1).

Pérez Márquez, M. (2018), Hacia la estimación del riesgo de desastres en los sitios de patrimonio mundial del Qhapaq Ñan Argentina y en las comunidades directamente vinculadas: metodología para la identificación de amenazas y vulnerabilidades. (INAPL).

Sancho, A. (1994) Introducción al Turismo. Madrid: OMT.

Sosa, V. (2023) Plan de Gestión Maestro del Qhapaq Ñan. Buenos Aires, Argentina.

UNESCO. (2021), Qhapaq Ñan Sistema Vial Andino: nuevos esfuerzos en favor de su conservación sostenible. [En línea] Disponible en: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379521?1=null&queryId=c7f1bd22-cb68-4e56-a63e-da9c7d19a8cf> [2024, 20 de julio]

UNESCO. (2019). Directrices Prácticas para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial.

UNESCO. (2014). Decisiones del Comité de Patrimonio Mundial: 38 COM 8B.43 (Doha, Qatar.)

UNESCO. (2014). Expediente de nominación del Qhapaq Ñan, Sistema Vial Andino, Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Perú, [En línea] Disponible en: <https://www.unesco.org/archives/multimedia/document-5422>.

UNESCO. (1972). Convención para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural.

UNESCO/UNEP. (2005), Gestión del turismo en sitios Patrimonio Mundial. Manual práctico para administradores de sitios del Patrimonio Mundial, Arthur Pedersen, Manuales 1.

Nuestros revisores – evaluadores de artículos

Queremos agradecer a quienes aceptaron de manera desinteresada, la ardua tarea de realizar las evaluaciones / revisiones de los artículos enviados a fin que sean publicados en la Revista MEROPE, dándole respaldo académico – científico.

Desde el primer Número, publicado a principios del año 2020, hasta la presente edición, ellos y ellas, por orden alfabético, son:

Dr. Adrián Vilchis Onofre

Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo.
México.

Dra. Alejandra Saladino

Universidad Federal del Estado de Río de Janeiro.
UNIRIO. Brasil

Dr. Alejandro Escalera Briceño

Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo.
México.

Dr. Alfonso Langle

Universidad de Guadalajara.
México.

Dr. Alfonso González Damián

Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo.
México.

Dra. Alma Ivonne Marín Marín

Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo.
México.

Mtra. América Malbrán Porto

Centro INAH-Chihuahua. Instituto Nacional de
Antropología e Historia, México.

Mtra. América Martínez Santillán

Colegio de Michoacán.
México.

Mag. Analía Yael Artola

Universidad Nacional de La Matanza.
Argentina.

Dra. Ana Luz Quintanilla Montoya

Universidad de Colima,
México.

Dra. Ana Leticia Tamayo Salcedo

Universidad Autónoma del Estado de México.
México.

Dr. Carlos Andrés Pinassi

Universidad Nacional del Sur.
Argentina.

Mag. Carlos Espinosa

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Prof. Celeste Claudia Bustos

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Dra. Cecilia Pérez Winter

CONICET- Universidad de Buenos Aires. Facultad de
Filosofía y Letras, Instituto de Geografía. Argentina

Mag. Daniel García

Universidad Nacional de Quilmes. Departamento de
Economía y Administración. Centro de Desarrollo
Territorial. Argentina.

G. Parque Daniel Paz Barreto

Universidad Nacional de Río Negro.
Argentina.

Mag. Elisa E Lacko

Facultad de Filosofía y Letras Instituto de Ciencias
Antropológicas. Universidad de Buenos Aires.
Universidad Nacional Tres de Febrero. Argentina.

Mag. Elisabeth Rossi

Universidad Nacional de Mar del Plata.
Argentina.

Dra. Emilce Nieves Sosa

Universidad Nacional de Cuyo.
Argentina.

Dra. Erika Cruz Coria

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
México.

Mag. Fabiana Quadrini

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Mtro. Francisco Javier Arellano Rocha

Universidad Autónoma de Querétaro.
México

Mag. Gabriela Marenzana

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Mag. Gastón Lombard Tomio

Universidad Nacional de Cuyo.
Argentina.

Dra. Gladys Reyes

Universidad del Zulia,
Venezuela.

Prof. Ivana Vanesa Fuentes

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Dr. Juan Carlos Picón Cruz

Universidad Nacional de Costa Rica.
Costa Rica.

Mag. Juan José Castro

Universidad Nacional de Jujuy.
Argentina

Mag. Juan Manuel Andrés

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Dra. Laila Vejsbjerg

Universidad Nacional de Río Negro.
Argentina

Dra. Lilia Zizumbo Villarreal

Universidad Autónoma del Estado de México.
México.

Dra. Lirio Azahalia González Luna

Maestría en Desarrollo y Cooperación Internacional
de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
(BUAP). México

Dr. Luis Noel Dulout

Universidad Nacional de Catamarca.
Argentina.

Dra. María Daniela Rodríguez

Universidad Nacional del Comahue. Argentina.

Mag. María Gabriela Torre

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Mag. María Juliana Glionna

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Mag. Marian Lizurek

Universidad Nacional de Quilmes - Departamento de
Economía y Administración. Argentina.

Mag. Mariana Pérez Márquez

Universidad Nacional de Quilmes.
Argentina.

Mag. Marina Laura Delponti

Universidad Nacional de Chilecito. Argentina.

Dr. Mario Aliani

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Mag. Marlene Pedetti

Universidad Nacional de Quilmes, Departamento de
Economía y Administración. Argentina.

Mag. Matilde Elizabeth Encabo

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Mag. Mónica Beatriz Gelós

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Esp. Nadia Heredia

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Mag. Natalia Marenzana

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Prof. Noelia Barbeito

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Mag. Norma Noya

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Prof. Pablo Fernando Azar

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Esp. Pablo Gabriel Montecinos Ongini

Centro de Estudios Trelew (CET).
Argentina.

Dra. Patricia Inés Laría

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Dra. Patricia Kent

Universidad Nacional de la Patagonia.
Argentina.

Antrop. Patricia Torres Fernández

Universidad de Buenos Aires.
Argentina.

Dra. Rebeca Osorio González

Universidad Autónoma del Estado de México.
México.

Dr. Rodrigo Espinoza Sánchez

Universidad de Guadalajara.
México.

Dr. Rodrigo González

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Dra. Romina Schroeder

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Dra. Rosa María Chávez Dagostino

Universidad de Guadalajara.
México.

Dr. Rosendo Martínez

Centro Nacional de Áreas Protegidas de Cuba.
Cuba.

Mag. Sandra Evangelina Sánchez

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Dra. Silvina Gómez

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Dra. Soledad Schwarz

Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e
Islas del Atlántico Sur. Argentina.

Dra. Valeria Palavecino

Universidad Nacional del Centro de la Provincia de
Buenos Aires.

Dra. Viviana Méndez

Universidad Nacional de Cuyo.
Argentina

Dra. Yusara Isis Mastrocola

Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

Pautas para presentación de artículos

Mérove, “la revista del CETRIP”, es una publicación periódica que procura el análisis, la reflexión y la discusión de temas de actualidad, con la intención de compartir el quehacer universitario con la comunidad académica; estudiantil y la sociedad en general. En esta revista se publican artículos de carácter académico y científico, escritos por docentes, estudiantes, intelectuales y profesionales en temas vinculados a: **Turismo; Interpretación del Patrimonio (IP); Recreación; Discapacidad; Accesibilidad; Museos, Exposiciones; Ferias y Festividades; Problemáticas Ambientales, Sociales y comunitarias vinculadas al turismo y la recreación; Territorio; Ciudades; Gestión Ambiental; Desarrollo urbano, periurbano y rural, vinculados al tiempo libre, el turismo, la recreación y/o la interpretación del patrimonio.**

Todos los artículos que se envíen para ser publicados en la revista deberán ser originales e inéditos; no haber sido publicado en otros medios impresos ni electrónicos, y que no se encuentren en proceso de evaluación en otras revistas u órganos editoriales. El comité científico es el encargado de la revisión de los artículos, los cuales serán dictaminados por al menos dos especialistas.

La recepción de artículos es de manera permanente a lo largo del año. Los editores decidirán en qué publicación se incluye cada artículo de acuerdo a los tiempos editoriales.

Categorías

- **Difusión científica:** dentro de esta categoría se incluirán textos surgidos de trabajos de investigación, experiencias de investigación, de vinculación comunitaria; desarrollos tecnológicos; trabajos de campo e investigaciones en curso. Puede estar acompañado de fotografías, imágenes y/o gráficos. Deberán tener una extensión de entre **2000 y 8000** palabras.
- **Ensayos:** se contemplarán en esta categoría trabajos de desarrollo teó-

rico o relatos donde se exponga con profundidad una interpretación personal sobre un tema científico, histórico y/o filosófico, sin el rigor sistemático del artículo científico. También escritos de divulgación de procesos técnicos, experiencias educativas; participativas; planificación y puesta en práctica de visitas guiadas, desarrollo de emprendimiento, así como relatos de experiencias donde el autor cumple el rol de turista. Puede estar acompañado de gráficos, fotografías y/o imágenes ilustrativas. Deben tener una extensión de entre **1500** y **6000** palabras.

Especificaciones para el envío de trabajos

Los artículos deberán estar escritos en el programa Word (.doc).
En hojas tamaño A4, en una sola faz. Interlineado 1,5. Márgenes 2,5 cm.
Tipo y tamaño de letra: Arial 12.
Extensión: según cada categoría.

Presentación de los artículos

En la primera página:

1. Título del trabajo, en español y en inglés
2. Autor(es) (sin abreviaciones)
3. Adscripción o Institución a la que pertenece el autor / los autores (sin abreviatura o siglas)
4. País de la institución y del autor
5. Correo electrónico

En la siguiente página:

1. **Resumen:** Deberá ser una síntesis donde se mencione el propósito del trabajo y reúna las principales aportaciones del artículo en un máximo de no mayor a 300 palabras. Incluir palabras claves (máximo 4, mínimo 2). Debe contener la versión en inglés del resumen (Abstract) y de las palabras claves (Keywords).
2. **Cuerpo:** en el desarrollo del mismo quedará claro la introducción; el cuerpo y la conclusión y/o resultados. En el caso de artículos de difusión científica indicar la metodología utilizada.
3. **Bibliografía:** La bibliografía mencionada en el artículo deberá aparecer

en esta sección. Las citas dentro del texto se individualizarán con el siguiente orden de datos:

- **Citas insertas en el texto:** las citas que se mencionen en el texto seguirán el siguiente formato: Autor, fecha y páginas; por ejemplo (Muñoz, 2003.Pp15).

Los cuadros, gráficos y mapas serán incluidos en el texto.

- **Cita de libros:**
Autor/editor (año de publicación). Título del libro (edición) (volumen). Lugar de publicación: editor o casa publicadora.
Ejemplo: Gutierrez, D. (2017). Propuestas de jerarquías. Argentina: Editorial Cien Pies.
- **Cita de Documentos Electrónicos:**
Autor/responsable (fecha de publicación). Título (edición), [tipo de medio]. Lugar de publicación: editor. Disponible en: especifique la vía [fecha de acceso].
Ejemplo: Fuentes, V. A. (2007). Los espejos salientes [en línea]. Neuquén. Disponible en: <https://cetripunco.org/wp-content/uploads/2019> [2019, 17 de octubre].
- **Citas de Publicaciones Periódicas:**
Autor (año de publicación). Título del artículo. Título de la revista, volumen (número de la edición), números de páginas.
Ejemplo: Solar, D. (2011). Pensar este tiempo del turismo. Anales de la Universidad XXXXX, 4, 19-27.

Tablas y Figuras: las tablas o figuras utilizadas en el artículo deberán estar insertos en el texto, tendrán las siguientes especificaciones:

- Serán numerados consecutivamente con números arábigos,
- **Título:** en la parte superior de la tabla o figura con tipología Arial 10 puntos, tanto para el número como para el título.
- **Fuente:** Se refiere si es de su autoría o citando la fuente, debe colocarse en la para interior de la tabla o figuras, utilizando la misma tipología anterior mencionada.
- **Calidad** de 300 PPP, en formato JPG, JNP.
- Se deben enviar, también en archivo aparte.

Fotografías e Imágenes: fotografías, imágenes y gráficos deben enviarse en archivo adjunto en JPG, por separado en archivos independientes. Las imágenes ilustrativas podrán o no ser utilizadas a consideración de los

editores. Todas las producciones serán puestas a consideración del Comité de Evaluadores. Se debe tener en cuenta las siguientes especificaciones:

- **Título:** en letra Arial 10 puntos.
- **Fuente:** Se refiere si es de su autoría o citando la fuente, debe colocarse en la para interior de la tabla o figuras, utilizando la misma tipología anterior mencionada.
- En formato JPG.

Aviso de derechos de autor/a

Los artículos que se incluyan en revista “Mérope” se publicarán bajo una licencia Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Creative Commons.

Esta licencia implica que usted conserva plenamente sus derechos de autor, pero autoriza a terceros a copiar, distribuir y comunicar públicamente su artículo bajo las siguientes condiciones:

- **Reconocimiento:** debe incluir los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador.
- **No comercial:** no se puede utilizar el artículo para fines comerciales
- **Sin obras derivadas:** no se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir del artículo.

Aquellos artículos que, por distintas razones, no sean publicados, no serán difundidos a terceros ni enviados a otras revistas o plataformas digitales. El comité editorial de la revista Merope y el Centro de Estudios en Turismo, Recreación e Interpretación del Patrimonio (CETRIP) se comprometen a respetar escrupulosamente los derechos de propiedad intelectual de los autores.

Especificaciones de envío

Para enviar un artículo, el escrito debe cumplir con las consideraciones antes mencionadas. El envío de la propuesta del artículo debe realizarse mediante correo electrónico dirigido a : revista@cetripunco.org

SÓLO SE RECIBEN LOS ARTÍCULOS ENVIADOS AL CORREO ELECTRÓNICO
REVISTA@CETRIPUNCO.ORG

Informes

Dra. Noemi Josefina Gutierrez.

Editora Responsable.
CETRIP. FaTu. UNComa

Lic. Facundo Luis Rosati.

Editor Asociado.
CETRIP. FaTu. UNComa

Buenos Aires N° 1400.
(8300) Neuquén. Provincia del Neuquén.
Argentina
cetripunco@gmail.com
revista@cetripunco.org

Índices y portales:



MEROPE

REVISTA DEL CENTRO DE ESTUDIOS EN TURISMO,
RECREACIÓN E INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO.

Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue.
Argentina.

ISSN 2683-9830

Publicación periódica

Año 6, Número 12
Abril 2025