



X CONGRESO ONLINE INTERNACIONAL SOBRE TURISMO Y DESARROLLO

del 15 al 29 de julio de 2016

Juan Carlos Martínez Coll / Coordinador

Universidad de Málaga

Este Décimo congreso ONLINE sobre Turismo y Desarrollo fue debatido en una serie de foros donde se discutieron todas las ponencias presentadas, se enviaron más de 415 opiniones, hubo un total de 73 participantes y 43 ponencias.

El turismo es una de las expresiones más espectaculares de los cambios culturales y económicos asociados al fenómeno de la globalización. Millones de ciudadanos de los países más ricos destinan una parte cada vez mayor de sus presupuestos de consumo a viajar por otros países.

Las consecuencias sociales y económicas son extraordinarias. Para muchos países en desarrollo el turismo es la primera fuente de ingresos. El turismo genera un gran número de puestos de trabajo. De forma secundaria, el turismo estimula también movimientos comerciales e inversiones transfronterizas.

Pero a veces el turismo presenta también aspectos negativos y genera graves problemas. Los resorts y las actividades de los turistas pueden dañar de forma irreversible equilibrios ecológicos y paisajes naturales. Para algunos países el impacto cultural puede tener efectos destructivos. El caso más extremo de efecto perverso es el turismo sexual asociado a la explotación de la prostitución infantil.

@ Los autores de las colaboraciones son responsables de los contenidos expresados en los mismos.

@ ISBN-13: 978-84-16874-06-4

@ Servicios Académicos Intercontinentales S.L.

@ Grupo Eumed.net

@ Maquetación y responsable de edición: Lisette Villamizar Moreno

@ Diseño de portada y secciones: Lisette Villamizar Moreno

Índice de Ponencias

TURISMO SUSTENTABLE Y SU IMPORTANCIA EN EL DESARROLLO ARTESANAL DE LA REGION SUR DE JALISCO: CASO MUNICIPIO DE ATOYAC.....	1
Rosalia Buenrostro Arceo, Sergio Adalberto Franco Chávez y J. Guadalupe Jiménez Fregoso, Universidad de Guadalajara, México.	
LA HOTELERÍA Y EL TURISMO EN VILLAVICENCIO.....	14
Astrid León Camargo, Universidad de los Llanos, Colombia.	
EMPRENDIMIENTO DEL ECOTURISMO EN EL ECUADOR COMO HERRAMIENTA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y SUSTENTABLE DE PEQUEÑAS COMUNIDADES.....	20
Guido Poveda Burgos, Fernando Ponce Orellana, Zoila Franco Castañeda, Mesías Pilco Parra y Marco Suriaga Sánchez, Universidad de Guayaquil, Ecuador.	
POSIBILIDADES DE POTENCIAR EL TURISMO Y EL DESARROLLO DE COSTA DE MARFIL A PARTIR DE SU PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL.....	38
Kouassi Joseph Konan y José Manuel Maroto Blanco, Universidad de Abidjan, Francia y Universidad de Granada, España.	
ANÁLISIS DE LA ECOLOGÍA EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y LA CALIDAD DE VIDA EN TOMATLÁN JALISCO, MÉXICO.....	51
Rodrigo Espinoza Sánchez, Rosa María Chávez Dagostino y Andrade Romo Edmundo, Universidad de Guadalajara, México.	
COBERTURA CAMBIARIA EN EL SECTOR TURÍSTICO COTIZADO ESPAÑOL (2004-2014).....	67
Milagros Vivel-Búa, Rubén Lado-Sestayo e Inés Fernández López, Universidad de Santiago de Compostela y Universidade da Coruña, España.	
LOS DESAFÍOS DEL MARKETING TURÍSTICO. PROPUESTAS PARA EL ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS.....	78
José Alberto Martínez González, Universidad de La Laguna, España.	
LAS COMPETENCIAS PARA EMPRENDER EN TURISMO. PERCEPCIONES DE LOS JÓVENES Y PROPUESTAS DE DESARROLLO EN EL ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS.....	87
José Alberto Martínez González, Universidad de La Laguna, España.	

ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DE LA MICROPYME EN EL SECTOR HOTELERO.....	98
Rubén Lado-Sestayo y Milagros Vivel-Búa, Universidade da Coruña y Universidad de Santiago de Compostela, España.	
MARKETING EN SERVICIOS TURÍSTICOS: PYMES GASTRONÓMICAS DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO – ECUADOR.....	106
Luz Maribel Vallejo Chávez y Jorge Enrique Arias Esparza, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador.	
AGROTURISMO, UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO LOCAL PARA LAS FINCAS PRODUCTORAS DE CACAO: CASO APOVINCES PROVINCIA DE LOS RIOS ECUADOR.....	126
Jorge Meza-Clark, Teresa Meza-Clark y Melvin López-Franco, Universidad de Guayaquil, Ecuador.	
AL RESPECTO DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN ECUADOR: ¿MERCANTILISMO O INTEGRIDAD CULTURAL Y NATURAL?.....	139
Carlos García Palacios, FLACSO, España.	
SELECCIÓN DE ELEMENTOS SINGULARES PARA EL MAPA TURÍSTICO DE A CORUÑA.....	146
Diego Campos-Juanatey, Universidad de A Coruña, España.	
APRENDER A HACER EN GESTIÓN DE EVENTOS DESDE LA FORMACIÓN PROFESIONAL EN TURISMO	153
Mabel Font Aranda y Bisleivys Jiménez Valero, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Ecuador y Universidad de Matanzas, Cuba.	
LA ACTITUD Y LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE EN DESTINOS DE TURISMO. EL CASO DE LA FRONTERA DE REPÚBLICA DOMINICANA Y REPÚBLICA DE HAITÍ.....	169
Francisco Orgaz Agüera, Universidad Tecnológica de Santiago, República Dominicana.	
ANÁLISIS DEL INTERCAMBIO TURÍSTICO ENTRE ECUADOR Y JAPÓN EN EL ÁMBITO DEL DESARROLLO LOCAL COMO POTENCIA TURÍSTICA.....	183
Guido Poveda Burgos, Universidad de Guayaquil, Ecuador.	
FACTORES ECONÓMICOS QUE CONDICIONAN EL DESARROLLO DE DESTINOS TURÍSTICOS EMERGENTES TRANSFRONTERIZOS. Estudios de caso: Destino Iguazú Cataratas y Posadas – Encarnación.....	195
Liliana Maria Dieckow, Universidad Nacional de Misiones, Argentina.	
FESTA DO VINHO DA MADEIRA, TURISMO E IDENTIDADE CULTURAL.....	213
Noémi Marujo, Universidade de Évora, Portugal.	

TURISMO SEXUAL Y TRATA DE SERES HUMANOS.....	218
Tania García Sedano, Universidad Carlos III de Madrid, España.	
ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL MERCADO Y EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS DEL PROYECTO TURÍSTICO “EL PEDREGAL”.....	223
Gabriel Estuardo Cevallos Uve, Marlene Campos Tufiño, José Bernardo Nevárez García, Gissela Jacqueline Jumbo Gómez y Myriam Johanna Félix Heredia, Instituto Tecnológico Superior Julio Moreno Espinosa y Universidad Católica del Ecuador, Ecuador.	
EL VALOR DEL LEGADO CULTURAL. EL PAISAJE COMO PATRIMONIO CULTURAL.....	234
Alfonso San José González, Universidad de Sevilla, España.	
CIUDADES TEÓRICAS POSMODERNAS: LAS VEGAS.....	239
Bárbara Barreiro León, Universidad de Oviedo, España.	
EDUCAR EN VALORES PARA LA RECUPERACIÓN DE LA MEMORIA DEL PAISAJE INDUSTRIAL DE MÁLAGA. UNA PROPUESTA DIDÁCTICA PARA LA EDUCACIÓN EN ENTORNOS NO FORMALES.....	249
Belén Calderón Roca, Universidad de Córdoba, España.	
DIBUJOS Y PINTURAS DE HOKUSAI.....	262
José Luis Crespo-Fajardo y Luisa Pillacela-Chin, Universidad de Cuenca, Ecuador.	
PATRIMONIO Y URBANISMO. UN VÍNCULO INDISOLUBLE.....	271
Carmen de Tomás Medina, Universidad de Sevilla, España.	
PUELUN WIYICHE, Ruta Patrimonial Indígena por los Cementerios de San Juan de la Costa, al sur de Chile	275
Claudia Castillo Haeger, Mario Del Castillo Oyarzun y Vessna Novak Colillanca, Universidad de Los Lagos, Chile.	
GRUPO DE INVESTIGACIÓN: LA CONSTRUCCIÓN IRREGULAR ACERCAMIENTO A SUS CAUSAS Y EFECTOS DETERIORO DEL PAISAJE.....	290
Gonzalo Enrique Flores Juca, Estefanía Andrea Mora Arias, Jessica Gabriela Salazar Siguenza y Jessica Graciela Chica Carmona, Universidad de Cuenca, Ecuador.	
UNA VISIÓN DE LA METODOLOGÍA DEL DISEÑO ARQUITECTÓNICO EN EL PATRIMONIO.....	301
Juan Francisco Cazorla Arteaga, Universidad del Azuay, Ecuador.	
LEO EL NOMBRE DE LOS VIENTOS.....	310
Juan Garzón Gómez, Universidad de Granada, España.	

EL PATRIMONIO FLUVIAL DE ECUADOR: UN PROYECTO HISTÓRICO, SOCIAL, CULTURAL, AMBIENTAL Y ECOTURÍSTICO.....	321
José Manuel Castellano Gil, Universidad Nacional de Educación de Ecuador.	
LA MÁQUINA AUTOMÁTICA COMO CANAL EXPRESIVO PARA UN ARTE DEL PROCESO.....	327
José Manuel Ruiz Martín, Universidad de las Américas, Ecuador.	
REGENERAR TERCEROS PAISAJES Y ESPACIOS POR MEDIO DE INTERVENCIONES ARTÍSTICAS: DE LA UTOPIÍA A LA PRÁCTICA.....	342
Laura Nogaledo Gómez, Universidad de Sevilla, España.	
PATRIMONIO CULTURAL Y TURISMO RELIGIOSO Acerca de las singularidades del patrimonio material e inmaterial de la Semana Santa de Marchena (Sevilla, España).....	356
Manuel Antonio Ramos Suárez, Universidad de Sevilla, España.	
LA SUSTANTIVIDAD DE LA CONFIANZA POLÍTICA PARA LAS SOCIEDADES MODERNAS.....	373
Manuel de Jesús Verdecia Tamayo, Universidad de La Habana, Cuba.	
RECUPERACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL DE UN LUGAR A PARTIR DE UNA ACCIÓN ARTÍSTICA COMUNITARIA.....	380
María Martínez Morales, Universidad de Jaén, España.	
LA TIPOLOGÍA DE LA HACIENDA ANDINA, EL CASO DE SUSUDEL – ECUADOR.....	388
María Soledad Moscoso-Cordero, Universidad de Cuenca, Ecuador.	
MOISÉS DÍAZ CANEJA, ARTE Y LITURGIA Y EL ANTEPROYECTO QUE SE MATERIALIZÓ EN ASTURIAS.....	400
Noelia Fernández García, Universidad de Oviedo, España.	
PROSPUESTAS DE REVITALIZACIÓN DE LA CONFECCIÓN ARTESANAL DE ALFOMBRAS EN GUANO (CHIMBORAZO, ECUADOR).....	412
Pedro A. Carretero y Valeria Campaña, ESPOCH, Ecuador.	
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LAS PRÁCTICAS CULTURALES CONTEMPORÁNEAS.....	419
Paloma Rodera Martínez, UCM, España.	
MICRORRELATOS: USANDO LAS NARRATIVAS Y LAS HISTORIAS DE VIDA COMO INSTRUMENTOS EN EDUCACIÓN Y PATRIMONIO.....	430
Rosa Vives-Almansa, Universidad de Sevilla, España.	

EL DIBUJO, PATRIMONIO DE LA ARQUITECTURA. Ensayo fotográfico sobre el I Congreso Internacional de Comunicación Gráfica Arquitectónica Pincel vs Pixel436
Jorge Tenesaca-Chimbo y José Luis Crespo-Fajardo, Universidad de Cuenca, Ecuador.

LA CIUDAD POST-NUCLEAR A TREINTA AÑOS DE LA CATÁSTROFE DE CHERNOBYL. Análisis crítico-iconográfico y alteración de paradigmas en la percepción, interpretación y función simbólica de las imágenes asociadas al paisaje.....447
Isusko Vivas Ziarrusta y Amaia Lekerikabeaskoa Gaztañaga, Universidad del País Vasco, España.

PINTURAS Y PINTORAS EN EL MUSEO NACIONAL DEL PRADO. RECUPERACIÓN DEL DISCURSO MUSEÍSTICO EN CLAVE DE GÉNERO.....463
Xesqui Castañer, Universitat de València, España.

TURISMO SUSTENTABLE Y SU IMPORTANCIA EN EL DESARROLLO ARTESANAL DE LA REGION SUR DE JALISCO: CASO MUNICIPIO DE ATOYAC

Rosalía Buenrostro Arceo

Centro Universitario de Ciencias Exactas e Ingenierías, Universidad de Guadalajara
rosiarce2001@yahoo.com.mx

Sergio Adalberto Franco Chávez

Centro Universitario de Ciencias de la Salud, Universidad de Guadalajara
drsergiofranco@yahoo.com

J. Guadalupe Jiménez Fregoso

Centro Universitario de Ciencias Exactas e Ingenierías, Universidad de Guadalajara
drquadalupe_i@yahoo.com

RESUMEN

El turismo es una fuente de beneficios que sin una planeación adecuada puede desperdiciarse totalmente. La planeación estratégica del turismo a nivel regional es la mejor oportunidad para incrementar la derrama económica con la finalidad de dar a conocer las artesanías y de esta manera proteger al medio ambiente del uso excesivo de las zonas naturales y por ende, promover con ello un turismo sustentable.

Para ello se hace necesario realizar una investigación de tipo cualitativa, diagnóstico descriptivo, conociendo los antecedentes de los grupos a investigar, así como los objetivos que se plantearon y que están relacionados con el desarrollo artesanal y del entorno ambiental. Para lo cual se realizó una encuesta a los artesanos, es decir, la metodología empleada, así como los supuestos que se creen que se obtendrán con la investigación y también se presentan los resultados obtenidos.

Palabras clave: Talabartería, turismo, artesanía, desarrollo sostenible y turismo sustentable.

ABSTRACT

The tourism is a source of benefits that without a planning adequate can be a completely waste. The strategic planning of the tourism at a regional level is the best opportunity to increase the economic impact with the purpose to introduce the crafts in order to protect to the environment from the exploitation of natural areas, and thereby promote a sustainable tourism.

For that, it is necessary to perform a research of qualitative type, diagnosis descriptive, knowing the history of the groups to investigate, as well the proposed objectives related to the craft development and the environment. For which a survey was conducted to the artisans, that is to say, the methodology, as well as the assumptions that believed to be obtained with the research besides the results are presented.

Key words: saddlery, tourism, handicraft, sustainable development and sustainable tourism.

INTRODUCCIÓN

México cuenta con muchas entidades donde la elaboración de artesanías, constituye la fuente de vida de las personas que habitan allí. Las artesanías en cuero son un claro ejemplo, mismas que se elaboran a lo largo de la zona centro-sureste del país. En donde, el municipio de Atoyac, posee un gran potencial turístico y ofrece un abanico de posibilidades para todos los gustos. Como inicio, al llegar al poblado lo reciben las aves migratorias (gansos canadienses y patos) y los pájaros con sus cantos en la laguna de Sayula, una vez en el interior se pueden disfrutar los monumentos arquitectónicos y siguiendo este recorrido, se puede visitar a los más de 60 talleres donde se fabrican orgullosamente los cintos. Motivo por el cual, el turismo es una fuente de beneficios que sin una planeación adecuada pueden desperdiciarse totalmente y una

planeación estratégica del turismo a nivel regional, es la mejor oportunidad para incrementar la derrama económica con la finalidad de dar a conocer las artesanías del municipio, logrando con ello proteger al medio ambiente del uso excesivo de las zonas naturales y en consecuencia promoviendo un turismo sustentable.

Por parte de la vertiente social y la falta de fuentes de empleo en este municipio, han ocasionado un alto índice de migración principalmente del género masculino, lo cual trae como consecuencia problemas de desintegración familiar, bajo impulso al desarrollo económico de las comunidades en estudio y en consecuencia bajos niveles de calidad de vida.

En el presente estudio de investigación se pretende dar una visión integral de las variables que componen el fenómeno turístico, a través de un análisis de los factores y condiciones que lo provocan y el establecimiento de criterios utilizados para la planeación, que aborden el problema desde el punto de vista socioeconómico y tecnológico, sin dejar de lado la sustentabilidad ecológica del desarrollo.

Por medio de la aplicación de la metodología se desarrollará un sistema para determinar, evaluar, controlar y contrarrestar por medio de estrategias y planes de acción, a las variables competitivas y de entorno que propician o detienen el desarrollo turístico y las que pueden hacerlo sustentable. Y el propósito del estudio de investigación es determinar las variables que afectan directa e indirectamente al desarrollo turístico de una región y su posible correlación, para diagnosticar la situación del sector y señalar los escenarios probables de desenvolvimiento según el comportamiento de esas variables y sus efectos, para sustentar un modelo de planeación estratégica que incremente la explotabilidad y sostenibilidad de las artesanías y por ende del turismo sustentable.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

EL Sur de Jalisco se compone de una gran diversidad de paisajes y recursos naturales y entre los cuales destacan sus áreas boscosas. Además, sus poblaciones que lo integran cuentan con características únicas, definidas y diferenciadas del resto de la entidad, que van desde sus costumbres, tradiciones, artesanías y la calidad humana de sus habitantes.

Sin embargo, las artesanías del municipio de Atoyac, son una de las principales fuentes de ingreso y de empleo para sus pobladores, ya que una gran mayoría se encuentra vinculada a esta actividad. La escasa comercialización de estas artesanías es un problema que ha provocado una disminución en los ingresos y en la calidad de vida de los artesanos, debido a la falta de nuevos mercados, pues la única forma de comercialización es la local, así como también existe una reducción en la afluencia de turistas nacionales y extranjeros. En este contexto, se encuentra inmerso el municipio de Atoyac, el que a pesar de contar con potencial turístico, éste no tiene identificado ni estructurado sus atractivos.

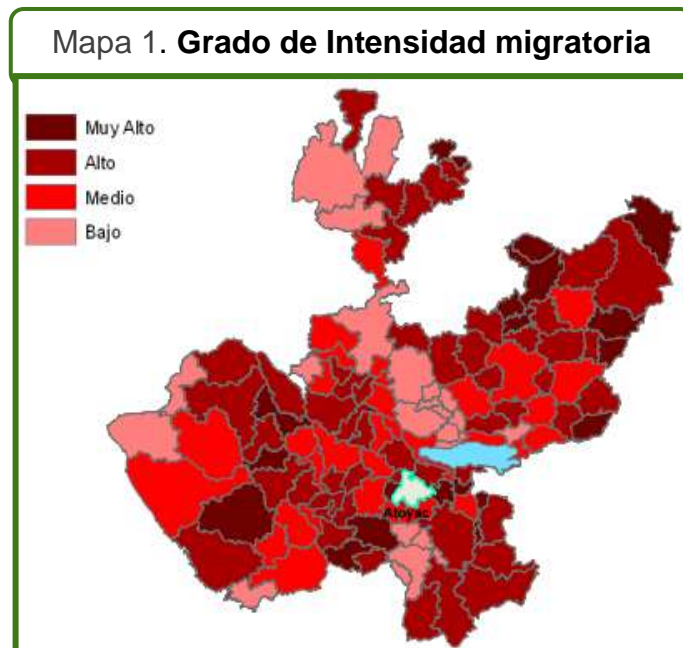
Como cualquier otra actividad artesanal, la talabartería tiene problemas, primordialmente por la desorganización, además de que no se cuenta con un censo estatal de artesanos dedicados a este ramo, incurriendo en una actividad dispersa, dónde sólo ellos se conocen entre sí. Sin embargo la talabartería, es una actividad viva y presente, distintiva de nuestro estado y nuestro país, que debe ser apoyada y respaldada por los organismos responsables para darse a conocer cada día más a todos los sectores, es decir, turístico, comercial y artesanal, para que fortalezcan ésta actividad por medio de la promoción y venta de las artesanías. Haciendo énfasis que hay para todos los gustos y necesidades, con la garantía que están bien hechas y que cuentan con una excelente calidad, son duraderas, con buen gusto y que además están elaboradas para el cliente más exigente.

No hay duda de que Atoyac tiene toda una tradición en cuanto a artesanías, esto debido al trabajo que expertamente realizan sus artesanos talabarteros, quienes hacen verdaderas obras de arte en la realización de cinturones, mismos que son apreciados en todo el Estado y por los muchos turistas que al municipio llegan. Son famosos sus trabajos en cuero, por lo que Atoyac es considerada la "*Capital mundial del cinto*" (ver fotografía 1).



Fotografía 1

Pero, sobre todo, con la implementación del turismo sustentable este ayudará a conservar la tradición del trabajo artesanal y evitando que se incremente la migración. Llama la atención, que el estado de Jalisco, tiene una añeja tradición migratoria a Estados Unidos, que se remonta hacia finales del siglo XIX, en donde se estima que 1.4 millones de personas nacidas en Jalisco habitan en Estados Unidos y que alrededor de 2.6 millones de personas nacidas en aquel país son hijos de padres jaliscienses. De acuerdo al índice de intensidad migratoria calculado por Consejo Nacional de Población (CONAPO) con datos del censo de población de 2010 del INEGI, Jalisco tiene un grado alto de intensidad migratoria, y tiene el lugar decimotercero entre las entidades federativas del país migratoria, (ver mapa 1).



Fuente: IIEG, Instituto de Información Estadística y Geográfica del Estado de Jalisco con base en estimaciones del CONAPO con base en el INEGI, muestra del diez por ciento del Censo de Población y Vivienda 2010.

Los indicadores de este índice señalan que particularmente en Atoyac el 18.08% de las viviendas del municipio recibieron remesas en 2010, en un 5.69% se reportaron emigrantes del quinquenio anterior (2005-2010), en el 2.30%, se registraron migrantes circulares del quinquenio anterior, así mismo el 6.73% de las viviendas contaban con migrantes de retorno del quinquenio anterior (ver tabla 1).

Tabla 1. Grado de intensidad migratoria e indicadores socioeconómicos

ATOYAC, JALISCO 2010	
Índice y grado de intensidad migratoria e indicadores socioeconómicos	Valores
Índice de intensidad migratoria	1.1997664
Grado de intensidad migratoria	Alto
Total de viviendas	2215
% Viviendas que reciben remesas	18.08
% Viviendas con emigrantes en Estados Unidos del quinquenio anterior	5.69
% Viviendas con migrantes circulares del quinquenio anterior	2.30
% Viviendas con migrantes de retorno del quinquenio anterior	6.73
Lugar que ocupa en el contexto estatal	40
Lugar que ocupa en el contexto nacional	331

Fuente: IIEG, Instituto de Información Estadística y Geográfica del Estado de Jalisco con base en estimaciones del CONAPO con base en el INEGI, muestra del diez por ciento del Censo de Población y Vivienda 2010.

Sin duda alguna México es un país pluricultural, ya que en todo el territorio se extiende una infinita galería de productos artesanales representativos de cada Estado. Los artesanos emplean herramientas y materiales auxiliares para realizar su trabajo, pero son sus manos y su intuición, básicamente sus principales recursos para realizar su creación. El conocimiento sobre las artesanías y su técnica es transmitido de padres a hijos, fomentando con ello las tradiciones y formando parte de la herencia cultural de los pueblos. La producción artesanal, es un claro ejemplo de cómo se puede integrar el fomento a las formas de producción, el aprovechamiento de los recursos y por consiguiente la conservación de los mismos a través de una producción artesanal sustentable.

El oficio de la talabartería da origen a una industria integradora ya que a esta se suman los curtidores, guaracheros, herreros, transportistas, carpinteros y a la vez a una nueva fuente laboral para la comunidad. En relación al origen de los talleres de la fabricación del cinto, se hizo la siguiente clasificación por grupos, para esquematizar la manera como estos han ido surgiendo (ver diagrama 1).

Diagrama 1. Tipos de talleres



Fuente: Elaboración propia autores

La apertura de estos nuevos talleres da origen a más y más talleres, propiamente familiares y dedicados en su gran mayoría a la fabricación de cinturones; ya que lo ven como

un buen negocio, es rápida la producción y las ganancias que se obtienen son en menor plazo y los pedidos son continuos y constantes, por lo que Atoyac se consolida como la “Cuna del Cinturón”.

OBJETIVOS

El turismo sustentable es una clase diferente de turismo convencional, cuya esencia se relaciona con el entorno natural media ambiental. Con base a este concepto se definieron los siguientes objetivos de investigación:

General:

Explicar el fenómeno de turismo sustentable como un factor que impulsa la sustentabilidad económica y ecológica del municipio de Atoyac, Jalisco.

Específicos:

1. Explicar el turismo sustentable de manera objetiva como procesos generadores de beneficios tantos ecológicos, económicos y sociales.

2. Presentar el estado actual del desarrollo de turismo sustentable en el municipio de Atoyac, Jalisco.

MARCO TEÓRICO

En cuanto al turismo, podemos señalar que este nace de la incesante curiosidad del hombre por descubrir nuevos mundos, culturas y espacios, lo que lo ha inducido a través de los tiempos a dejar sus lugares de origen y emprender viajes. Pearce (1989), refiere que el turismo, es una manifestación social, que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos que se trasladan de su residencia a otro lugar, permaneciendo ahí por lo menos 24 horas. Al respecto Romero (1992), comenta que es un fenómeno que une y vincula en una o en otra forma a toda la comunidad y que, en fecundo proceso de transculturación, en ella influye lo económico, cultural, emotivo y otros aspectos.

Según Garcia (1996), refiere que el desarrollo turístico consiste en el incremento de la afluencia turística a un destino, producto del crecimiento de la infraestructura hotelera, restaurantera y turística en general, con altos estándares de calidad en el servicio y precios justos. La competitividad de cualquier destino turístico depende de múltiples factores: una imagen bien posicionada, productos que respondan satisfactoriamente a los requerimientos del mercado, una buena relación de los precios respecto al valor esperado y percibido por los turistas, una distribución comercial adecuada lo más flexible y directa. El turismo sustentable es una modalidad en la que el paisaje es la principal variable, como punto de confluencia entre los factores ambientales y cuyo objetivo es la integración del turista al medio humano y natural. En este, la población local suele participar en la recepción de los turistas.

La actividad del turismo sustentable debe implicar una forma de desarrollo duradero en el tiempo, que optimiza la gestión de los recursos, integra a la población local, considera criterios ambientales y busca la rentabilidad a través de la gestión de la capacidad y aprovechamiento de los recursos. Al diseñar el turismo sustentable en un área natural es imprescindible tener en cuenta la necesidad de responder a las motivaciones y expectativas de los visitantes, ya sean excursionistas o turistas. Ya que no todos son iguales, aunque aparentemente sí.

A diferencia de otros países de América Latina, en México se tiene poca información sobre el desarrollo de turismo sustentable y a pesar de ello, podemos señalar tanto sus beneficios económicos así como el impacto negativo que se deriva de él.

La importancia del turismo sustentable en México es indudablemente beneficiosa, no solo se refleja en ser una industria que genera empleos, sino que es un detonador del desarrollo regional, es un factor de difusión de atractivos artesanales, culturales y naturales.

Principios que definen el turismo sustentable.

Turismo sostenible fue definido por la OMT (1991) a partir del concepto de desarrollo sostenible presentado en el Informe de Brundtland como, “el que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos

de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”.

De acuerdo a la OMT (1991), define el Desarrollo Turístico Sustentable como “Cumple con las necesidades de los turistas en el presente y de las regiones receptoras al mismo tiempo que protege y engrandece los recursos para el futuro. Se concibe como la guía para la administración de éstos de manera que las necesidades económicas, sociales y estéticas se pueden satisfacer al mismo comunidades locales” (OMT, 1995), así mismo define el desarrollo turístico sostenible como: “un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas”.

Desarrollo turístico sustentable, es un modelo de planeación turística, en el cual se observan tres ámbitos: el social, el económico y el ambiental, siendo este último el eje central del modelo, basado en detener el deterioro de los recursos ambientales. En este modelo deber ser responsabilidad de quienes desarrollan y conforman el sector turístico, esto es: el gubernamental (municipal, estatal y federal), el privado y social (prestadores de servicios turísticos y comunidades anfitrionas) haciendo coparticipe al turista de la responsabilidad de cuidar de los recursos naturales que utiliza y del valor de respetar las culturas y tradiciones de sus anfitriones, una vez que contrató el servicio turístico. (SECTUR, 2000).

De tal manera que la responsabilidad es un tema medular en el contexto de la sustentabilidad del turismo, esto permite darle un enfoque al nuevo modelo turístico. El turismo responsable no está relacionado con segmentos de mercados específicos, ni mucho menos es un producto o tipo de turismo, más bien es una forma diferente de hacer turismo, va más allá de turismo sustentable. La sustentabilidad y la responsabilidad deben ser ejes transversales en todas las prácticas, tipos y modalidades de turismo. En Kerala, India en marzo de 2008 se llevó a cabo la Segunda Conferencia Internacional de Turismo Responsable en Desatinos, que tuvo por objetivo establecer los principios del turismo responsable, en los cuales se establecieron las siguientes características:

- Minimiza los impactos económicos, ambientales y sociales.
- Genera mayores beneficios para la población local y se enlaza con el bienestar de las comunidades, mejora las condiciones de trabajo y el acceso a la industria.
- Involucra a la población local en las decisiones que afectan sus vidas y sus oportunidades.
- Realiza contribuciones positivas a la conservación del patrimonio cultural y natural y al mantenimiento de la diversidad mundial.
- Provee más opciones de experiencias recreativas para los turistas a través de contactos significativos con la población local y un mayor entendimiento de temas sobre la cultura local, lo social y lo ambiental.
- Provee acceso a personas con discapacidades físicas.
- Es culturalmente sensible, promueve el respeto entre turistas y anfitriones y construye orgullo y confianza local.

Jiménez (1998), comenta que el modelo de desarrollo turístico mexicano ha manifestado como premisa fundamental la búsqueda del beneficio de las localidades receptoras y obviamente de su población; sin embargo, cabe sugerir algunas reflexiones en torno a este postulado, que es uno de los aspectos críticos de la sustentabilidad de las actividades turísticas en su funcionamiento local, sobre todo a la luz de los cambios que se manifiestan en el turismo internacional.

Principios que definen el desarrollo sostenible.

El Informe de Brundland (1987), define el desarrollo sustentable como "El desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para que satisfagan sus propias necesidades".

Para que sea sustentable tiene que haber un equilibrio entre las diferentes dimensiones: lo medioambiental, lo sociocultural y lo económico. De acuerdo a esto el

desarrollo sustentable, tiene como base los siguientes aspectos que el mismo informe de Bruntland menciona: En la dimensión económica, el crecimiento económico o economía rentable, significa que el desarrollo debe ser económicamente eficiente y rentable.

En lo sociocultural, debe ser un desarrollo con equidad o sociedad justa, o sea que el desarrollo aumente el control que la gente tiene sobre sus vidas y que se mantenga y se fortalezca la identidad de la comunidades, a la vez que se satisfacen sus necesidades. O sea el desarrollo debe ser compatible con la cultura, los valores de los pueblos y sus necesidades.

En la dimensión medioambiental, el desarrollo debe ser compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos, la diversidad biológica y los recursos naturales, o sea que el aprovechamiento que haga el hombre de los recursos naturales debe permitir la regeneración de los ecosistemas.

La Ley del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente, define al desarrollo sustentable en el artículo 3°, fracción XI, como "El proceso evaluable mediante indicadores del carácter ambiental, económico y social que tiende a mejorar la calidad de vida y la productividad de las personas, que se funda en medidas apropiadas de preservación del equilibrio ecológico, protección del ambiente y aprovechamiento de recursos naturales, de manera que no se comprometa la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras" (Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente: 1988, última reforma 04-06-2012).

El rol actual de los municipios en gestión de desarrollo sustentable.

En libro que presenta la SECTUR (2005) sobre Planeación y Gestión del Desarrollo Turístico Municipal, menciona que si un municipio decide ser turístico, el turismo sustentable no es una elección, sino más bien un compromiso que debe asumirse, y en donde debe atender los principios básicos del desarrollo sustentable, los cuales son:

1. La conservación del entorno natural, en donde debe garantizar que el desarrollo turístico sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológico y con la conservación biológica.
2. La integración social y cultural, en donde los principales beneficiarios del turismo sean los propios residentes y que sea compatible con la cultura y tradiciones.
3. La rentabilidad económica, que haya un equilibrio entre las inversiones y los ingresos por turismo, asegurando la conservación de los atractivos los cuales deben generar beneficios como el empleo y oportunidades de negocios.

El equilibrio los principios mencionados son la clave del éxito de una política turística bien llevada, la clave es el equilibrio entre la autoridad municipal como responsable principal de su aplicación y la comunidad. (SECTUR, 2005).

El papel de los municipios en el desarrollo es muy importante puesto que es la organización más cercana a las demandas sociales. Ya que la función de los municipios es velar por el bien común de la población incluida en su jurisdicción y sus principales funciones es la prestación de servicios como la eliminación de residuos, recolección de basura, alumbrado público, construcción y cuidado de calle, parque y jardines y demás áreas pública.

METODOLOGÍA Y RESULTADOS.

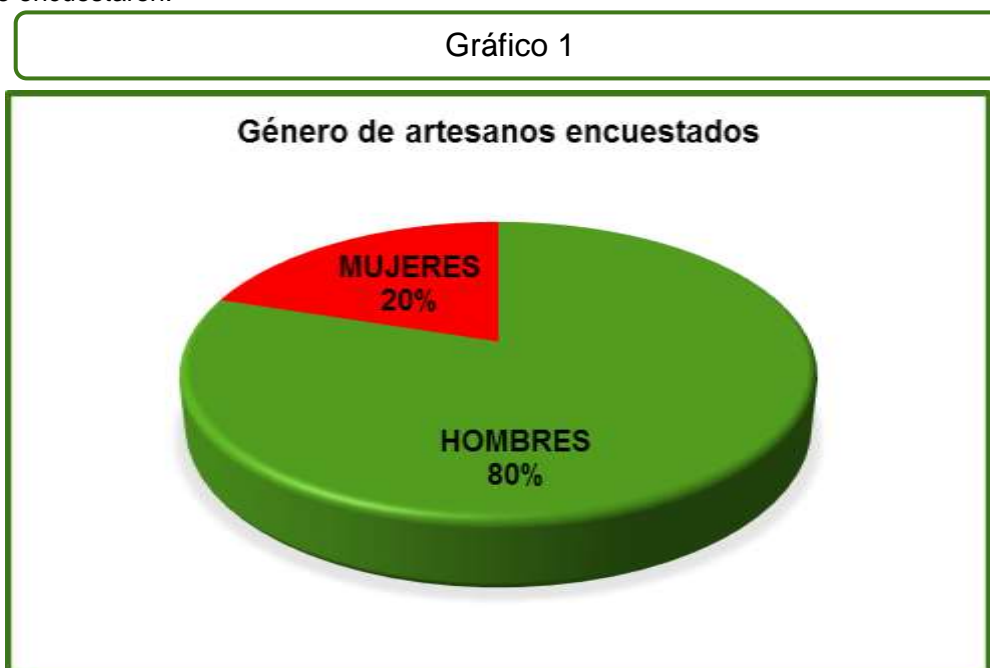
Ahora bien, la metodología aplicada en este proyecto se enmarca dentro del enfoque cuantitativo; de tipo exploratorio, descriptivo y explicativo, con un nivel aplicativo; mientras que el diseño de investigación es la no experimental y transversal, que, para el desarrollo analítico se ha procedido al estudio de mercado, definiendo la muestra y aplicando para la recolección

de datos la técnica por el cuestionario orientados a los potenciales artesanos, turistas y visitantes. Con esto se demuestra la factibilidad técnica, económica y financiera y la viabilidad jurídica, ambiental y comercial para la implementación de un modelo de turismo sustentable.

INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

Primero se identificó la percepción de la gente en el desarrollo turístico, en donde se aplicó un instrumento, en este caso un cuestionario dividido en las dimensiones de la sustentabilidad, de interés a investigar en el municipio.

En el siguiente gráfico 1 se puede observar la distribución por sexo de las personas que se encuestaron.

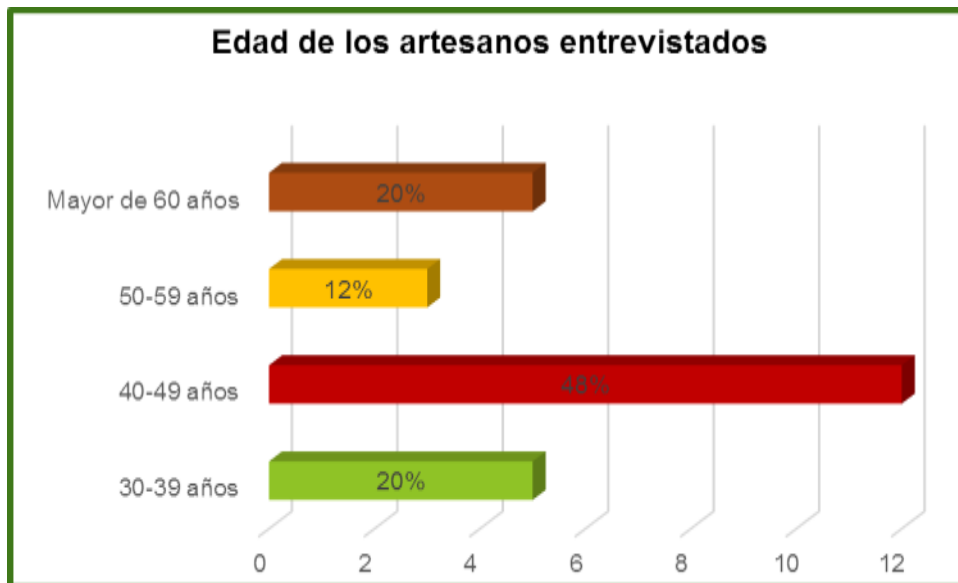


Fuente: Sector Artesanal del Municipio de Atoyac, Jalisco

De las personas encuestadas para esta investigación, el 80% son del sexo masculino y el 20% fueron mujeres, estos porcentajes muestran una gran diferencia entre la cantidad de hombre y mujeres que respondieron los cuestionarios.

Así mismo, se muestra la distribución por edad en el siguiente gráfico 2.

Gráfico 2

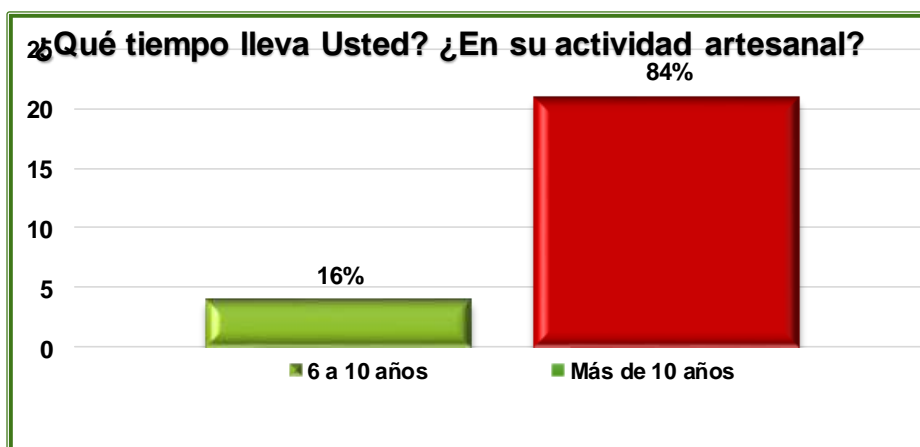


Fuente: Sector Artesanal del Municipio de Atoyac, Jalisco

Con respecto a la distribución de edad el 20% corresponde al intervalo de 30 a 39 años, el 48% al intervalo 40 a 49, el 12% concierne al intervalo de 50-59 y finalmente el 20% representa las personas que tienen edad más de 60. Estos datos muestran que la mayoría de las personas encuestadas son mayores de 40 años, que representan una población activa en los resultados de la investigación, y que por lo tanto puede impactar para el desarrollo turístico del municipio.

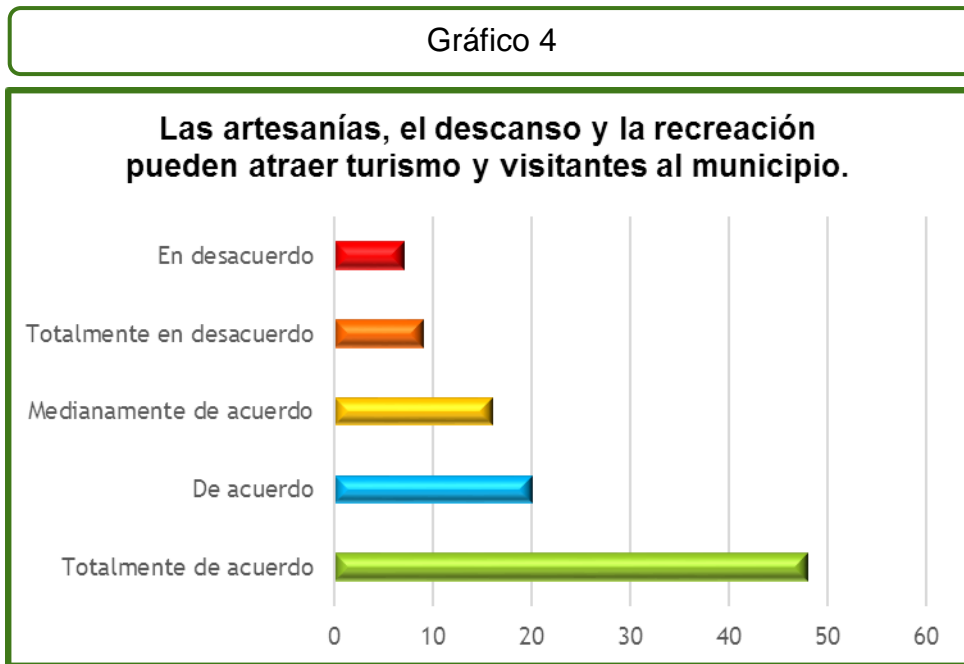
Posteriormente del total de encuestados se determinó que el 16% de los artesanos llevan poco tiempo trabajando en esta actividad, ya que se involucran en el trabajo artesanal a través de la formación artesanal y capacitándose en esta rama, y comenzando a tempranas edades para poder tener su propio negocio, mientras que el resto de artesanos el 84% empiezan a desarrollar esta labor por herencia, ya que es una tradición familiar, es decir, que va de generación en generación, siendo este para muchos el sustento de las familias y en donde los artesanos no poseen otro ingreso económico, ver gráfico 3.

Gráfico 3



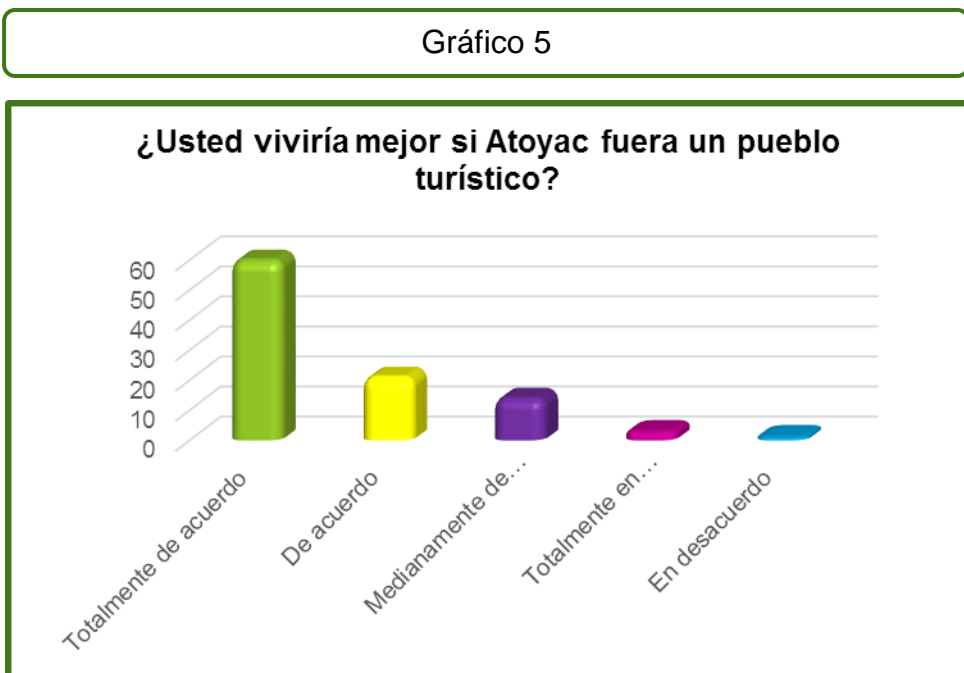
Fuente: Sector Artesanal del Municipio de Atoyac, Jalisco

Las opciones de recreación, descanso y ventas de artesanías que ofrece el municipio de Atoyac, si puede atraer turismo, el 48% respondió que están totalmente de acuerdo, el 20% de acuerdo con esta afirmación y medianamente de acuerdo el 16%, siendo un 9% los que opinan lo contrario, o sea que están totalmente en desacuerdo y el 7% en desacuerdo, esto se presenta en el gráfico 4.



Fuente: Sector Artesanal del Municipio de Atoyac, Jalisco

En el siguiente gráfico 5, la población considera que si se puede vivir mejor, si Atoyac fuera un pueblo turístico, respondiendo en un 60% que están totalmente de acuerdo, así como el 21% medianamente de acuerdo y un 14% de acuerdo, las opciones completamente en desacuerdo y desacuerdo representan el 3% y 1% respectivamente.



Fuente: Sector Artesanal del Municipio de Atoyac, Jalisco.

RESULTADOS

Después de haber realizado una revisión y análisis del municipio de Atoyac, así como el trabajo de campo que se llevó a cabo para conocer la participación de los diferentes actores involucrados en el desarrollo del municipio, principalmente del sector turístico y artesanal, se analiza el modelo de desarrollo turístico sustentable que puede tomar en consideración el municipio de acuerdo a sus actores, recursos naturales y culturales, tanto turísticos, artesanales y potenciales.

El modelo de desarrollo turístico propuesto es el modelo basado en el turismo sustentable, bajo los principios de sustentabilidad y el desarrollo local con las características del Buen Vivir, categorizándolo de acuerdo a Hiernaux-Nicolas, (2002), como un Modelo Integrado, el cual lo asocia a las pequeñas y medianas empresas, en el que existe un capital social en donde se combinan actitudes de confianza, de reciprocidad y cooperación, se da una vinculación de experiencia turística con el medio ambiente y la población local, en donde la comunidad participa en la planificación y gestión de la oferta turística.

Con este modelo se busca enfatizar la colaboración y participación de todos los actores, tanto directos como indirectos de la actividad turística para poder generar un desarrollo turístico, a través del desarrollo local, utilizando los recursos endógenos de manera sustentable y con el fin de lograr la sostenibilidad. Ya que el turismo sustentable, busca potencializar los recursos naturales y culturales, así como planear las diferentes actividades que se pueden desarrollar a través de la práctica de la actividad turística, además de evitar, el no dañar el medio ambiente natural y por ende desarrollar actividades que permitan su cuidado y su conservación.

Las actividades que se pueden realizar en este municipio de Atoyac, por las condiciones naturales, artesanales y culturales, son de ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura y el turismo cultural y el gastronómico también.

PROPUESTA

Es necesario y muy importante que el H. Ayuntamiento de Atoyac, encabece las acciones para involucrar a la sociedad en esta dinámica de convertir a Atoyac en un Municipio Turístico. Esta investigación no ha concluido, sino que se deben de hacer muchas acciones para lograr lo que se pretende, por lo tanto se propone lo siguiente:

- Creación de la dirección de Turismo en el municipio.
- Creación de la Comisión Interdireccional Ejecutiva Municipal, esto con el fin de que todos las direcciones del Gobierno este enfocadas hacia la planeación estratégica del municipio turístico, desde cada una de las Direcciones del Ayuntamiento de tal manera que se puedan tomar decisiones.
- Hacer la Planeación Estratégica del Municipio Turístico, para analizar en donde estamos y en donde queremos estar, todo en base al planteamiento de objetivos, metas, estrategias y acciones.
- Impulsar los clúster turísticos y las cadenas productivas.
- Crear una empresa exportadora y comercializadora de las artesanías del municipio.
- Llevar a cabo un diagnóstico sobre los inventarios turísticos propios del municipio.
- Elaborar el programa de capacitación turística.
- Elaborar un programa de capacitación para los artesanos.
- Elaborar un programa de mercadotecnia y promoción.
- Elaborar el programa de comercialización.
- Elaborar el programa de exportación.
- Hacer un programa de participación de los actores sociales y productivos para el desarrollo turístico

CONCLUSIONES

Consideramos que el turismo sustentable es viable en el Sur de Jalisco y en especial en el municipio de Atoyac, en donde el medio ambiente es maravilloso en una superficie territorial de 235.81 km a la redonda, en donde se encuentran hermosas artesanías que enamoran a los visitantes que gustan del turismo. Si bien es cierto que la Región Sur del estado de Jalisco, cuenta con importantes elementos y recursos potenciales identificados como oportunidades y fortalezas para facilitar el desarrollo y la promoción como destino turístico sustentable y cultural.

A través de la técnicas de investigación, nos permitió identificar la percepción que tiene la población del desarrollo turístico, y analizar la viabilidad de un modelo de desarrollo turístico., como parte de los objetivos específicos de la investigación, en donde se concluyó que la población está de acuerdo a que se desarrolle la actividad turística en el municipio, ya que esto les traerá mejores condiciones de vida, con la generación de nuevos empleos, así como llevar a cabo proyectos turísticos en sus comunidades, en aprovechamiento de sus recursos naturales y culturales con los que cuentan, evitando con esto que los jóvenes tengan que emigrar en busca de nuevas oportunidades.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Alfonso de Jesús Jiménez Martínez (1998), Desarrollo Turístico y Sustentabilidad, el caso de México, Centro de Documentación Turística (CEDOC-SECTUR), México, D.F., 193 pp.
- BOULLÓN C., Roberto (1990), Los Municipios Turísticos, Editorial Trillas, Mexico, D.F.
- BOULLÓN, Roberto (2006), Planificación del espacio turístico, Editorial Trillas, México.
- CAMACHO Salas, Mario (1993), El municipio, definiciones y características, en: Gobierno y administración municipal en México, CEDEMUN/SEGOB, México.
- DÍAZ Ecobal, Emma (2002), Desarrollo Territorial: Enfoque para la superación de la pobreza, la inequidad y la exclusión, Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (MIMDES), Perú.
- GARCÍA DEL CASTILLO, Rodolfo (1998), Los Municipios en México, Editorial Miguel Ángel Porrúa, México,
- HIERNAUX-Nicolas, D, et al. (2002). Imaginarios Sociales y Turismo Sostenible. Cuaderno de Ciencias Sociales 123. Sede Académica, Costa Rica. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO.
- RIONDA Ramírez, J.C. (2005) "Contextos del desarrollo regional en México." Edición a texto completo en www.eumed.net/libros/2005/jirr/
- OSORIO García, Maribel y Castillo Nechar, Marcelino (2006), Ensayos teórico-metodológicos del turismo: cuatro enfoques, Universidad Autónoma del Estado de México, México, D.F.
- PANOSSO Netto, Alexandre y Lohmann, Guilherme (2012), Teoría del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas. Editorial Trillas, México, D.F.
- MOLINA, Sergio. 1991. Conceptualización del Turismo. México, Editorial. Limusa.
- Organización Mundial del Turismo. OMT (1995). Carta del Turismo Sostenible, Lanzarote, Islas Canarias, España.
- Organización Mundial del Turismo, OMT (1999), Guía para administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible, Madrid, España, 223 pp.
- SECTUR (2000), Guía Oficial de Destinos para el Turismo de Aventura, Ecoturismo y Turismo Rural en México.
- SECTUR (2005), Manual de Planeación y Gestión del Desarrollo Turístico Municipal, México.

ARTICULOS CIENTÍFICOS:

- GUDYNAS, E. (2011 febrero). Buen Vivir: Germinando alternativas al desarrollo. América Latina en movimiento, Separata: Destakes del FSM 2011, 462. Quito: Agencia Latinoamericana de Información.

- GUDYNAS, Eduardo y Acosta, Alberto (2011), "El Buen Vivir o la disolución de la idea del progreso", pp 103-110 en "La Medición del Progreso y del Bienestar. Propuesta desde América Latina", Mariano Rojas, Coordinador, Foro Consultivo Científico y Tecnológico, AC, México DF.
- OSORIO García, Maribel. La Planificación Turística: Enfoques y modelos <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/401/40180113.pdf>

PAGINAS WEB:

- Carta de turismo sostenible de Lanzarote (1995) <http://www.turismo-sostenible.org/docs/Carta-del-Turismo-Sostenible.pdf>.
- Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente, (1988), última reforma 04-06-2012
- <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/148.pdf>.
- <http://iieg.gob.mx/contenido/Municipios/cuadernillos/Atoyac.pdf> consultado 06/06/2016 7:04 am.

LA HOTELERÍA Y EL TURISMO EN VILLAVICENCIO

Astrid León Camargo

Docente de la Universidad de los Llanos
astridleonc@gmail.com

Resumen

En esta ponencia, la dinámica hotelera muestra la evolución del sector turístico en la ciudad de Villavicencio, en Colombia. La ocupación hotelera en la ciudad aumentó notablemente en semana santa, coincidiendo con los festivales para atraer a turistas en temporadas de puentes festivos y vacaciones de mitad de año y diciembre. Para la economía, el impacto del turismo no solo se produce por el mayor consumo de la población foránea, también por el impulso de la construcción hotelera, y gran dinamizador de la economía en la ciudad. La mayoría de hoteles son de tamaño pequeños y medianos, y la construcción de grandes hoteles está limitada por los bajos ingresos de los turistas. Una medida para estimular la construcción de grandes hoteles es intensificar las fiestas y eventos culturales, para atraer turistas y estimular la demanda hotelera.

Palabras claves: Turismo, hotelería, festivales, construcción, economía.

EL DESARROLLO HOTELERO Y EL TURISMO

En la estructura productiva de la ciudad de Villavicencio, ubicada en Colombia, el sector hotelero es considerado como la actividad más cercana conocer la evolución del sector turístico. Dada el alto dinamismo del sector hotelero, se considera que el turismo pasa por un buen momento. La hotelería ha aportado significativamente al sector de la construcción. En el 2014 su contribución a la economía metense fue de los más altos del departamento. Este crecimiento se traduce en una alta demanda laboral, junto con comercio y restaurantes representó 37,4%. En el mismo año, esta actividad es la mayor jalonadora de la construcción (DANE, 2014).

Al entrar en más detalle, se aprecia la alta dinámica económica de la hotelería. En el 2014 fue una de las actividades que más creció con un 5.4% con respecto a 2013, y en construcción en 2014 ocupó el quinto lugar en obras culminadas con 8.310 mts² (Informe de Coyuntura Económica, 2015).

Tabla 1
 Área urbana de Villavicencio. Censo edificaciones, por estado de la obra, según destinos

Destinos	Metros cuadrados		Variaciones	
	Obras culminadas	Obras nuevas en proceso	Obras culminadas	Obras nuevas en proceso
Total	366.395	454.057	18,3	26,6
Apartamentos	105.260	162.215	89,4	46,9
Oficinas	2.684	47.364	221,1	*
Comercio	9.329	53.860	-57,8	*
Casas	220.466	172.533	36,2	-12,1
Bodegas	10.548	6.015	-25,5	-70,9
Educación	3.406	140	-91,6	-98,6

Destinos	Metros cuadrados		Variaciones	
	Obras culminadas	Obras nuevas en proceso	Obras culminadas	Obras nuevas en proceso
Hoteles	8.310	3.098	-28,3	-64,9
Hospitales	0	5.403	(-)	*
Administrativo público	4.962	0	-	(-)
Otros	1.430	3.429	-55,0	49,2

- Indefinido.

(-) Sin movimiento.

* Variación muy alta.

Fuente: Informe de Coyuntura Económica Regional. 2014. DANE. Bogotá

El protagonismo que ha adquirido la actividad hotelera merece una mirada detenida para indagar los factores asociados a su desarrollo con el ánimo de entender una de los subsectores más dinámicos de la economía de Villavicencio. Un factor que influye en la ocupación hotelera es la temporada. La mayor ocupación hotelera en 2014 en Villavicencio se presentó en semana santa, temporada alta de turismo (figura 1).

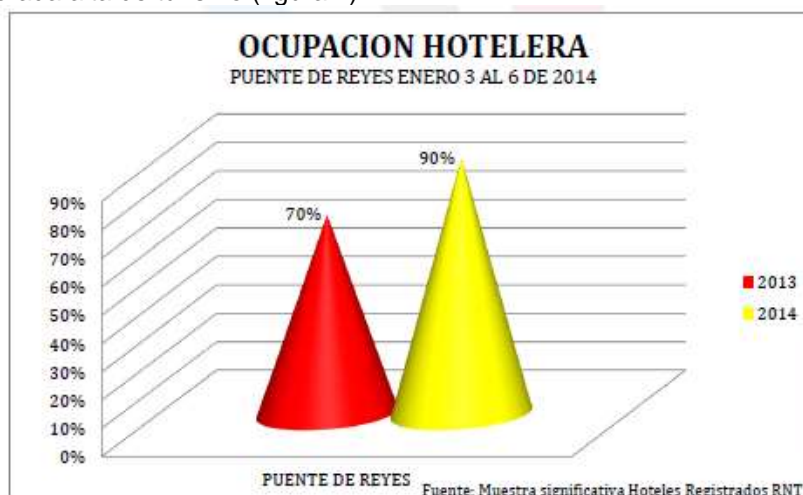


Figura 1. Ocupación hotelera
 Fuente: Boletín 02 Instituto de Turismo del Meta

La ocupación hotelera entre los meses de enero y abril de 2014 fue de más del 50%, parecida al resto del país (Tabla 1). El presidente de COTELCO señaló que “estaremos alrededor del

52% en ocupación. Fue un buen año en el sentido de que entraron nuevas habitaciones y hubo un aumento en la demanda importante, lo cual no permitió que cayera la ocupación a niveles por debajo del 2013". (Dinero, 2015).

Tabla 1
Ocupación hotelera en Villavicencio

Ocupación hotelera	Enero%	Febrero%	Marzo %	abril%	promedio %
Villavicencio	70	67	70	77	69

Fuente: Boletín 007 del Instituto de Turismo del Meta

Mientras la ocupación hotelera se asemeja al resto del país, y se le considera que se encuentra en buen desempeño económico, la ocupación en fincas turísticas no tiene tan buen comportamiento, pues apenas fue de 30% en 2014 (Tabla 2). Los turistas no contemplan como primera opción de alojamiento a las fincas turísticas. El esfuerzo del sector público y privado debe redoblar para apoyar la ocupación en las fincas, si se quiere que prospere este tipo de alojamiento en la ciudad y el departamento.

Tabla 2
Ocupación en fincas

Ocupacion en fincas	
Villavicencio	20%
Resto del Departamento	10%
Total	30%

Fuente: Boletín 007 del Instituto de Turismo del Meta

Para caracterizar el subsector de la hotelería y turismo, se remitirá a la definición de hotel que se encuentra en la ley. Según el Artículo 78 de la ley 300 de 1996 "De los establecimientos hoteleros o de hospedaje. Se entiende por establecimiento hotelero o de hospedaje, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios o accesorios de alojamiento, mediante contrato de hospedaje". (Ley 330, 1996).

La misma ley indica en el artículo 3 que el sector privado "está integrado por los prestadores de servicios turísticos, sus asociaciones gremiales y las formas asociativas de promoción y desarrollo turístico existentes y las que se creen para tal fin". Al amparo de la ley se reafirma la Asociación Hotelera y turística de Colombia –COTELCO-, fundada en 1954 con 19 hoteles en el país, hoy cuenta entre sus asociados con casi 1000 hoteles. COTELCO tiene presencia en Villavicencio con 23 hoteles, los cuales servirán de muestra para la caracterización de los establecimientos hoteleros en Villavicencio. La tabla 3 relaciona los hoteles afiliados a COTELCO ubicados en Villavicencio. Se caracterizará los hoteles con el número de empleados, habitaciones, camas y precio mínimo de habitación por noche.

Tabla 3
Hoteles afiliados a COTELCO ubicados en Villavicencio

HOTEL
Hotel Gran Reserva
Finca Villa Tatiana
Hotel Saloma
Hotel Palma Real del Llano

Hotel Nuevo Faro
Los Caballos Hotel Campestre
Hotel Santa Bárbara Country
Hotel Campestre Hacienda San José
Cabañas Polangy
Hotel Hacienda Palo a Pique
Brizantha Hotel Campestre
Hotel Duranta
Hotel Onaruco Caney
Hotel Caimito
Hotel Catama Real
Finca Hotel Campestre Kaidaly
Cabañas campestres Rincon de Apiay
Hotel Eclipse
Finca los Gaviles
Montes del llanos Finca Agroturística
Hacienda Gualanday
Hotel Embajador del Llano
Hotel Campestre La Herradura

La figura 2 muestra el número de empleados de los hoteles. Se observa que la mayoría se encuentra entre 1 y 6 empleados con el 59,1% de participación, entre 7 y 12 empleados con 22,77% y entre 13 y 18 empleados con 18,2%. En general el número de empleados por hotel es pequeño, e indica a su vez el tamaño reducido de los hoteles.



Figura 2. Número de empleados

Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO (2016). Registro Nacional de Turismo.

El 63,6% de los hoteles tienen entre 6 y 24 habitaciones, entre 25 y 42 habitaciones el 13,64% y entre 43 y 60 habitaciones el 18,2%. Consistente con el dato anterior, remarca la categoría de hotel pequeño, mayoría a la que apuntan los hoteles de la ciudad. Echeverry (2016) considera que por lo general los hoteles pequeños se agrupan en hasta 50 habitaciones. El tamaño se configura en una limitante para ampliar la inversión en el servicio del hotel, ya sea en la calidad de la alimentación y habitaciones, como en otros atractivos que tiene los hoteles grandes como casino, piscina, shows y juegos para los niños.

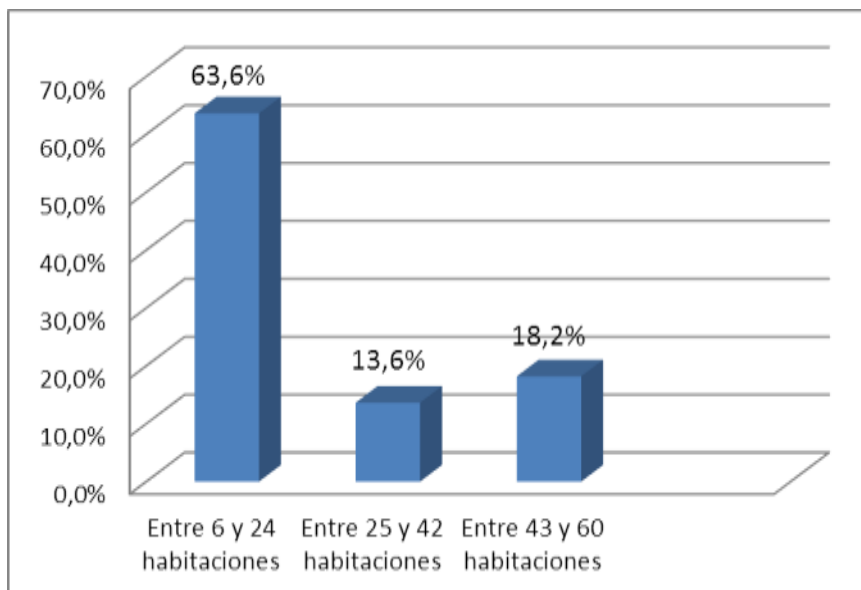


Figura 3. Número de habitaciones

Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO (2016). Registro Nacional de Turismo.

En los hoteles el número de camas se encuentra en su mayoría entre 38 y 69 con una participación de 45,5%, seguido de los hoteles que tienen entre 6 y 37 camas con 40,9%, entre 102 y 132 camas con 9,1% y entre 70 y 101 camas con apenas 4,5%. Los hoteles en promedio tienen pocas camas, consistente con el número reducido de habitaciones (Figura 4).

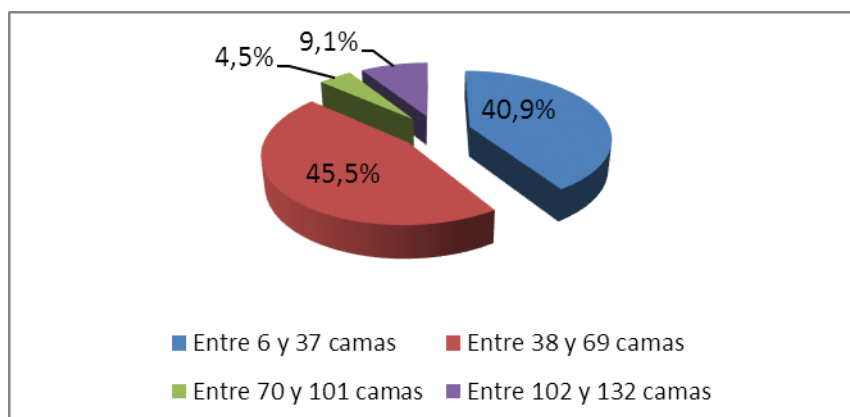


Figura 4. Número de camas

Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO (2016). Registro Nacional de Turismo.

Los hoteles con tarifa mínima de habitación cuyo rango es de \$ 35.000 y \$101.600 tienen una participación del 50%, en menor proporción se encuentran los hoteles con tarifa mínima entre \$101.601 y \$167.900 con 21,4%, tarifa entre \$ 167.301 y \$ 233.600 con 14,3% y entre \$ 233.601 y \$ 300.500 con 14,3 %.

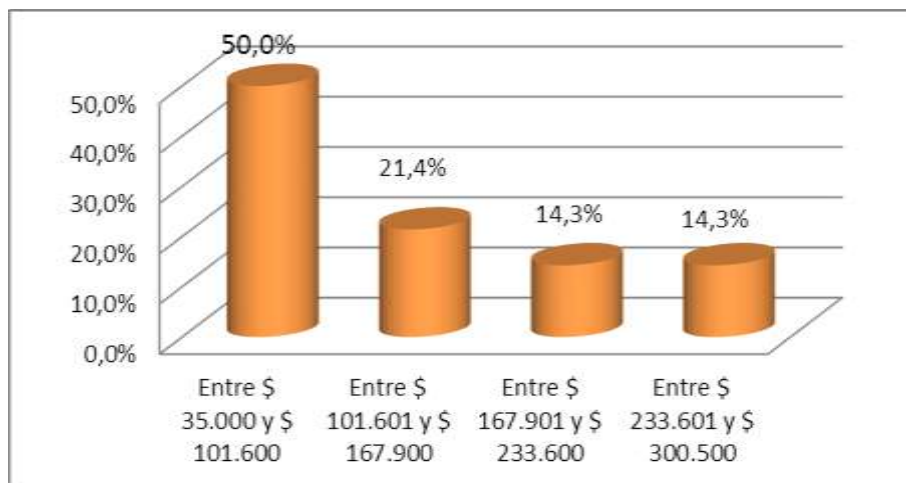


Figura No. 5

Tarifa mínima de habitación por noche

Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO (2016). Registro Nacional de Turismo.

Los precios en general son bajos, acordes al nivel del servicio en los hoteles. Los turistas no son de altos ingresos y se conforman con un nivel de servicio inferior.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El subsector hotelero dinamiza la economía de la ciudad de Villavicencio. Por un lado, incrementa el nivel de la construcción, y consigo su efecto multiplicador, debido a la demanda materiales y equipos para las edificaciones; por otro lado genera empleo, en la en las fases de construcción de los hoteles y en la prestación de servicios. El mayor número de empleos se encuentra en hoteles pequeños, dado que existen muy pocos hoteles grandes. Para incentivar la puesta en marcha de hoteles grandes, que demandan la tecnología más avanzada en servicio hotelero, y satisfacen los más exigentes gustos en temas de servicio hotelero y generan altos ingresos, gracias a la alta demanda y nivel en el servicio, el Estado debe aumentar los esfuerzos para presentar a Villavicencio como una ciudad próspera y con gran riqueza en el paisaje y cultura de la región de los Llanos. Además de los hoteles, el gobierno local debe incentivar el desarrollo de las fincas turísticas ya que ofrecen el escenario adecuado para contemplar el Llano y disfrutar de actividades que desarrollen, entre otros la cultura gastronómica, por tanto, el apoyo a las fincas turísticas, que se encuentran muy poco avanzadas en la ciudad, complementa de manera adecuada, una estrategia a seguir por la ciudad para incrementar el número de turistas.

Visualizar la ciudad de Villavicencio, como un polo de desarrollo turístico, es asunto de todos, del sector privado, público y del ciudadano que debe considerar que de él, también depende la imagen de Villavicencio.

BIBLIOGRAFÍA

- CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO (2016). Registro Nacional de Turismo. <http://rntvillavicencio.confecamaras.co/detalle-establecimiento/15010/santa-0barbara-hotel-country>
- DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS (2014). Informe de Coyuntura Económica Regional. DANE. Bogotá.
- ECHEVERRY Mariana (2016). Gestión de servicios de la hospitalidad. http://marianaecheverri27.blogspot.com.co/p/blog-page_24.html
- INSTITUTO DE TURISMO DEL META (2014). Boletín 002 de 2014.IDM. Villavicencio.
- INSTITUTO DE TURISMO DEL META (2014). Boletín 007 de 2014.IDM. Villavicencio.
- INSTITUTO DE TURISMO DEL META (2010). Plan Maestro de Desarrollo Turístico del Meta.
- Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996). Congreso de la República. Bogotá.
- CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO (2016). Registro Nacional de Turismo. Villavicencio.Ocupación hotelera estable en 2014. (2015). Bogotá. Semana. <http://www.dinero.com/pais/articulo/ocupacion-hotelera-colombia-durante-2014/204696d>

EMPRENDIMIENTO DEL ECOTURISMO EN EL ECUADOR COMO HERRAMIENTA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y SUSTENTABLE DE PEQUEÑAS COMUNIDADES

Ing. Guido Poveda Burgos, MBA¹

Docente Titular Universidad de Guayaquil, Ecuador:
guido.povedabu@ug.edu.ec

Ing. Fernando Ponce Orellana, MBA²

Docente Titular Universidad de Guayaquil, Ecuador:
fernando.ponceor@ug.edu.ec

Ing. Zoila Franco Castañeda, MBA³

Docente Titular Universidad de Guayaquil, Ecuador:
zoila.francolo@ug.edu.ec

Ing. Mesías Pilco Parra, MBA⁴

Docente Titular Universidad de Guayaquil, Ecuador;
mesias.pilcop@ug.edu.ec

CPA. Marco Suriaga Sánchez, MBA⁵

Docente Titular Universidad de Guayaquil, Ecuador;
marco.suriagas@ug.edu.ec

Resumen:

El Ecuador tiene una Constitución y una Ley vanguardista en cuanto al desarrollo de emprendimientos, y en especial a los denominados ecoturísticos como un eje de desarrollo sostenible y sustentable sobre todo para las pequeñas comunidades, por lo tanto profundizando más con investigaciones relativas al tema, se podrá retroalimentar con valiosos conocimientos sobre los principales impactos positivos y negativos que genere este cuerpo legal del fomento al turismo comunitario en su aplicación en el territorio nacional.

Se han elaborado propuestas, en conjunto con las comunidades, sobre posibles implantaciones de empresas comunitarias turísticas con un fuerte enfoque en lo gastronómico. En todas las comunidades destaca el principio de rescate cultural de la gastronomía, y saberes ancestrales como un eje transversal.

Adicionalmente cabe destacar que en los ejes transversales, el turismo comunitario tiene propuestas positivas para aportar a las políticas de soberanía alimentaria, destacando su potencial relación con varios procesos y subprocesos del sistema alimentario, al mismo tiempo que es una fuerte conexión para lograr la diversificación productiva en concordancia con el Plan Nacional del Buen Vivir, y, así asentar temas transversales como la nutrición y saberes ancestrales, étnicos y culturales de las distintas regiones del Ecuador con proyección al mundo entero.

.Palabras clave: Emprendimiento, ecoturismo, sostenible, sustentable, comunidades, diversificación productiva, Plan Nacional del Buen Vivir.

¹ Docente de la Universidad de Guayaquil. Ing. Comercial, Magister en Administración y Dirección de Empresas

² Docente de la Universidad de Guayaquil. Ing. Comercial, Magister en Administración y Dirección de Empresas

³ Docente de la Universidad de Guayaquil. Ing. Comercial, Magister en Administración y Dirección de Empresas

⁴ Docente de la Universidad de Guayaquil. Ingeniero Comercial, Magister en Administración y Dirección de Empresas

⁵ Docente de la Universidad de Guayaquil. Contador Público Autorizado, Magister en Administración y Dirección de Empresas

ABSTRACT:

Ecuador has a Constitution and an avant-garde Law for the development of enterprises, and especially ecotourism called as a hub of sustainable and sustainable development especially for small communities, thus deepening more with research on the subject, you can feed back valuable knowledge about the main positive and negative impacts generated by this legal body promoting community tourism in its implementation in the country.

Proposals have been developed in conjunction with the communities on possible implementations of tourist community enterprises with a strong focus on dining in all communities it emphasizes the principle of cultural rescue of gastronomy and ancestral knowledge as a crosscutting issue.

In addition it should be noted that the transverse axes , community tourism has positive proposals to contribute to food sovereignty policies , highlighting its potential relationship to various processes and threads in the food system , while a strong connection to achieve diversification in accordance with the National Plan for Good Living , and thus settle cross-cutting issues such as nutrition and ancestral knowledge , ethnic and cultural needs of the different regions of Ecuador with projection to the world.

KEYWORDS: Entrepreneurship, ecotourism, sustainable, sustainable, communities, productive diversification, National Plan for Good Living

Introducción

El turismo se denomina como la industria sin chimenea, y en términos cuantitativos y cualitativos representa una gran oportunidad de desarrollo e inclusión económica y social para una mayor participación de la población en edad económicamente activa, aglutinando a un gran número de beneficiarios, más allá de las familias que optan por el desarrollo de este tipo de emprendimientos, se incluyen comunidades enteras a lo largo y ancho del Ecuador, en cada una de nuestras regiones naturales, mostrando al mundo lo mejor de nuestra naturaleza y biodiversidad y encantos naturales.

Parte de las acciones que desarrollan los actores locales para el fomento del emprendimiento, demuestra el apoyo del gobierno ecuatoriano con el desarrollo del Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017, textualmente el Objetivo 10 denominado “Impulsar la transformación de la matriz productiva”, dice lo siguiente:

Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles,

sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada.

Imagen: cascada en la Comuna Dos Mangas, Provincia de Santa Elena



Fuente: fotografía tomada por Guido Poveda

La transformación de la matriz productiva supone una interacción con la frontera científico-técnica, en la que se producen cambios estructurales que direccionan las formas tradicionales del proceso y la estructura productiva actual, hacia nuevas formas de producir que promueven la diversificación productiva en nuevos sectores, con mayor intensidad en conocimientos, bajo consideraciones de asimetrías tecnológicas entre países (eficiencia schumpeteriana) y con un rápido crecimiento de la demanda interna y externa que promueva el trabajo (eficiencia keynesiana o de crecimiento).

Su combinación se denomina eficiencia dinámica, porque conlleva altas tasas de crecimiento y la reducción de la brecha tecnológica; la estructura se transforma para redefinir la inserción externa y la naturaleza del empleo, a medida que aumenta el número de empleos de calidad en la economía. Otro elemento a considerar es

encontrar una sinergia entre la igualdad social y las dinámicas económicas para la transformación productiva, por ser complementarios (CEPAL, 2012b).

Por lo tanto, se requiere avanzar hacia la articulación de los sistemas de acumulación privada, la economía estatal y de las organizaciones populares que, aunque fragmentadas, se orientan al desarrollo y la reproducción de la vida social (MIES, 2011) y el territorio.

Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias¹⁰³ y la promoción de nuevos sectores¹⁰⁴ con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen.

Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada. Esto promoverá la sustitución de importaciones, desagregación y transferencia tecnológica, conocimiento endógeno, y priorizará la producción nacional diversificada, con visión de largo plazo en el contexto internacional.

El Objetivo 12 del Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017 **“Garantizar la soberanía y la paz, inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana”**; especifica que el orden internacional se encuentra en una profunda dinámica de transformación y, en ese sentido, la posición de Ecuador, como lo determina su Constitución (art. 423), apunta a construir procesos de ruptura con realidades existentes, mediante la consolidación de mecanismos de integración entre los países del Sur, pero particularmente entre los latinoamericanos.

En el plano interno la promoción de la paz, la soberanía y la integración supone la construcción de un entorno internacional favorable a los objetivos de desarrollo nacional. En este sentido, el Ecuador precisa diversificar sus mercados de destino y oferta exportable, con el objetivo de romper las condiciones de dependencia económica que han caracterizado su historia republicana.

Para ello se requiere impulsar una institucionalidad internacional justa, que responda a los intereses de las sociedades y que no esté condicionada por intereses corporativos privados o hegemónicos de las grandes potencias. Esta nueva institucionalidad es necesaria en todas las dimensiones de gobernanza de las relaciones internacionales; más aún en lo que tiene que ver con la vigencia del orden democrático en la región y

de los derechos humanos, sociales y colectivos de todas sus poblaciones; así como de la naturaleza. En este marco, las relaciones de cooperación son complementarias a la acción soberana del Estado.

El ecoturismo como tendencia universal

Las presiones de las nuevas corrientes turísticas mundiales gestadas en las dos últimas décadas se han traducido en un creciente número de proyectos de turismo en comunidades indígenas o rurales, mediante el impulso de agentes externos como ONGs, empresas privadas, instituciones públicas y de cooperación internacional. No obstante, son muy escasas las experiencias sistematizadas que han buscado capitalizar enseñanzas y propiciar procesos de aprendizaje con esas comunidades, a fin de aprovechar su potencial de manera sostenible, evitar algunos de los traumáticos errores del pasado y, sobre todo, actuar más atinadamente en el futuro.

A pesar de los esfuerzos registrados en materia de evaluación de proyectos con comunidades rurales en la última década, no existe por el momento una metodología comprensiva orientada a evaluar los efectos de la actividad turística en los diferentes ámbitos de la vida comunitaria.

Con la aceleración de la globalización de la economía, la lucha por el control de los codiciados recursos naturales y culturales que albergan los ancestrales territorios indígenas se ha agudizado, alcanzando en algunos casos niveles dramáticos.

Tanto las empresas nacionales y transnacionales como los mismos gobiernos y bancos multilaterales (BID y BM en el contexto latinoamericano), no han cesado de ejercer fuertes presiones en favor de cuantiosas inversiones para explotar los recursos de propiedad o posesión de las comunidades campesinas o indígenas.

Para estas últimas, a pesar del reconocimiento de sus derechos en la Constitución Nacional de la gran mayoría de los países de América Latina, que además han ratificado convenios internacionales – como los Convenios 107 y 169 de la OIT sobre Pueblos Indígenas y Tribales – esas presiones se han traducido en frecuentes invasiones y cercenamiento de territorios, desplazamientos de población y depredación ecológica.

Al amparo de planes y proyectos estatales de desarrollo, colonizadores y empresas extractoras de recursos forestales, mineros y petroleros, o de explotación agrícola y

ganadera, han hecho caso omiso del derecho elemental de consulta previa y bien informada del que gozan los pueblos afectados. En este contexto, los temores de muchas comunidades sobre los impactos nocivos que puede causar la actividad turística en sus territorios son bien fundados.

En efecto, estas nuevas intervenciones pueden significar un aumento de su dependencia, una aceleración de la pérdida de sus territorios y su identidad cultural o un debilitamiento de sus instituciones y de la cohesión social que éstas persiguen.

Las reticencias pesan más que las promesas de improbables beneficios. No obstante, cabe advertir que no todas las comunidades están animadas del mismo espíritu escéptico y reticente.

Muchas de ellas han adoptado una postura relativamente receptiva o claramente favorable a la implantación de actividades turísticas en sus territorios, a condición de que las estrategias de fomento que se adopten y apliquen respeten determinadas exigencias básicas. Éstas contemplan la preservación de sus instituciones y valores tradicionales, el respeto de su cultura y el derecho a decidir sus propias prioridades de desarrollo.

En fin, se puede observar la existencia de un cierto número de comunidades convencidas de que el turismo puede significar, o representa ya, para sus miembros, una fuente de beneficios reales, como condiciones materiales de vida mejorada, bienestar social, expresiones culturales renovadas y lazos comunitarios fortalecidos.

En consecuencia, la percepción y las actitudes de las comunidades en relación a la actividad turística distan mucho de ser homogéneas. Escepticismo, actitud receptiva pero crítica o aceptación entusiasta son posturas genéricas estrechamente relacionadas con las vivencias presentes y pasadas de las comunidades.

Las modalidades de respuesta que cada comunidad genera frente a la incertidumbre de las nuevas condiciones de vida y trabajo están ampliamente condicionadas por los logros o desaciertos registrados en su largo proceso histórico.

Por ello, el debate interno sobre el carácter de las alianzas forjadas en el pasado con actores institucionales o empresariales suele estar impregnado de susceptibilidades y tomar un cariz polémico a la hora de la toma de decisiones colectivas.⁶

⁶ Programa sobre intensificación del empleo mediante el desarrollo de pequeñas empresas Departamento de creación de empleos y desarrollo de la empresa Oficina Internacional del Trabajo · Ginebra

Comprensión del entorno comunitario

Establecer la naturaleza y las características de lo comunitario implica ante todo definir los principios, valores y normas que rigen las formas de convivencia y organización que ha adoptado un determinado grupo humano, y que los diferencian de otros actores fundamentales de la sociedad, en este caso, la diferenciación se determina con respecto al sector público y al sector privado.

En el contexto de los países latinoamericanos, el universo de lo “comunitario indígena”, nos remite a un sujeto colectivo con derechos y obligaciones, regido total o parcialmente por sus propios valores, normas e instituciones ancestrales (sociales, económicas, culturales y políticas) o por una legislación especial.

En la esfera institucional, lo comunitario se expresa a través de complejos procesos de toma de decisiones, asignación de roles y responsabilidades, rendición de cuentas, solución de conflictos, aplicación de justicia y represión de delitos cometidos por sus miembros de acuerdo al derecho consuetudinario. (Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario. *Documento de trabajo*, (13).

Conviene precisar el ámbito y los límites de los derechos colectivos en el contexto de la sociedad mayor, pues su legitimidad está garantizada siempre y cuando no sean incompatibles con los derechos humanos y las libertades fundamentales internacionalmente reconocidos y consagrados en el sistema jurídico nacional.⁷

El fundamento de la identidad comunitaria, en el caso indígena ecuatoriano, tiene sus raíces en la conciencia de pertenencia a un grupo étnico, descendiente de pueblos ancestrales que habitan y poseen vastos territorios del país desde mucho tiempo antes de la época de la conquista. Sus formas de organización y sus características sociales, culturales e históricas, les distinguen de los demás grupos que forman parte de la sociedad nacional, es importante recordar que el Ecuador es un país multiétnico y cultural.

La organización comunitaria, en términos económicos, puede ser considerada como un activo empresarial intangible, toda vez que busca lograr formas de cooperación y eficiencia en el trabajo con miras a incorporar ventajosamente a sus miembros en los circuitos económicos globalizados.

⁷ Consultar a este propósito OIT: Convenio núm. 169 sobre pueblos indígenas y tribales en países independientes, 1989

La acción descrita desborda los límites de lo laboral e incluye procesos de negociación para el acceso y control de recursos, diversificación de mercados y participación en las instancias locales de decisión política, en condiciones que no pueden ser alcanzadas de forma individual (Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario. *Documento de trabajo*, (13).

Se puede postular que a gracias al turismo, muchas comunidades están tomando conciencia del potencial considerable que encierran sus activos patrimoniales: recursos culturales, naturales, físicos y humanos, buscando valorizar los primeros y desarrollar las competencias técnicas y empresariales de estos últimos, a los efectos de enfrentar eficazmente las presiones competitivas del mercado globalizado.

El turismo abre vastas perspectivas para la innovación y para poner en juego el acervo del capital social comunitario, es decir, el conjunto de conocimientos colectivos, prácticas, técnicas productivas y formas de cooperación ancestrales que generan eficiencia económica y que han asegurado la supervivencia secular de un grupo social.⁸

En un campo más específico, la definición de la UNESCO sobre patrimonio cultural distingue el patrimonio tangible del intangible. El patrimonio tangible incluye el patrimonio arqueológico y arquitectónico, las manifestaciones objetuales y las expresiones letradas y documentales. Por su parte, el patrimonio intangible abarca las siguientes categorías: las lenguas, la tradición oral, las técnicas culturales y escénicas, el conocimiento tradicional, las representaciones de arte, los ritos y eventos festivos y las otras ofertas organizadas (circuitos y rutas, etc.).⁹

En el campo de la actividad turística, las comunidades indígenas y rurales persiguen objetivos generales y específicos complementarios.

Entre los primeros destaca un control más seguro y autónomo de los recursos patrimoniales, de los beneficios que se generan y de las instancias de gestión que se instituyen con este propósito (autogestión).

⁸ Como es conocido, el principio de reciprocidad, basado en relaciones de confianza, solidaridad y cooperación, es el fundamento sobre el que descansan las seculares instituciones de las comunidades indígenas en América Latina. Orientadas hacia la consecución del bienestar común, una serie de normas y principios institucionalizados rigen las prácticas sociales e interpersonales, dentro y hacia afuera de la comunidad. Los comportamientos cívicos (vale decir responsables y solidarios con el resto de la sociedad), y su corolario de gobernabilidad, destacan como una característica crucial de esas sociedades, cuyos miembros comparten una conciencia de identidad colectiva y de pertenencia. El paradigma del capital social comunitario es considerado en los círculos académicos y del desarrollo como un factor de progreso capaz de contribuir a superar la situación de exclusión social y marginación política de las comunidades indígenas. Consultar, John Durston: Construyendo capital social comunitario. Una experiencia de empoderamiento rural en Guatemala, Serie Políticas Sociales N° 30, CEPAL, Naciones Unidas, Santiago, 1999

⁹ UNESCO: Recomendación sobre la salvaguardia de la cultura tradicional y popular, 1989; Declaración universal sobre la diversidad cultural: Identidad, diversidad y pluralismo, 1999.

La finalidad turística de las comunidades indígenas, no es el lucro ni la apropiación individual de las utilidades obtenidas, sino su reparto equitativo, vía la reinversión en proyectos de carácter social o productivo, a fin de superar la situación de pobreza que afecta a la gran mayoría de las comunidades.

Como objetivo específico se suele citar el fortalecimiento de la cohesión social y la afirmación de la identidad cultural, premisas indispensables para alcanzar un desarrollo sostenible.

Conviene destacar que, conceptualmente, el rasgo distintivo del turismo comunitario es la dimensión humana de la aventura, al alentar un verdadero encuentro y diálogo entre personas de diversas culturas en la óptica de conocer y aprender de sus respectivos modos de vida.

El factor humano y cultural, vale decir antropológico, de la experiencia es el que cautiva al turista y prima sobre la inmersión en la naturaleza. No obstante, el conocimiento del hábitat natural en el que evolucionan las culturas nativas es parte integral de la aventura humana que persigue el turismo.¹⁰

Otro rasgo singular del turismo comunitario es la preservación de la identidad étnica, la valoración y la transmisión del patrimonio cultural en todas sus formas.

Las fuerzas del mercado por sí solas pueden garantizar la promoción y la valoración mercantil de la diversidad cultural, pero no su preservación y transmisión en beneficio de las generaciones futuras.

Esta incapacidad a salvaguardar el patrimonio fue ya probada en los últimos 30 años por el turismo masivo de “sol y playa”, cuyas motivaciones mercantilistas infringieron los mayores daños, algunos irreversibles, tanto a la naturaleza como a la cultura de las comunidades locales.

Las culturas autóctonas poseen un carácter específico en la medida en que son portadoras de valores, de significado histórico y de identidad. Por lo tanto, sus expresiones no pueden ser equiparadas a banales mercancías de consumo masivo. La diversidad cultural es para el género humano tan necesaria como la diversidad biológica para los organismos vivientes.¹¹

¹⁰ Es necesario precisar, empero, que muchas comunidades ubicadas en zonas de antigua colonización o de régimen de hacienda, no detentan un patrimonio natural turístico, del que fueron despojados hace ya muchos años. Sin embargo, los turistas anhelan acceder a esas comunidades en busca de experiencias originales en el plano cultural.

¹¹ UNESCO: Declaración universal sobre la diversidad cultural, op.cit. Art. 1.

En efecto, el patrimonio cultural y el patrimonio natural son indisociables, interdependientes y complementarios, pues forman parte de la biodiversidad del planeta, de la que la especie humana es parte integrante.

No obstante, cada forma patrimonial evoluciona en distintos ámbitos institucionales, entraña dinámicas económicas y sociales diferenciadas y su gestión requiere de competencias técnicas específicas.

La gestión sostenible del patrimonio cultural y natural en turismo, sin embargo, exige unidad conceptual, convergencia de los instrumentos legales y acción concertada en la aplicación de las disposiciones reglamentarias y otras medidas promocionales para preservar el patrimonio.

Ante la amplitud y la gravedad de las amenazas de deterioro y destrucción del patrimonio natural y cultural por causa de la evolución de las formas de producción y consumo humano, los programas de información y educación para inculcar valores, actitudes y comportamientos socialmente responsables de respeto y aprecio al patrimonio son particularmente relevantes.

La protección, conservación y valoración del patrimonio cultural y natural de los pueblos indígenas revisten un interés excepcional por ser parte del legado universal. Los pueblos indígenas mantienen vínculos seculares con la naturaleza y poseen un profundo respeto y comprensión de ella.

Hoy más que en el pasado, la tierra constituye para las comunidades indígenas una fuente de subsistencia material, de identidad colectiva y de espiritualidad. Con harta frecuencia dichos pueblos han realizado contribuciones significativas para el mantenimiento de muchos de los ecosistemas más frágiles del planeta, a través de las prácticas tradicionales de uso sustentable de los recursos basado en su cultura.⁸ A este respecto conviene recordar que los pueblos indígenas¹²

Soberanía alimentaria es asistida por el turismo comunitario

El turismo comunitario es un modelo de acción colectiva en un territorio comunitario para dejar de ser objetos pasivos de un modelo fordista del turismo y convertirse en actores activos de un modelo posfordista de desarrollo territorial.

¹² United Nations: Dialogue Paper by Indigenous People, Economic and Social Council, 2002.

Bajo políticas estatales de auspicio podría convertirse en un elemento clave para lograr indicadores de desarrollo como por ejemplo los Objetivos del Milenio de Naciones Unidas.

Uno de los fines del modelo es la generación y redistribución de los nuevos ingresos, tanto operativos como de utilidades finales de gestión, en aquellos aspectos que se hayan decidido de forma consensuada. Un aporte fundamental es la posibilidad de fortalecer la cadena local con otras actividades productivas de las comunidades, como por ejemplo la agricultura y ganadería (Cabanilla, 2015).

En el Ecuador, la consecución de un mejor nivel de vida con calidad y calidez se está logrando así, con el fomento y desarrollo de emprendimientos comunitarios dedicados al turismo comunitario, y con mayor impulso que nunca en las provincias de Manabí y Esmeraldas en donde el gobierno nacional ha desplegado un plan de ayuda e incentivos para el desarrollo local y sostenible, auspiciando la actividad de las PYMES.

Experiencia en Yunguilla

En el año 1996 se inició el proyecto de turismo comunitario en Yunguilla, en el norte del Distrito Metropolitano de Quito.

La organización del turismo comunitario y su divulgación es esencial para muchos grupos de turistas que vienen y muestran interés en la estructuración igualitaria y justa. De cierta manera, allí se encuentra una suerte de autoreferencialidad posmoderna cuando la atracción del turismo comunitario consiste en la modalidad turística misma en la cual la comunidad “juega un papel central como contexto organizativo” (Hernández Ramírez y Ruiz-Ballesteros, 2011: 182).

El turista quiere reafirmar su Doing-goodtourism (Tomazos, 2010: 46; Zavitz y Butz, 2011: 417) y quiere aprender de un modelo de dimensiones colectivas que supuestamente creció de manera autónoma en el pueblo mismo, aunque, en realidad, fue implementado por foráneos y proseguido por los líderes de la comunidad, que se han especializado en las universidades del país.

Sin embargo, también existe cierta agencia de los locales, especialmente desde que las ONG se retiraron, lo que es una particularidad y característica clave del turismo comunitario en Ecuador.

En 1999, el „Grupo de turismo“ y el grupo de mujeres „Mamapallo“ se fusionaron y se constituyeron jurídicamente como Corporación Microempresarial Yunguilla, la que obtuvo la certificación de la Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo (ASEC) y del Ministerio de Turismo (Mintur).

En 2003 se asociaron a ASEC y pasaron a formar parte de su directorio. La Corporación ha colaborado en la elaboración del Reglamento de la Ley de Turismo, en la formulación de la Norma Técnica de Certificación y en el Reglamento de Ecoturismo (Burbano, 2009: 66). Hoy en día, gestiona todos los proyectos de desarrollo como el ecoturismo comunitario, la producción de mermeladas, quesos y yogures; recicla papeles, lleva adelante la reforestación, cultiva orquídeas y bromelias; y se dedica a la artesanía en barro para la venta y el beneficio local. “Neudel, Y. (2015). La experiencia del turismo comunitario en Yunguilla, Ecuador y su impacto sociocultural en la comunidad. Letras Verdes. Revista Latinoamericana de Estudios socio ambientales, (18), 48-70”.

Veinte años después de iniciar el proyecto de desarrollo, la mayoría se muestra de acuerdo con la política de la Corporación Microempresarial Yunguilla.

Apenas se menciona la resistencia y los desacuerdos de algunas familias que no quieren participar en los proyectos iniciados por las organizaciones internacionales. Solamente dos familias se mantienen en las actividades extractivas de carbón y leña (Padilla Vargas, 2014: 77).

A menudo, las teorías del desarrollo critican estas intervenciones de las ONG que “dan cuenta de formas de difusión de la ideología neoliberal y de redes de poder, lo cual crea escenarios altamente conflictivos” (Lasso, 2011: 209).

La preocupación principal es la “inserción del lugar a las redes globales de poder” a través de la participación de las ONG (Lasso, 2011: 224).

Esta inquietud no se debe ignorar en el caso de Yunguilla. No se pone en duda que las ONG llegaron a Yunguilla sin mandato de la comunidad. La mayoría de los habitantes sospechaba además que Maquipucuna solamente quería ampliar su territorio e influencia en la región (B.C., 2014, entrevista).

Finalmente, la precaria situación económica en la que se encontraba el pueblo abrió el camino para la entrada de las organizaciones y la participación de la población local en

los proyectos propuestos. Prieto encuentra en esa escasez de recursos una de las variables centrales en el establecimiento del ecoturismo (Prieto, 2011: 14).

Imagen: Comunidad ecoturística de yunguilla



Fuente: fotografía de York Neudel 2015

Las viviendas tienen que cumplir con ciertos estándares y deben ser mejoradas permanentemente. Los criterios son la limpieza, la luminosidad de los cuartos, la existencia de instalaciones sanitarias separadas para los visitantes y la disponibilidad de cubiertos, platos, mesas y sillas.

Las casas no deben presentar humedad, plagas u otros inconvenientes que podrían molestar al turista. Por eso, algunos habitantes toman microcréditos de la Corporación para mantenerse competitivos.

Anfitriones cuyas casas recibieron quejas de cualquier carácter por las agencias, se mantienen en suspensión hasta que se supere el inconveniente, de tal manera, la Corporación se ha sometido a una estructura de poder en la cual influyen turistas, agencias, ONG y los anfitriones mismos.

En el 2014 se decidió, además, construir un restaurante más grande y un centro de capacitación para empresas, lo que significa una fuerte y arriesgada presión económica para la corporación y sus miembros.

De tal manera, la dependencia inicial de la ayuda internacional se convierte en una dependencia de los sistemas financieros. Las supuestas ventajas del ecoturismo, como el ingreso y los beneficios directos para la conservación de la naturaleza, se desvanecen ante el endeudamiento.

El ecoturismo, igual al turismo de masas, aún está determinado por la dinámica de la acumulación de capital y no enfrenta seriamente los sistemas del poder y de la acumulación desigual (Horton, 2009: 95).

Otro efecto del turismo que se encuentra en la comunidad es el modo de pensar y actuar de aquella generación que empezó a participar en el proyecto del turismo hace casi veinte años y que hoy tiene el papel de líder en el asunto. Estas personas parecen más francas, directas y abiertas, mantienen el contacto visual y pueden incluso mostrarse en contra de ciertas actitudes, opiniones o afirmaciones de su interlocutor.

Es evidentemente perceptible un papel más activo de la mujer en la vida social, que puede ser causado por la entrada del fenómeno turístico.

Con la llegada de la ONG Maquipucuna, las mujeres de la comunidad se organizaron en el grupo Mamapallo y lograron, desde entonces, un posicionamiento igualitario respecto a las funciones claves de la Corporación Microempresarial.

Al menos cuatro mujeres cumplen con cargos de alta responsabilidad dentro del sistema organizativo de la comunidad.

Experiencia INTAG

La población de la Zona de Intag, a través de la participación ciudadana, como un ejercicio de ciudadanía y equidad que se practica en el cantón de Cotacachi a finales del 2006 ha decidido agruparse en una Red de Turismo que articule y regule las actividades turísticas de las comunidades de esta zona, para ello 14 organizaciones de base en la que están grupos de jóvenes, mujeres, productivos y ambientales de las diferentes comunidades, gracias al apoyo de la ONG Española Fundación Ayuda en Acción y su socio estratégico PRODECL, buscan fortalecer la institución para ser entes propositivos de políticas públicas del turismo a nivel local y nacional.

Miembros de la Red Ecoturística Intag

La Red Ecoturística Intag actualmente es parte del Comité Intersectorial de Turismo de Cotacachi, perteneciente a la Asamblea de Unidad Cantonal, y en el ámbito nacional, es miembro de la Federación Pluricultural de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE).

Además la Red Ecoturística Intag está desarrollando un modelo de turismo comunitario propio, que busca consolidar la economía local de las comunidades de la Zona de Intag, fomentar fuentes de empleo para frenar la migración y también como una estrategia para impedir la minería de explotación de cobre a cielo abierto especialmente en la comunidad de Junín.

Imagen: Turistas intercambiando experiencias con gente de zona de Intag



Fuente: Red Ecoturística Intag

Año a año la Fundación Prodeci viene buscando conjuntamente con Ayuda en Acción proyectos con diferentes gobiernos autónomos de España, es así que para el año

2009 se está ejecutando un proyecto cofinanciado gracias al aporte y confianza que ha tenido el Gobierno de las Islas Baleares de España, con el desarrollo local y proyectos que han sido ejecutados por nuestra institución.

El proyecto cofinanciado por el Gobierno de las Islas Baleares de España tiene como objetivo general contribuir a la mejora de las economías familiares de los hombres y mujeres de la zona de Intag, mediante la dinamización de la actividad turística como un eje transversal del desarrollo económico local, y específicamente implementar una propuesta de turismo sostenible como alternativa de desarrollo local, para 16 organizaciones de la zona de Intag.

Gracias a este proyecto se beneficiaran los grupos de jóvenes, mujeres, productivos y ambientales de las diferentes comunidades de la Zona de Intag, que buscan a través de este proyecto, fortalecer la institución de la Red Ecoturística Intag, para ser entes propositivos de políticas públicas del turismo a nivel local y nacional.

El proyecto tiene tres grandes resultados:

1. Fortalecer la infraestructura turística de la zona de Intag, implementando instalaciones de interpretación turística-ambiental, la creación de centros informáticos de telecomunicación, la apertura y señalización de senderos y la creación de otros servicios anexos al turismo.
2. Promover el fortalecimiento de las capacidades locales de toda la población Inteña, involucrando a los actores directamente vinculados a las actividades turísticas y a los que ofertarían otro tipo de servicios, cabe indicar que las actividades de capacitación buscan implementarse a toda la población.
3. Posicionar a la zona de Intag como un destino turístico de gran importancia a nivel nacional e internacional, para esto se plantea la operatividad del centro de operación y servicios, el diseño de una página web, la difusión de material promocional, y la participación de las organizaciones en las ferias regionales y nacionales que se realicen en torno a la temática de turismo rural.

En fin el éxito de este proyecto se debe gracias a la suma de esfuerzos de instituciones y el compromiso firme de la población de Intag, quienes buscan un modelo de desarrollo propio para que sea un ejemplo a nivel provincial y nacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allauca, J., & Vaca, I. (2004). Miño San Antonio, una comunidad productiva y con futuro (Tesis). Universidad de Especialidades Turísticas. Ecuador.
- Anton Clavé, Salvador y Francesc González Reverté (2007). A propósito del turismo. La construcción social del espacio turístico. Barcelona: UOC
- Barragán, S. Hinojosa, E. (2006). Campo Libre. Finca de Agroturismo (Tesis). Universidad de Especialidades Turísticas. Ecuador
- Burbano Tzonkowa, Adriana (2009). "El ecoturismo: una estrategia para el desarrollo sostenible de las poblaciones locales". Tesis de Maestría, FLACSO, Ecuador
- Cabanilla, E. (2005). Turismo Comunitario. Marca Competitiva del Ecuador. Turismo, patrimonio y desarrollo (TURPADE). Confederación Panamericana de Escuelas de Hotelería Gastronomía y Turismo.
- Cabanilla, E. (2013). Manual integral de trabajo de campo, con un enfoque participativo, en lo social, espacial y económico, para la determinación potencial de la relación comunidad / turismo. Del diagnóstico al plan de negocio. Ecuador: Licencia Creative Common. Atribución-Compartir Igual 3. Unported.
- Cabanilla, E. (2015). Impactos culturales del turismo comunitario en Ecuador sobre el rol del chamán y los ritos mágico-religiosos. Estudios y Perspectivas en Turismo, 24, p. 356 – 373
- Hernández-Ramírez, Macarena y Esteban Ruiz-Ballesteros (2011). "Etnogénesis como práctica. Aqueología y turismo en el pueblo Manta (Ecuador)". Revista de Antropología Iberoamericana 6 (2): 159-192.
- Horton, Lynn R. (2009). "Buying Up Nature: Economic and Social Impacts of Costa Rica's Ecotourism Boom". Latin American Perspectives 36 (3): 93-107.
- "Impact of National Policy and Legal Environments on Employment Growth and Investment in Micro and Small Enterprises" (Series on Conducive Policy Environment for Small Enterprise Employment), Jens Dyring Christensen and Micheline Goedhuys, 2004.
- "Jobs, Gender and Small Enterprises: Getting the Policy Environment Right" (Series on Women's Entrepreneurship Development and Gender in Enterprises — WEDGE), Linda Mayoux, 2001
- "Local Response to Globalization: MESTA Region, Bulgaria" (Series on Globalization, Area-based Enterprise Development and Employment), Hanna Rusczyk, Ingrid Schubert, Antonina Stoyanovska, 2001
- Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017
- "Regions, Regional Institutions and Regional Development" (Series on Globalization, Areabased Enterprise Development and Employment), Maarten Keune, 2001

República del Ecuador. (2008). Constitución Política. Ecuador: Asamblea Nacional.

Ruiz, E. Solís, D. (2007). Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social. Ecuador: Editorial Abya Yala.

“Synergies through Linkages: Who Benefits from Linking Finance and Business Development Services?”, Merten Sievers and Paul Vandenberg, 2004

Tamayo, V. & Hervas, V. (2004). La Granja (Tesis). Universidad de Especialidades Turísticas. Ecuador

World Tourism Organization WTO (2012). Global Report on Food Tourism. Madrid: UNWTO.

<http://www.prodeci.org/prodeci.org/turismo.html>

POSIBILIDADES DE POTENCIAR EL TURISMO Y EL DESARROLLO DE COSTA DE MARFIL A PARTIR DE SU PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

Konan Kouassi Joseph

Universidad de Peleforo Gon Coulibaly, Korhogo, Costa de Marfil

konanpheios@yahoo.fr

José Manuel Maroto Blanco

Universidad de Granada

marotingo@gmail.com

Resumen: En el siguiente trabajo presentamos una serie de activos ligados al patrimonio cultural inmaterial de Costa de Marfil con el propósito de que sean potenciados a fin de alcanzar cotas más altas de bienestar entre la población autóctona y preservar las costumbres de los pueblos costamarfileños. El aprovechamiento de la rica diversidad cultural del país africano puede ser una razón más para visitarlo, teniendo siempre en cuenta el respeto que hay que mostrar a las manifestaciones culturales con el fin de que se preserven en el tiempo. Es por ello que nuestro trabajo no puede entenderse si no es desde el respeto a las costumbres ancestrales y los efectos positivos que debieran generar, no solo para los turistas, sino también para los pueblos de Costa de Marfil.

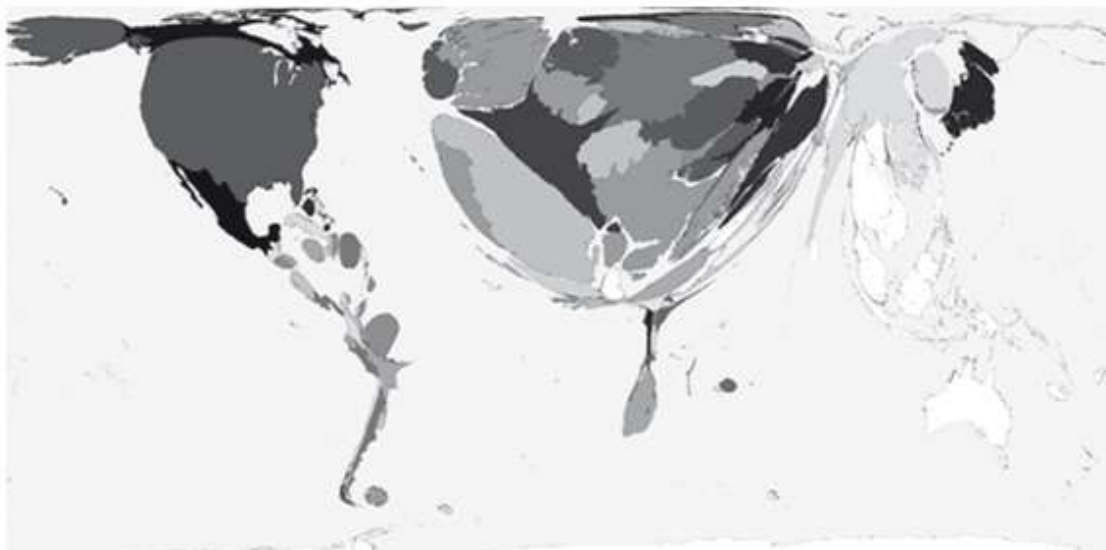
1. Turismo Cultural: las posibilidades que ofrece el patrimonio cultural inmaterial.

La historia reciente del turismo a nivel global sigue, desgraciadamente, una serie de patrones que potencian la desigualdad en el mundo. Como asegura Rivera (2012: 17) “la idiosincrasia del turismo encaja perfectamente en el proceso de globalización e internacionalización de la economía” donde “lejos de reproducirse un patrón de distribución homogénea sobre el territorio, éste sigue siendo muy desigual en función de las preferencias de la demanda y la influencia de los grandes operadores turísticos [...] dan(do) lugar a espacios o áreas turísticas concretas”.

Además, como asegura Salazar (2006, 118) en el turismo no se lleva a cabo un intercambio simplista en donde todas las partes ganan por igual, sino que se reproducen desigualdades, también en el ámbito cultural, puesto que “no siempre se da sobre la base del consentimiento y a menudo escapa a cualquier noción de entendimiento cultural propio (citado de Craik, 1994). Estas desigualdades se plasman de manera muy clara a nivel global, ocupando África un lugar subordinado también cuando nos referimos a una actividad económica concreta como el turismo.

En este continente, por ejemplo, la inestabilidad a nivel político y social, la escasez de infraestructuras de transporte o la oferta turística limitada está provocando que los impactos positivos del turismo sean reducidos e incluso se generen desigualdades a nivel interterritorial. Manuel Rivera (2010: 21) señala, además, la paradoja de que el proceso de democratización o el mayor acceso a la oferta turista no haya contribuido en muchas ocasiones a disminuir la pobreza y, en otras zonas en donde el desarrollo económico a aumentado de forma notable, éste lo haya hecho a costa de hipotecar el futuro de las próximas generaciones, ya que se ha dañado el medioambiente con todo lo que ello conlleva.

Mapa 1. Mapa distorsionado de distribución de ingresos del turismo internacional por países en 2010.



Fuente: Worldmapper, 2010. Extraído de Rivera (2012: 24).

El mapa 1 muestra de manera clara la desigual distribución de los ingresos que genera el turismo, en donde África apenas aparece con representación y en donde se observa una diferencia clara entre los países empobrecidos y los países del denominado Norte global, que acumulan las mayores ganancias. Pese a ello, las estrategias que muchas veces se llevan a cabo para mejorar el número de ingresos a raíz del turismo suele ir relacionado con estrategias de rapiña y de beneficio rápido propias de las lógicas capitalistas. Como señala Rivera (2012: 34), el problema en África es, por otro lado, que el turismo generalmente no se señala como una amenaza debido a sus impactos negativos, puesto que los estragos de la acción antrópica son percibidos con más violencia en otros sectores económicos como la industria.

Es en este contexto en el que un turismo responsable puede ser realmente beneficioso tanto para los turistas como para los territorios en donde se practica esta actividad. En África, las oportunidades para potenciar el turismo bajo la condición indispensable del sostenimiento y la redistribución equitativa de la pobreza son inmensas. Un ejemplo de ello lo tenemos en la inmensa riqueza del continente en cuanto se refiere a su diversidad cultural y, debido al devenir histórico de sus sociedades, una ventaja comparativa con respecto a América del Norte o Europa (los principales beneficiarios del turismo a nivel mundial) lo tenemos en la riqueza de su patrimonio cultural inmaterial.

Según la Organización Mundial del Turismo (2013: 4), entendemos por patrimonio cultural inmaterial:

“Los usos, expresiones, conocimientos y técnicas, así como los objetos y espacios culturales asociados, que las comunidades y los individuos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. Transmitido de generación en generación, y constantemente recreado, infunde en la humanidad un sentimiento de identidad y continuidad”

Y se manifiesta principalmente en los siguientes ámbitos:

1. Artesanía y artes visuales basadas en técnicas artesanales tradicionales
2. Gastronomía y artes culinarias

3. Prácticas sociales, rituales y festividades
4. Música y artes escénicas
5. Tradiciones y expresiones orales, incluido el lenguaje como vehículo de patrimonio cultural inmaterial
6. Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo” (Organización Mundial del Turismo, 2013: 3).

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura nos señala, además, que:

“El patrimonio cultural no sólo comprende los monumentos y las colecciones de objetos. Abarca también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, o saberes y técnicas tradicionales de fabricación de objetos artesanales. Aunque esos elementos no son materiales –en el sentido de que no son tangibles– constituyen una parte muy importante de nuestro patrimonio cultural. Son el patrimonio cultural inmaterial, una forma viva del patrimonio que se recrea continuamente y evoluciona a medida que adaptamos nuestros usos y tradiciones al mundo que nos rodea. Nos infunde, con respecto a nuestras culturas, un sentimiento de identidad y pertenencia. A medida que el mundo cambia, la modernización y la mecanización se incorporan a este proceso vivo y, en muchos casos, pueden incluso propiciar y fomentar la creatividad. No obstante, son los pueblos quienes siguen desempeñando un papel esencial en la creación y perpetuación del patrimonio cultural inmaterial” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, s.f.: 2).

Por otro lado, también es imprescindible tener en cuenta que su importancia no reside en la manifestación cultural de forma aislada, sino dentro de un contexto en donde estos conocimientos y técnicas se transmiten de generación en generación. Además, el valor social y económico de esta “transmisión de conocimientos es pertinente para los grupos sociales tanto minoritarios como mayoritarios de un Estado, y reviste la misma importancia para los países en desarrollo que para los países desarrollados” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2011: 4). Potenciar el Turismo Cultural que se apoye en el patrimonio cultural inmaterial de los lugares de destino puede ser, sin lugar a dudas, una oportunidad para incrementar los ingresos de los países del Sur.

Sin embargo, el concepto de Turismo Cultural se presenta complejo, ya que plantear otros turismos como el de “sol y playa” no imposibilita consumir cultura. Sin embargo, negar la existencia de este tipo de turismo sería un despropósito cuando muchos de los viajes que se hacen a capitales europeas están íntimamente ligados a conocer la cultura del lugar. La visión eurocéntrica, además, ha provocado que el turismo que se realiza en África o Latinoamérica sea catalogado como “turismo de aventura”, lo que implica una infravaloración de las culturas no europeas (Moragues, 2006: 69-70).

Lo que parece claro es que el Turismo Cultural se vertebra en torno a la idea del consumo de cultura en todas sus vertientes (desde las creaciones artísticas hasta la gastronomía, pasando, por ejemplo, por las tradiciones, el arte o el lenguaje) mientras por otro lado, se presenta como una motivación más para fomentar la conservación del patrimonio (Morère y Perelló, 2013: 12). Este tipo de turismo, además, crece cada año, ya que la media de edad es cada vez más elevada y son precisamente las personas más mayores las que se sienten atraídas por este turismo antes que los jóvenes. Por otro lado, la hospitalidad se configura como un bien para atraer turismo y hacer del turismo un turismo de calidad (Munsters y Freund, 2005: 27-33) lo

que implica una deconstrucción de las ideas dominantes y hegemónicas que presentan las realidades extraeuropeas con atributos negativos. Haciendo hincapié en este último punto, debemos señalar que los beneficios de este turismo, que se apoya en el patrimonio cultural inmaterial, ofrecen innumerables beneficios para los turistas, aunque sean beneficios psicológicos, experiencias vividas y muy difícilmente cuantificables (Christou, 2005: 11).

Sin embargo, también es cierto que, como asegura Moragues (2006: 73):

“el Patrimonio natural y cultural, la diversidad y las culturas vivas constituyen los máximos atractivos del Turismo. El Turismo excesivo o mal gestionado con cortedad de miras, así como el turismo considerado como simple crecimiento, pueden poner en peligro la naturaleza física del Patrimonio natural y cultural su integridad y sus características identificativas”. El entorno ecológico, la cultura y los estilos de vida de las comunidades anfitrionas, se pueden degradar al mismo tiempo que la propia experiencia del visitante. El turismo debería aportar beneficios a la comunidad anfitriona y proporcionar importantes medios y motivaciones para cuidar y mantener su Patrimonio y sus tradiciones vivas.” (Moragues, 2006: 73).

Es por ello que entre las estrategias de transformación de activos del patrimonio cultural inmaterial en productos de turismo cultural, la Organización Mundial del Turismo (2013: 31-40) considera pueden ser útiles la creación de instalaciones para exhibir el patrimonio cultural, la “turistificación” de activos que no estén explotados; la combinación de productos y servicios afines en los denominados paquetes turísticos; concentrar activos de este patrimonio mediante la creación de espacios destinados a ello que eviten la mercantilización excesiva o que estandaricen estos activos, lo que atentaría contra su propia integridad; la creación o revitalización de itinerarios, circuitos y redes que sean capaces de combinarlos creando mayor interés de forma conjunta que por separado y de festivales y eventos. Todo ello, implementando medidas de seguimiento de los resultados de estas experiencias. Es imprescindible que sean sostenibles en todos los aspectos.

También hay que tener en cuenta a las asociaciones locales que han trabajado previamente por la preservación de la cultura, los aportes que nos puedan ofrecer las perspectivas académicas, la del sector turístico y, sin lugar a dudas y más importante, la de las propias comunidades locales. Tener en cuenta las buenas prácticas de otros Estados será clave para poder configurar una relación simbiótica entre turismo y patrimonio cultural inmaterial (Organización Mundial del Turismo, 2013: 14-17).

Así mismo, las comunidades locales deben ser protagonistas en la identificación y definición del patrimonio cultural inmaterial (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura: 2011, 11). No hay que pasar por alto que no solo debemos tener en cuenta el impacto del turismo en las poblaciones autóctonas, sino también en cómo afectan a las culturas tradicionales los procesos ligados al turismo y la posible redefinición de sus propias identidades, que pueden tener efectos negativos. (Salazar, 2006: 117).

De hecho, hay que tener en cuenta que los riesgos del turismo no son percibidos de la misma manera en los países ricos y en los empobrecidos. Los países del Sur hacen más hincapié en la buena redistribución de estas prácticas o el respeto al medio ambiente y se aspira a que no se simplifiquen “las culturas para que puedan ser transmitidas a los turistas así como que el propio turismo acabe condicionando el modo de vida de estas culturas vivas. Las ventajas son múltiples. Por un lado, puede hacer partícipes a los más jóvenes garantizando su continuidad en el futuro y, por otro, puede favorecer los medios de sustento de las comunidades rurales” (Organización Mundial del Turismo, 2013: 13).

Por estas razones, creemos que entre las posibles relaciones entre el turismo y los activos del patrimonio cultural inmaterial debemos apostar por una cooperación plena, que se caracteriza por una colaboración entre el turismo y la cultura, una relación de constante diálogo constructivo y en donde los intereses de ambos estén equilibrados (McKercher y du Cros, 2002). En este estudio incluimos aquellos elementos que van desde las prácticas sociales, rituales y festividades a la música y artes del espectáculo. La primera categoría, la más vasta de todas, haría referencia a aquello que va de lo “sagrado a lo profano y de lo cotidiano a lo extraordinario” y la segunda entrarían, por ejemplo, manifestaciones como la música, la danza y el teatro. Siempre, partiendo desde una óptica del respeto al legado que nos han dejado, como bien señala la etimología de la palabra “patrimonio”, nuestros padres.

2. Manifestaciones culturales: oportunidades para fomentar un turismo responsable en Costa de Marfil.

Costa de Marfil se compone de un total de cinco grandes grupos étnicos (Akan, Mandé del Norte, Mandé del Sur, Krou y Gour) que agrupan la nada desdeñable cifra de 63 etnias. Esta diversidad étnica se traduce en una rica variedad de manifestaciones culturales. Pese a que en este trabajo nos centraremos en la zona litoral oriental ocupada por la etnia Akan (en concreto las sociedades Attié, Avikam, Agni, Ebrié, Alladjan, Abouré, Essouman, Ehotilé y Nzima), la diversidad dentro de este grupo étnico es enorme si bien existen rasgos comunes y valores compartidos como la fraternidad, la solidaridad, el respeto o la cohesión social.

La Tabla 1 nos muestra los acontecimientos culturales que tienen lugar en la zona litoral distinguiendo aquellas celebraciones que por su carácter tradicional recomendamos no cambiar sus fechas, ya que alterarían el sentido de cohesión grupal e infravalorarían el patrimonio cultural inmaterial, y aquellas celebraciones que se han creado en fechas más recientes, susceptibles de cambios para que puedan ser también activos turísticos consumidos por un mayor número de turistas extranjeros.

Tabla 1¹: Calendario de las principales manifestaciones culturales programadas en el litoral

Denominación de las manifestaciones culturales	Localidades de celebración	Periodo de celebración
El año nuevo entre los fieles de Papa Nouveau	Toukouzou Hozalème	Enero
Festival de la cosecha	Dabou	Enero
Mondo festival o la feria de los caracoles	Ahoué	Segunda semana de Febrero
Popo carnaval	Bonoua	Marzo
Festival de generación	Moossou	Abril
Dipri	Gomon, Yaobou, Elibou, Badasso y Sahué (Sikensi)	Segunda semana de Abril
Festival de las músicas		

¹ *Manifestaciones culturales programadas en la temporada alta del turismo de sol y playa (las vacaciones de verano) en los grandes países emisores de turistas a Costa de Marfil.

urbana de Abidjan (FEMUA)	Abidjan	11-13 de Abril
Festival Internacional de las músicas negras de Abidjan (FIMNA)	Abidjan	28 de Marzo- 1 de Abril
*Festival de generación	Moossou (Bassam)	Junio
*Conmemoración de los muertos o festival de Lawou	Pueblos de Dabou	Julio
Festival de generación (Low)	Dabou	Agosto
*Festival de los ñames	Sikensi	Agosto
*Festival anual de generación en todos los pueblos Ebrié que rodean la Laguna Ebrié	Pueblos Ebrié de Abidjan y afueras	Agosto
*Climbié Beach	Assinie	Agosto
*Festival de los artes callejeros	Bassam	Agosto
*Papa Nouveau (festival de la liberación)	Toukouzou Hozalème	8 de Julio
Abissa	Bassam	Final de Octubre o principios de Noviembre
Koudan (Festival de trenza de pelo)	Abidjan	Sin determinar
M.A.S.A. (Mercado de las artes y espectáculos de Abidjan)	Abidjan	Sin determinar

Fuente: Elaboración propia a partir de Jean Prisca (2006, 30 nov.), A. Dedi (2010, 30 agosto), Momar (2008, 8 nov), Adédé (2010, 17 abril), Meledj (2010, 19 abril), Louamy (2007, 13 febrero), Université de Paris Descartes (2007).

La primera dificultad, tal y como se muestra en la Tabla 1, residen en la necesidad de hacer coincidir eventos culturales con el periodo de vacaciones (verano principalmente) de los países emisores de turistas al país marfileño. Las fiestas tradicionales como el Dipri² o el año nuevo

² El “Dipri” es el año nuevo entre las poblaciones Abidji. Es una fiesta esencial de unión de los Abidji que consta de cuatro etapas fundamentales: la procesión, el baño en el río sagrado, una competición mística y una ceremonia de libación, sinónimo de presentación de felicitación del año nuevo. El “Dipri” es una ceremonia de purificación, renacimiento, trascendencia y reanudación marcada por una reconciliación con sí mismo y los demás. Es el reflejo de un ciclo que se acaba y otro que empieza. Reconcilia en el mismo tiempo a los vivos con los muertos y los espíritus, contribuye a recrear en la comunidad la unidad y cohesión necesarias para su seguridad y supervivencia.

entre los Abidji, celebrado la segunda semana de abril, la Abissa o el año nuevo entre los N'zima celebrado a finales de octubre o a principios de noviembre, el Popo Carnaval³ (fiesta de las ñame) o año nuevo entre los Abouré, en marzo ven imposible su traslado a la época estival ya que sus celebraciones sustentan todos los valores culturales como la fraternidad y la solidaridad entre las poblaciones del litoral. Cambiar de fecha puede romper el equilibrio social, ya que están enraizadas en costumbres ancestrales, y quitarle toda la esencia mística.

Por ello, los turistas interesados en estas culturas son los que se deben acomodar a las fechas de celebración de estas fiestas. El primer objetivo de estas celebraciones es, para las poblaciones locales, valorizarlas y el turismo es, a grandes rasgos, una preocupación que no entra dentro de sus prioridades. Sin embargo, sí que se podrían publicitar a aquellos turistas que una vez hayan disfrutado de la diversidad cultural de la zona en la campaña estival, quisieran volver al país a disfrutar de estos eventos. Aún así, otro problema reside en la utilización por parte de las autoridades tradicionales del calendario lunar. La implementación del calendario gregoriano sería, a nuestro juicio, un error mayúsculo, y la introducción de estas fiestas como elementos potencialmente consumibles por los turistas (sobre todo en los meses de abril y mayo) debería un paso previo, el de inculcar a las poblaciones y depositarios de las tradiciones de una conciencia turística a fin de no distorsionar la belleza y la esencia de estas prácticas.

Como se muestra en la Tabla 1, el Mondo festival o feria de los caracoles⁴, el festival internacional de Zougrou⁵, el festival de las músicas urbanas de Abidján, el festival internacional de las músicas negras de Abidján, el festival de las artes callejeras de Bassam o el Climbié Beach⁶ de Assinie podemos categorizarlos como acontecimientos culturales modernos, recientes, que no hunden sus raíces en las más tradicionales culturas ancestrales. Se diferencian del primer grupo puesto que no habría ninguna dificultad en cambiar las fechas de celebración y hacerlas coincidir con el periodo de vacaciones de los principales países emisores de turistas a nuestro país.

Son estas las fiestas que podrían adaptarse a la demanda de los turistas y los acontecimientos más susceptibles de complementar nuestra oferta de sol y playa. El estudio anterior realizado sobre el clima reveló que el mes de junio es el más lluvioso en todas las estaciones meteorológicas de la zona oriental del litoral, por lo que, de hacerlas coincidir con el verano, lo más productivo sería insertarlas en el mes de agosto que es, sin duda, el mes más seco de verano en Costa de Marfil. Julio también sería una buena opción, puesto que es menos lluvioso que junio, pero el cambio de fechas, de producirse, debería contar con procesos participativos y decisiones consensuadas. Sería necesario contar con el beneplácito de tres actores fundamentales: los organizadores y las administraciones públicas y las instituciones privadas competentes.

La dimensión mística del “Dipri” permite a los iniciados hacer la demostración de sus poderes sobrenaturales como por ejemplo sacarse públicamente las entrañas con un cuchillo y curar en el acto la herida abierta gracias a la magia de su medicina ancestral.

³ Originalmente es la fiesta anual de los ñames entre los Abouré de Bonoua. En su forma actual el Popo Carnaval (desfile de carrozas, baile con máscaras) es de introducción reciente (1946). Inicialmente, era el culto ancestral del ñame y venía seguido de reuniones familiares, presentación de chicas púberes, celebración del matrimonio, bautismo, etc.

⁴ Feria gastronómica durante la cual en todas las comidas se utiliza sólo los caracoles como proteína. En todas las cocinas de la feria se presenta el caracol bajo todas sus variantes: asado, en salsa, brochetas, etc. Mondo Festival es pues la ocasión de valorización de las capacidades culinarias de las mujeres Attié, pueblo autóctono de Ahoué, lugar de celebración de este festival.

⁵ Baile urbano típicamente marfileño creado por los estudiantes de la facultad en 1992 para denunciar las malas condiciones de vida y trabajo. Hoy este baile, inicialmente estudiantil, se ha extendido a todas las capas sociales para denunciar todos los vicios sociales, la mala gobernanza o la pobreza entre otros.

⁶ Manifestación cultural que ofrece un viaje al corazón del Reino Essouman, pueblo autóctono de Assinie.

Sin embargo, debemos atender de manera especial a festivales, que independientemente de su categoría tradicional o moderna, tienen su periodo de conmemoración coincidente con la temporada alta del turismo de sol y playa. Tenemos, por ejemplo, el caso del festival de artes callejeras de Grand-Bassam, Climbié Beach, el festival de la liberación de Papa Nouveau⁷ y las diferentes fiestas de generación⁸. A esta categoría de manifestaciones culturales, cabe añadir la visita de los numerosos museos que se encuentran en la zona, como de las civilizaciones de Costa de Marfil en Abidján-Plateau, el del arte contemporáneo de Abidján-Cocody, el centro artesanal de la ciudad de Abidján, la casa de las artes y tradiciones del litoral Alladjan en Jacqueville, el de Charles Combes de Bingerville, el de los ejércitos del campo Galliéni Abidján-Plateau, el municipal de Cocody o el del pueblo artesanal de Bassam entre otro. Éstos se podrían combinar perfectamente con la oferta del sol y playa.

Imagen 1: Una máscara Wê (Oeste de Costa Marfil); Imagen 2: El Waniugo, máscara Senoufo (Norte de Costa de Marfil)



Fuente: Elaboración propia

En el museo de las civilizaciones de Costa de Marfil es, sin duda, el más importante de nuestra zona de estudio. En él se refleja de impecable manera la diversidad cultural del país subsahariano. En él, el turista tiene la posibilidad de conocer los simbolismos culturales de las 63 etnias que constituyen el pueblo costamarfileño. Fundamentalmente animistas, los pueblos aparecen representados principalmente por sus máscaras, tal y como se observa en las imágenes 1, 2 y 3, lo que es una expresión manifiesta de la diversidad de místicas de las sociedades tradicionales. También podemos encontrar recreaciones de lo que un día fueron los hábitats más extendidos a lo largo y ancho de la geografía de Costa de Marfil (véase imagen 4) o los medios de intercambio (véase imagen 5), tipos de indumentaria (véase foto 6). En suma, el museo de las civilizaciones de Costa de Marfil muestra al visitante aspectos relevantes de las culturas marfileñas.

⁷ Padre de 33 hijos, el profeta Papa Nouveau es el fundador de la Iglesia Papa Nouveau. Debido a sus discursos que mostraban argumentaciones disidentes en la época colonial, fue encarcelado desde 1937 hasta 1942 y desde 1947 hasta el 8 de Julio de 1952. Una de sus principales profecías: algún día, blancos y negros comerán a la misma mesa. Cada 8 de Julio se celebra su liberación.

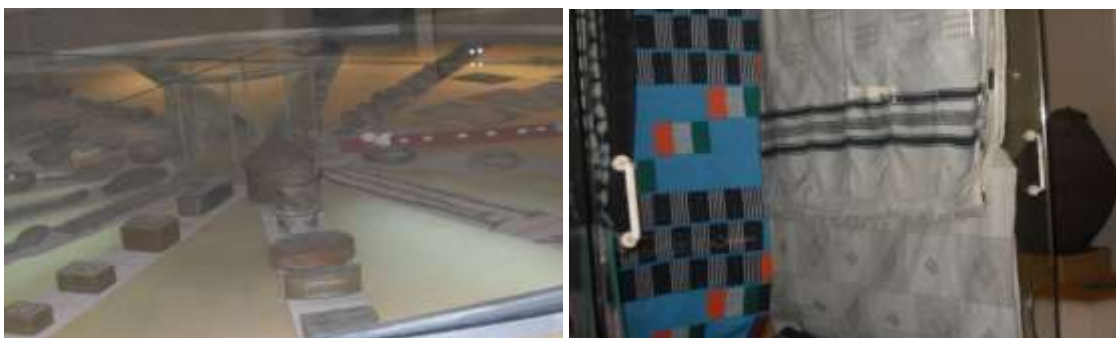
⁸ El festival de generación es la seña de identidad de los “Ebrié, Adjoukrou, Abouré y Attié” cuyo sistema de organización social, política, económica y militar se fundamenta en las clases de edad. La celebración de este festival es la expresión de la madurez (derecho de participar a las reuniones, disponer de tierras propias, contratar un matrimonio, etc.). Es el lugar de socialización de los iniciados. El iniciado aprende a defender a su comunidad y a contribuir al desarrollo de la sociedad, también en el aspecto cultural.

Imagen 3: El Wanbèlè, otra máscara Sénoufo, escudo de la Universidad de Abidján-Cocody; Imagen 4: Hábitat tradicional entre los pueblos de Costa de Marfil.



Fuente: Elaboración propia

Imagen 5: Pesos para pesar el oro en la sociedad tradicional Akan; Imagen 6: Indumentarias de los Baoulé (Azul), Sénoufo (blanco-gris y negro) y Gouro.



Fuente: Elaboración propia

Lo mostrado en las imágenes y los actos y celebraciones de las distintas etnias que habitan en Costa de Marfil, pese a invocar valores comunes como la solidaridad, la fraternidad o la conciencia de pertenencia a una misma comunidad, se llevan a cabo de manera diversa por cada una de las distintas sociedades. Éstas muestran la adaptación al medio de las distintas culturas y demuestran la continuidad con un pasado que se nutre de los saberes acumulados a lo largo de las distintas generaciones.

Se hace necesario, en este contexto, inculcar una conciencia turística responsable a la población marfileña, ya que como hemos visto con anterioridad, ni las manifestaciones culturales, ni los festivales tradicionales ni los festivales más modernos tienen fines turísticos. Esta concienciación debe empezar por una sincera implicación de los distintos Ministerios, que tradicionalmente no han sido tan sensibles a estos temas, así como de los demás sectores implicados.

Si bien existen festivales cuyas fechas pueden adaptarse a las temporadas de recepción de turistas, las que tienen un carácter tradicional y místico (cuyas fechas son inamovibles) pueden ser un reclamo importante para el turista occidental, puesto que la magia de las celebraciones escapa de la “racionalidad blanca” y ofrece la oportunidad de vivir una experiencia difícilmente comparable a las que se puedan vivir en los países occidentales. Siempre que sean organizados debidamente festividades como la del Popo carnaval, Abissa (Imagen 7), Dipri (véase Imagen 8), Climbié Beach, Mondo Festival, Koudan, las fiestas de generación, el festival

de los artes callejera etc., podrían ser un gran atractivo para que el turista realice un viaje al corazón de la plural sociedad marfileña.

Imagen 7: Fiesta de Abissa. El caolín blanco es signo de purificación; Imagen 8: Demostración del poder místico de un iniciado del Dipri. Se cortará completamente la lengua para más tarde volvérsela a colocar y curar su herida.



Fuente: http://www.rezoivoire.net/cotedivoire/gd_bassam_culture.php y <http://museeenligne.blogspot.com.es/>

3. La legendaria hospitalidad marfileña y las oportunidades que ofrece para fomentar el turismo.

La hospitalidad, palabra que hace alusión a residencia, lugar de acogida, evoca la idea de compartir con las personas de fuera (Gauvin y L'hérault, 2004: 7). Evoca, sin lugar a dudas, cuatro factores que son imprescindibles en la actividad turística: la acogida, la residencia, la idea de compartir y los extranjeros, potenciando la idea de intercambio y potenciando la relación estrecha que debe existir entre las poblaciones autóctonas y los turistas y combatiendo idea xenófobas como la del echar al "intruso" (Bouillaguet y Chaudier, 2004: 153).

El turista, además, precisa de una necesaria buena acogida. La hospitalidad marfileña se presenta, en este momento, como una hospitalidad que no se aleja del corpus teórico de la hospitalidad bíblica o platónica pero que, debido a sus particularidades africanas, puede ser en sí mismo un activo turístico de primer orden. A la vista de los resultados de una encuesta realizada en un trabajo anterior (Konan, 2012), el 98,5% de los encuestados estaban a favor de brindar la máxima hospitalidad posible a los extranjeros, lo que nos reafirma en la idea de potenciar la hospitalidad como un bien para la sociedad en general y para potenciar el turismo en particular.

Así mismo, el himno nacional marfileño, adoptado en 1960, también conocido como *L'Abidjanaise* (La Abiyanesa) refleja la importancia que se le otorga a la hospitalidad por parte de las instituciones y de las poblaciones marfileñas:

1º verso: *Salut ô terre d'espérance* (saludo a la tierra de la esperanza)

2º verso: *Pays de l'hospitalité* (país de la hospitalidad)

14º verso, el último: *La patrie de la vraie fraternité* (La patria de la verdadera fraternidad)

En las culturas marfileñas, el turista es, además, considerado como un mensajero de Dios al que hay que recibir con todo el calor, el entusiasmo, la alegría y toda la fraternidad del mundo, lo que implica poder beneficiarse de favores divinos. Por temor a una sanción de la divinidad, el marfileño ha incorporado la hospitalidad en sus prácticas cotidianas, formando y consolidando lo que a día de hoy es parte de su esencia. Esta actitud acogedora es clave para promover el turismo, ya que los turistas suelen volver a aquellos destinos turísticos donde se sintieron a gusto con la acogida de las poblaciones autóctonas. Si es cierto que el producto turístico en sí mismo atrae, la acogida consolida esta atracción. La hospitalidad legendaria del pueblo marfileño, además, se traduce en hechos, como que la presencia en Costa de Marfil de una fuerte comunidad extranjera era, en 1998 y según el Instituto Nacional de la Estadística (INS), de 3.964.505 extranjeros, es decir, representaban el 25,8% de los 15.366.298 habitantes del país.

Estas tasas de inmigración tan altas continúan con una tendencia iniciada en la época colonial, en la que debido a que Costa de Marfil se configuró como una colonia de explotación, numerosas migraciones (muchas de ellas forzadas o provocadas) llegaron al país antes de la independencia. Además, con la independencia, la tendencia continuó debido a que el presidente Houphouët-Boigny no rompió ni con la economía de la época colonial ni con la utilización de mano de obra extranjera.

Las independencias de los años 1960 potenciaron los movimientos de población y los flujos migratorios desde el exterior a Costa de Marfil, alentados principalmente por el crecimiento económico marfileño en la década de los 70 en contraposición al de otros países vecinos. Por ejemplo, la comunidad nativa de Burkina Faso se acrecentó en 840.000 personas entre 1975 y 1988 (Bouquet, 2003:125).

Cabe señalar que la inmigración a Costa de Marfil no sólo tuvo como objetivo paliar las necesidades de mano de obra en el sector primario. También hubo una importante inmigración de funcionarios para cubrir otro tipo de necesidades como el de la enseñanza. Es por ello que Bouquet (2003:125) señala:

“Il faut également noter que les besoins en main d’œuvre ne se limitèrent pas à ce arm drain, mais qu’il fallut aussi recruter à l’étranger, des cadres, des enseignants et des fonctionnaires. Les fournisseurs furent le Sénégal, l’entité Dahomey-Togo et même la France...”

Derivado de lo anterior, podemos afirmar sin riesgo de equivocarnos que la hospitalidad en Costa de Marfil es una virtud compartida por todas las poblaciones que pueblan los 322.462 km² de territorio nacional. Una explotación idónea de esta virtud puede suponer una enorme ventaja para la implantación de esta actividad socioeconómica: el turismo. La hospitalidad, sin lugar a dudas, podría presentarse como un valor añadido a nuestra oferta de sol y playa.

4. Conclusiones.

Pese a que existe una falta de planificación y un tradicional escaso interés por parte de numerosos actores en Costa de Marfil para potenciar el turismo, y que éste sea de calidad, el país costamarfileño tiene un potencial enorme para atraer turistas extranjeros y aumentar así su volumen de ingresos. Se precisa que se inculque una adecuada conciencia turística que permita el aprovechamiento responsable de los recursos del país.

Algunos de los recursos más ricos del país marfileño son, sin duda, los históricos y culturales. Un turismo responsable, un turismo enriquecedor tanto para el visitante como para la población local, requiere de un aprovechamiento del patrimonio cultural inmaterial que tengo como objetivo la preservación de las costumbres ancestrales y, a la vez, mejore los niveles de vida de la población.

Además, apoyándonos en otros condicionantes de la zona oriental del litoral marfileño como el clima (la temperatura media ronda los 25°C), pueden aprovecharse tanto las festividades tradicionales, para las cuales no recomendamos cambiar sus fechas de celebración, como las más modernas, cuya fechas pueden adaptarse al calendario vacacional de los principales países emisores de turismo internacional. Otros factores como la sagrada hospitalidad marfileña serán claves, estamos seguros, de consolidar el turismo. Costa de Marfil está lleno de oportunidades y hay que aprovecharlas de manera responsable.

Bibliografía

Bouillaguet, Annick y Chaudier, Stéphane (2004). "L'hospitalité Proustienne entre la lettre et l'esprit". En: Gauvin, Lise y L'hérault, Pierre. *Le Dire de l'Hospitalité*. Clermont-Ferrand: Ed. Presse Universitaire Blaise Pascal.

Bouquet, Christian (2003). Le poids des étrangers en Côte d'Ivoire. *Annales de Géographie*, 112(630). http://www.persee.fr/doc/geo_0003-4010_2003_num_112_630_895

Christou, Evangelos (2005). "Heritage and cultural tourism: a marketing-focused approach". En: Sigala, Marianna y Leslie, David. *International cultural tourism. Management, implications and cases*. Oxford: Elsevier.

Foucher, M (1991). *Fronts et frontières*. Paris: Fayard.

Gauvin, Lise, L'hérault, Pierre (2004). *Le Dire de l'Hospitalité*. Clermont-Ferrand: Ed. Presse Universitaire Blaise Pascal.

Institut National de la Statistique (1998). *Récensement Général de la Population et de l'Habitat*. <http://www.ins.ci/n/nada/index.php/catalog/51>

Konan, Kouassi Joseph (2012). *Estudio geográfico para el desarrollo turístico del litoral oriental de Costa de Marfil*. Granada: Editorial Universidad de Granada.

McKercher, Bob y du Cros, Hilary (2008). *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*. Nueva York: The Haworth Press.

Moragues Cortada, Damián (2006). *Turismo, cultura y desarrollo*. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional.

Morère Molinero, Nuria y Perelló Oliver, Salvador (2013). *Turismo cultural patrimonio, museos y empleabilidad*. Madrid: Fundación EOI.

Munsters, Wil y Freund de Klumbis, Daniela (2005). "Culture as a component of the hospitality product". En: Sigala, Marianna y Leslie, David. *International cultural tourism. Management, implications and cases*. Oxford: Elsevier.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2011). *¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?* UNESCO. <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/01851-ES.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (s.f.). *Preguntas y respuestas sobre... el Patrimonio Cultural Inmaterial. UNESCO*. <http://www.mecd.gob.es/patrimoniolnmaterial/dms/microsites/patrimonio/patrimoniolnmaterial/unesco-patrimonio-inmaterial/textos-basicos/preguntas-y-respuestas.pdf>

Organización Mundial del Turismo (2013). *Turismo y patrimonio cultural inmaterial*. Madrid: OMT.

Rivera Mateos, Manuel (2012). "Un turismo desigual en un mundo globalizado: lógicas dominantes y alternativas de las nuevas formas de turismo". En: Rivera Mateos, Manuel y Rodríguez García, Luis (Coord.). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Córdoba: Cátedra Intercultural, Universidad de Córdoba.

Salazar, Noel B. (2006). "Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo", *Tabula Rasa*, 5, pp. 99-128. <http://www.scielo.org.co/pdf/tara/n5/n5a06.pdf>

ANÁLISIS DE LA ECOLOGÍA EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y LA CALIDAD DE VIDA EN TOMATLÁN JALISCO, MÉXICO

Rodrigo Espinoza Sánchez¹

rodrigoe@cuc.udg.mx

Rosa María Chávez Dagostino²

rosac@cuc.udg.mx

Andrade Romo Edmundo³

edmundoa@~cuc.udg.mx

Resumen

El sector empresarial del municipio de Tomatlán no tiene una visión clara de los diferentes escenarios en los que sus organizaciones se verán inmersas, esto debido en gran parte, a que no generan vínculos de colaboración y cooperación entre ellas, lo que les permitiría trascender dentro del mercado al momento de aparecer una nueva actividad como el turismo, ya que el sólo hecho de mirarse entre sí como enemigos y no como colaboradores impide que éstos entes no generen las sinergias necesarias para poder penetrar, posicionarse y crecer dentro de los nichos de mercado que atienden, y esto implica que no se vean como población empresaria que formule alianzas estratégicas para poder diversificar sus productos, y variar sus actividades, así como reestructurarse para dar respuesta al mercado de manera positiva y cumplir con sus objetivos de manera eficiente y efectiva. El concepto de Ecología Empresarial podría dar respuesta a estas deficiencias que le aquejan a dicha praxis empresarial de Tomatlán, ya que tal concepto busca generar ecosistemas empresariales que atiendan el mercado. Se presentan resultados de investigación cualitativa de tipo exploratorio, porque se busca sentar las bases para posteriores investigaciones en relación a esta temática, con un enfoque social empresarial, basado en una entrevista construida con 15 preguntas relacionadas a tres dimensiones de la ecología empresarial turística de Espinoza, et. Al., (2014), que se aplicó al universo de giros empresariales que proporcionó el sector oficial y, procesada la información en el programa SPSS. Así como la indagación bibliográfica temática. Uno de los resultados principales encontrado es que las empresas de Tomatlán acorde al modelo de la Ecología Empresarial Turística, no tienen mecanismos de colaboración que les permita aliarse de manera estratégica, lo que impide que éstas crezcan y se desarrollen, por lo que su ciclo de vida es corto y no diversifican sus actividades. Por otra parte, pareciera que no

¹ Profesor Investigador, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, Depto. Estudios Administrativos- Contables, UDG-CA-443.

² Profesora Investigadora, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, Dpto. Ciencias Biológicas y de la Salud, UDG-CA-443.

³ Profesor e investigador, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, Depto. de Artes, Educación y Humanidades, UDG-CA-443.

confían en sus homólogos empresarios, por lo que su praxis se ve estancadas en el viejo paradigma de la rivalidad.

Palabras clave: ecosistema empresarial, ecología empresarial, sinergia, desarrollo turístico y calidad de vida.

1. Introducción

Los ecosistemas naturales son un referente importante para regir la vida en sociedad de los seres humanos, ya que a partir de sus interrelaciones y formas de comunicarse entre todos y cada una de sus partes, se conforman los paisajes naturales que hacen de la naturaleza una belleza entramada que invita a una reflexión constante. La ecología alude a entender las diferentes estructuras desde la óptica natural, sin embargo existen otros enfoques que permiten hacer análisis relacionados con actividades humanas dentro de estructuras y procesos de trabajo en el mundo empresarial. La ecología empresarial es parte del *corpus teórico* del diseño organizacional, y refiere a la colaboración y cooperación entre las organizaciones dentro de un espacio territorial que comparten para su praxis. Este nuevo paradigma permite aprehender al mundo empresarial como un ente interrelacionado entre las diferentes empresas de un mismo ramo o varios ramos que se ayudan mutuamente para satisfacer sus necesidades y cumplir con sus objetivos, por lo que viene a romper el paradigma de la rivalidad por una nueva visión de colaboración y cooperación para que las empresas puedan cohabitar dentro de un territorio. El paradigma tradicional del empresariado estaba dictado por competir de manera desleal, y por tanto en este paradigma sólo sobreviven las empresas más fuertes, desde la óptica de la ecología empresarial este mundo empresarial es irreal, ya que en la praxis empresarial las organizaciones requieren para su apertura, operación y desenvolvimiento mutua ayuda y cooperación y colaboración entre ellas. Por tanto desde este enfoque según Daft (2009) y Espinoza, et., al., (2014) las organizaciones tienen elementos y características centrados en: la diferenciación, la variación y autonomía, pero con interdependencia de recursos para cada uno de sus procesos, por tanto su estrategia de crecimiento y desarrollo debe ser la colaboración para generar lasos de confianza formar alianzas estratégicas que les permitan penetrar, posicionarse, crecer y desarrollarse dentro del mercado en el cual subsisten. El municipio de Tomatlán que tiene organizaciones empresariales convencionales, pero esta incursionando a un nuevo mundo de los negocios turísticos y, este nuevo modelo de desarrollo empresarial requiere para su praxis de proveedores de bienes y servicios que le faciliten el aprovisionamiento de los insumos necesarios para la elaboración del producto turístico que tiene planeado.

Sin embargo, aunque en Tomatlán se vive todavía en ambiente de tranquilidad la actividad turística está haciendo su aparición, y por tanto esta reconfiguración y transformación del territorio ya planeada, viene a irrumpir dicha tranquilidad de las organizaciones empresariales tradicionales, para dar paso un nuevo ecosistema empresarial sustentado en

el desarrollo turístico en donde se requiere de servicios especializados y estandarizados que den respuesta a los diversos mercados segmentados. Por tanto el objetivo del presente trabajo es analizar la situación de la ecología empresarial de soporte al desarrollo turístico en el municipio de Tomatlán Jalisco.

2. Desarrollo de la investigación

2.1. Descripción del área de estudio

La república mexicana está constituida por 31 entidades federativas consolidadas y un distrito federal (figura 1) que ahora está en proceso de constituirse como un nuevo estado de esta república, lo que hace a este país ser uno de los más grandes de América Latina en cuanto a extensión territorial, y con una población superior a los 100 millones de habitantes, lo que le permite ser una de las economías más dinámicas del orbe, tanto por su estructura como por su crecimiento manifiesto en sus reportes oficiales (Espinoza, et. al., 2015).

Figura 1: mapa que muestra las entidades federativas que componen a la República Mexicana.



Fuente: www.google.com.mx/

Una de las entidades federativas de este país es el estado de Jalisco, localizado en el centro occidente de México, con una dimensión en extensión territorial enorme, y que dificulta su administración territorial, por tal motivo el sector gobierno en la década de finales de los 90`s estableció como herramienta de facilitación de la administración pública la planificación regional, y dividió el territorio en regiones (figura 2) de *facto* y de *jure* elemento este que ha servido de modelo para el desarrollo regional territorial (de Jong, 2001; Espinoza, et., al., 2013).

Figura 2: mapa que muestra la regionalización de Jalisco



Fuente: [www. Google.com.mx/](http://www.google.com.mx/)

El municipio de Tomatlán está localizado (Figura: 3) en una de las regiones de la costa de Jalisco, entre las coordenadas $19^{\circ}56'3''$ de latitud norte y $105^{\circ}14'8''$ de longitud oeste, colinda en el oeste Océano Pacífico, al sur con el municipio de la Huerta y Villa de Purificación, al este con Talpa de Allende y al norte con el municipio de Cabo Corrientes y el Océano Pacífico. Tiene una longitud de alrededor de 68 kilómetros de litoral con una anchura de playa aproximadamente de 50 metros de anchura, con hermosas playas propicias para el ejercicio de diversas actividades, desde la pesca, el ocio y el turismo de sol y playa, sus principales actividades son del sector agropecuario, por tener una valle de alrededor de 33 000 hectáreas que es irrigado por las aguas de su Presa Cajón de Peñas construida en la década de los 70's (Andrade, et., al., 2007, Espinoza, et. al., 2015).

Figura 3: mapa que muestra la localización del municipio de Tomatlán.



Fuente: www.google.com.mx/

2.2. Antecedentes de investigación

La ecología de la población es un tema relevantemente nuevo emanado de la teoría de diseño organizacional y por tanto puede ser aplicado al sector turismo como en este caso de investigación: “La ecología empresarial turística” sin embargo es un constructo novedoso.

Según Moore en (Daft, 2005 y Espinoza, et. al., 2014) las organizaciones evolucionan hacia ecosistemas de negocios (compuesto por la interacción de una comunidad de organizaciones y su ambiente), ya que una organización puede crear un ecosistema propio participando en diferentes industrias. El formar parte de un ecosistema implica una interrelación, y esa interrelación genera interdependencia; de ahí entonces que se busque la forma de colaborar para obtener los complementos necesarios para la producción.

Acorde a lo planteado en las líneas anteriores, estos ecosistemas de negocios generan mecanismo de colaboración e interdependencia para poder satisfacer sus propias necesidades y por tanto, cooperan entre si para tal fin.

Al respecto, Espinoza, R., et al., (2014); hablan en su trabajo sobre un acercamiento al estudio del paisaje apoyado en la ecología de la población empresarial turística, el trabajo trata de dar a entender que para que se pueda aplicar el modelo de ecología en las empresas, estas deberán trabajar de manera relacionada en busca de un fin y un bien común. Por tanto éstas deben de modificar su estructura organizacional con el objeto de garantizar una armonía interior, y como consecuencia impacta en sus entornos inmediatos exteriores, y por ende pueden abordarse estudios sobre una región turística dada, por lo que las empresas primero deben de autoconocerse como entes interdependientes para el logro de sus propios objetivos. Para el desarrollo del trabajo utilizaron categorías conceptuales como: ecología empresarial, turismo, empresas y organizaciones.

Por otra parte, Merlano, S. (2011) en su trabajo titulado Sinergia en el ambiente de trabajo, en Contribuciones a las Ciencias Sociales, dice que la sinergia es el punto fuerte para que las empresas puedan alcanzar su objetivo, pero principalmente se debe tener claro los valores en la estructura organizacional, esto permite que los trabajadores de la empresa lleven mejor armonía, respeto, tolerancia y compañerismo entre ellos, logrando un trabajo comprometido en equipo, en dicha investigación abordan conceptos como: sinergia, ambiente, estructura organizacional.

Lo expuesto conlleva a entender que la sinergia en la colaboración y cooperación entre empresas posibilita facilitar los procesos y por tanto afincar relaciones de confianza e intercambio para el logro de objetivos dentro de las empresas turísticas.

Por otra parte, pero en el mismo sentido, según Serón, M. y Mendoza, G. (2007) en su trabajo "Alianzas Estratégicas: una vía para lograr una ventaja competitiva" dicen que el concepto de alianzas estratégicas es muy antiguo, que los pueblos lo utilizaban para protegerse de otros pueblos, este concepto de estrategia lo crean para la obtención de los resultados deseados, enseñando que el principal objetivo es la equidad y el respeto entre ellas, aspecto este que conduce a la satisfacción de su prioridad como lo es el cliente. Al cliente no le importa de dónde viene el producto o servicio, o quien lo elaboró, si no que le interesa que la buena calidad del producto satisfaga su necesidad, y estas alianzas se han creado para ese fin.

Martínez, A. (2013) elabora una investigación que intitula: “El turismo como sistema significativo. Ideas para la gestión de las empresas turísticas”. En dicho trabajo se plantea que el turismo en el siglo XX se convirtió en un turismo de masas, ya que cuando dio inicio solo eran simples actividades. Pero también argumenta que en la actualidad es una de las principales fuentes de ingresos en los países, a pesar de las crisis siempre se ha mantenido. Por lo que ahora hablar de un turismo sostenible ya que tiene un equilibrio en los factores, ambientales, sociales y económicos, cosa que las empresas deberían de buscar, tener un mejor desarrollo, ya que ciertas características no las aplican para alcanzar sus objetivos de manera equilibrada para darle un plus al medio ambiente.

2.3. Teorización

La argumentación o fundamentación de los trabajos de investigación imbrica el sustento teórico que abre el panorama para el entendimiento categorial o de las variables utilizadas en la investigación.

Se ha escrito mucho sobre la definición de ecología, algunos aseveran que es la ciencia que estudia las relaciones de los seres vivos con su ambiente. Sin embargo, con el tiempo extendió el concepto hasta abarcar el estudio de las características del medio, incluyendo el transporte de materia y energía y su transformación por las comunidades biológicas (Harckel, 1870)

En congruencia, Krebs (1972) menciona que:

La ecología es el estudio científico de los procesos que regulan la distribución y la abundancia de organismos y las interacciones entre ellos, así como el estudio de cómo, a su vez, esos organismos sirven de medio para el transporte y la transformación de la energía y la materia a través de la biosfera (es decir, el estudio del diseño de la estructura y la función del ecosistema)”.

Andrewartha y Birch (1954), enfatizan en los aspectos de abundancia y distribución y por ello refuerzan la idea de que el soporte central de la Ecología son los organismos. Reconocen los factores abióticos, especialmente climáticos, pero indudablemente focalizan más en los aspectos estrictamente bióticos. Su definición se centra más en lo que parece ser actualmente la Ecología de Poblaciones.

Según Margalef (1998) dice que la: “...Ecología es la ciencia que estudia a los seres vivos, su ambiente, la distribución, abundancia y cómo esas propiedades son afectadas por la interacción entre los organismos y su ambiente: la biología de los ecosistemas...”, esta implicaciones expuestas por Margalef, se pueden relacionar y aplicar como parte del diseño organizacional de una empresa, entonces el término en administración hace referencia a que ecología es la ciencia que estudia a las empresas como seres vivos que pertenecen a un ecosistema de negocios dado en una región o zona, así como las interrelaciones entre si y sus medio ambiente (Espinoza, et. al., 2014).

Por otra parte, aludir a un conglomerado o agrupamiento es hacer hincapié en la población como conjunto de organizaciones que se desempeñan en actividades parecidas, con patrones similares de utilización de recursos y resultados. En una población la pregunta que formulan los investigadores de ecología se refiere al número y variedad de las organizaciones en la sociedad – pero además esta población atiende elementos y factores que actúan en conformidad con los procesos culturales del territorio en el que se ubican las empresas y que definen su visión y misión (Daft, 2007).

En el mismo sentido, Daft (2009) aporta el concepto de ecología empresarial (EE) al decir que:

Difiere de otras, porque se enfoca en la diversidad y adaptación organizacional dentro de una población de organizaciones. Es un conjunto de organizaciones que se desempeñan en actividades parecidas, con patrones similares de utilización de recursos y resultados, y que compiten por clientes o recursos similares.

Estos aspectos inducen entonces, a concebir el concepto de ecología empresarial desde el punto de vista de entidades que refiere a un conjunto de empresas u organizaciones empresariales localizadas en un espacio que comparten o cohabitan y que comparten recursos y ambientes para satisfacer necesidades en sus diferentes procesos, y por tanto colaboran entre ellas para obtener resultados de efectividad dentro de un equilibrio establecido.

En congruencia, las empresas son organismos vivos creados por los seres humanos para dar respuesta a sus propias necesidades y poder satisfacer sus necesidades y de las comunidades en las cuales este habita o cohabita. Así como nace la ecología para estudiar a las comunidades y sus interrelaciones en los diferentes ecosistemas naturales, las empresas crean sus propios ecosistemas organizacionales en un espacio territorial, y se interrelacionan y comunican para generar lasos de confianza para poder colaborar en la búsqueda de sus objetivos y respondiendo de esta forma los diversos entornos a los cuales pertenece.

Estas interrelaciones generan sinergias entre dichas empresas u organizaciones y por ende responden a su génesis, como lo es el trabajo en equipo para agilizar los procesos de intercambio de bienes y servicios.

Al respecto la Ecología de la población empresarial es un modelo que contiene elementos que la diferencian de la ecología natural, ya que viene a representar una nueva forma de percibir a las organizaciones, y dicha percepción es con base en tres elementos: *variación, selección y retención*. Con esto se enfatiza que las organizaciones son seres vivos y que están sujetas a variaciones en el ambiente poblacional al que pertenecen, y que mientras unas encuentran un nicho y sobreviven, otras crecen y se institucionalizan (Espinoza, et. al., 2014).

Por otra parte, según la OMT en Espinoza, et. al., (2011) el turismo es: “..La suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocio o profesionales...”

Lo anterior implica, reflexionar sobre los nuevos escenarios en los que se verá inserto el mundo empresarial de Tomatlán, ya que como se percibe el turismo es un fenómeno complejo que implica relaciones, interacción con nuevas culturas y, como consecuencia otras visiones empresariales que pueden encontrarse en la ecología empresarial turística.

En relación con lo expuesto, el turismo como un agente de cambio viene a jugar un rol muy importante en el desarrollo de una sociedad apoyando el crecimiento de las culturas, transiciones personales y un tipo de superestructura social que transporta a otros escenarios las culturas locales y, como consecuencia a otras visiones organizacionales (Nash, 1996; Espinoza, et. al., 2011).

El desarrollo de las comunidades locales implica el encuentro con los modelos propicios que posibiliten la mejora de las condiciones de vida de colectivos e individuos, ya sea a través de propuestas de desarrollo de otras actividades diferente a las convencionales como es el caso del turismo en un municipio donde sus recursos todavía no han sido aprovechados por otras actividades del sector terciario diferentes al comercio, como son las turísticas.

La calidad de vida (CV) es un concepto polisémico que ha sido abordado por diversas disciplinas para su entendimiento y aplicación, al respecto Espinoza, et. al., (2015) define la CV como:

El encadenamiento de los factores exógenos y endógenos de una forma positiva, que le permitan a la persona o personas estar satisfechas con sus logros, pero que a la vez dichos factores exógenos permitan que el individuo dentro de su comunidad tenga las oportunidades y la libertad de elección necesarias para poder desarrollarse.

Este aprehensión conceptual induce entonces a entender que la CV tiene un doble sentido por una parte, lo que la persona percibe y que es lo que percibe como importante para poder satisfacer sus necesidades de logro y, por otro lo que la política pública debe de generar para que el entorno brinde las oportunidades de lugar para que el individuo o el colectivo alcance sus metas personales.

3. Métodos y materiales

La presente investigación se hizo en base al paradigma cualitativo que, Según Strauss y Corbin (2002) consiste en:

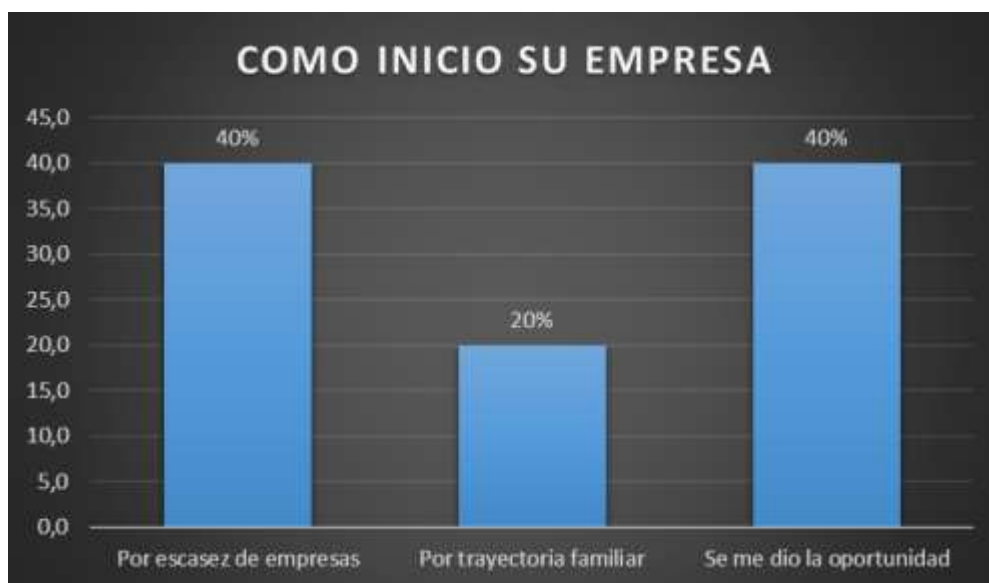
Cualquier tipo de Investigación que produce resultados a los que no se ha llegado por procedimientos estadísticos u otro tipo de cuantificación. Puede referirse a investigaciones acerca de la vida de las personas, historias, comportamientos y también al funcionamiento organizativo, movimientos sociales o relaciones e interacciones, Algunos de los datos pueden ser cuantificados, pero el análisis en sí mismo es cualitativo.

La Ecología empresarial de Tomatlán no ha sido estudiada desde ninguna perspectiva que pudiera determinar la aplicación de dicho modelo, por tanto Strauss y Corbin (2002) comentan que:

La investigación cualitativa se manifiesta a partir de las historias, pensamientos, comportamientos, que se dan dentro un espacio, en este caso esta investigación es de pureza cualitativa ya que recoge las narrativas y expresiones de los habitantes de la comunidad de Tomatlán, Jalisco.

Además, es de tipo exploratorio, porque se busca sentar las bases para posteriores investigaciones en relación a este modelo de estudio, con un enfoque social empresarial, basado en un cuestionario construido con 15 preguntas relacionadas a tres dimensiones de la ecología empresarial turística de Espinoza, et. al., (2014) y Daft (2007), que se aplicó al universo de giros empresariales que proporcionó el sector oficial y, procesada la información en el programa SPSS. Así como la indagación bibliográfica temática.

4. Algunos resultados y conclusiones



La primera categoría sobre cómo iniciaron las empresas en el municipio de Tomatlán, se observa que el 40% de los encuestados mencionan que fue por la escasez de las empresas en el municipio, es por eso que decidieron formar una empresa que pudiera satisfacer las necesidades existentes de la población, otro 40% dice que se les dio la oportunidad de iniciar con una empresa por un capital que tenían a la mano y para hacer una buena inversión decidieron formar una empresa y el resto dice que la empresa la tiene porque es una empresa familiar y tienen que atenderla.



El 90% de los empresarios entrevistados tienen en promedio de 1 a 30 años de estar en el mercado, lo que significa que las empresas no son tan viejas, y solo el 10% de ellas tienen de 31 años a 40 años en el mercado, observando que es un mínimo porcentaje, dando entender que las empresas no logran penetrar un nicho de mercado y lamentablemente desaparecen.



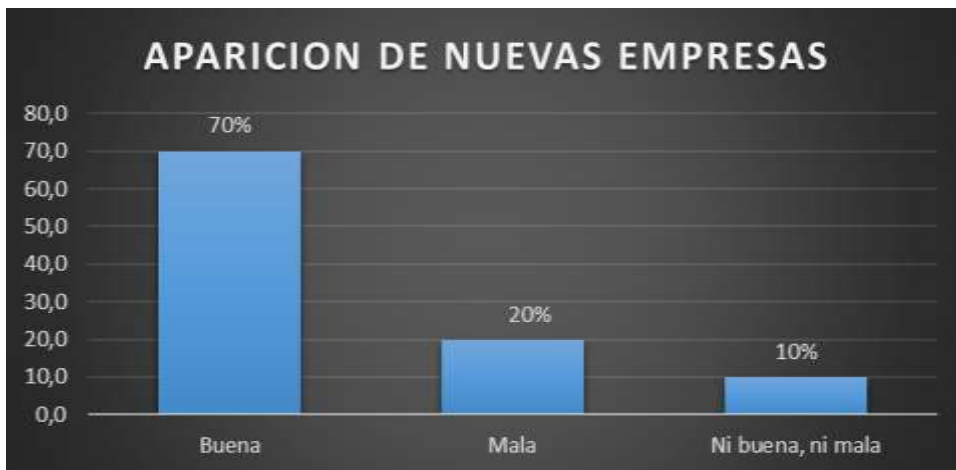
Acorde a esta tercera categoría relacionada a los cambios adquiridos por las empresas para permanecer en el mercado, el mayor porcentaje dijo que siempre se están actualizando en los nuevos cambios, en la variedad de sus productos, en las modas recientes, en las innovaciones para poder abarcar la satisfacción del cliente. El 30% menciona que día a día se preparan para poder brindar un mejor servicio, y el resto utilizan estrategias de mercadotecnia como la publicidad, organizar sus productos en el lugar adecuado para llamar la atención del cliente y mejorar los precios en relación a la competencia.



Esta ítem va de acuerdo a la anterior categoría sobre la cuestión de que cambios tuvieron que adaptar las empresas para poder seguir compitiendo en el mercado, el 80% de las empresas encuestadas mencionan que todos los cambios que adquirieron les fueron útiles para penetrar un nicho de mercado y el porcentaje restante dice que no todos los cambios le fueron buenos pero el acoplarse más a la tecnología le fue útil, ya que atrajo más clientela y brindó un mejor servicio de calidad.



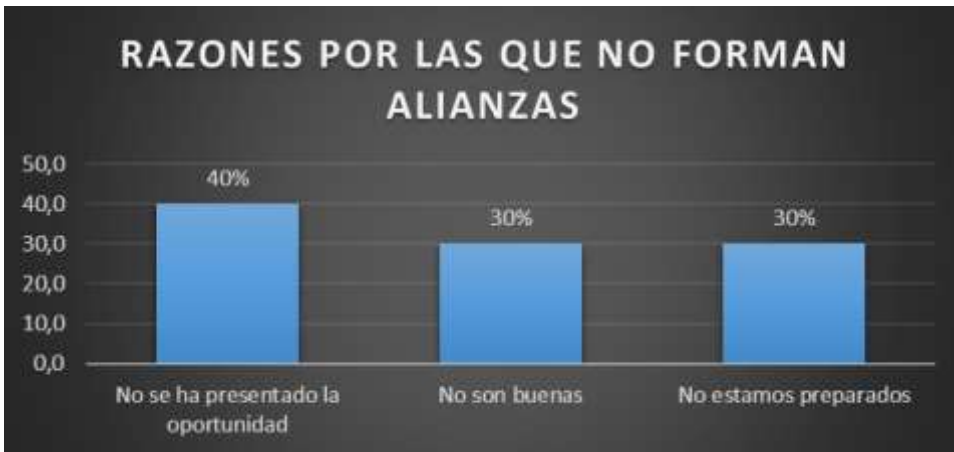
En cuanto a la adaptación a esos cambios les trajo grandes beneficios, en la gráfica muestra que el mayor porcentaje dice que los beneficios son mayores ganancias por ventas, mientras que el 20% dice que les aportó mejores beneficios por brindar un mejor servicio al cliente.



En cuanto a la aparición de nuevas empresas en el mercado para las empresas ya existentes dicen que es buena, ¿Por qué? Porque cada quien tiene derecho a formar cualquier organización que se les antoje mientras tengan la oportunidad de hacerlo, pueden aprovecharlo. Además mencionan que son las ventas de cada quien y eso no les afecta, pero el 20% dice que es mala, porque vienen a competir en el mercado y pues con la innovación las personas buscan siempre algo nuevo, entonces ocurre que bajan las ventas en las empresas existentes y se suman a las nuevas empresas, sin embargo un 10% dice que no es buena ni mala.



En esta gráfica se observa que el 100% de los propietarios que fueron entrevistados ninguno de ellos forman alianzas con otras empresas para trabajar en colaboración. Esto debido a que no están preparados para trabajar de esta forma, sin embargo prefieren hacerlo en el paradigma tradicional.



Las principales razones por las que las empresas no forman alianzas entre ellas es porque no existe una cultura, el 40% menciona que es porque no se les ha presentado la oportunidad, el 30% que no son buenas y el porcentaje restante dice que no están preparados para esto, por lo que se infiere que estas empresas no saben trabajar en sociedades, sólo de manera individual, cada que una busca entrar en el mercado, posicionarse y crecer dentro del mismo.



Las empresas del municipio no están lo suficientemente preparadas para muchas cosas, lo que hace que no tengan una visión clara, se pudo notar que varias empresas se desconcertaron al preguntarles cuál era su visión a largo plazo y la mayoría respondió, ver un desarrollo productivo, mayores ventas, más clientes, colocarse en el mercado, pero realmente no se notaban seguras de aceptar su realidad.



La presente grafica muestra el porcentaje de las respuestas que se obtuvieron al preguntar a los encuestados cual es el promedio de vida de una empresa en el municipio de Tomatlán, el mayor porcentaje dice que depende de la empresa, bien si se logró colocar y vencer a la competencia será una empresa que durara de por vida en el mercado, pero si es una empresa que no agarro un nicho de mercado, será una empresa fácil de desaparecer y el porcentaje menor de la gráfica comenta que desconoce esa información.



Todas las empresas encuestadas mencionan que de alguna forma coadyuvan al desarrollo económico local como, principalmente implementando empleos para la población, además de tener a la mano los productos que necesitan los clientes esto les ahorra tiempo, dinero porque de otra forma tendrían que salir fuera de la comunidad para poder cubrir su necesidad.

Algunas conclusiones generales

-Una de las principales conclusiones encontradas en la investigación, es que las empresas de Tomatlán acorde al modelo de la Ecología Empresarial Turística, no tienen mecanismos de colaboración que les permita aliarse de manera estratégica, lo que impide que éstas crezcan y se desarrollen, por lo que su ciclo de vida es corto y no diversifican sus actividades. Por otra parte, pareciera que no confían en sus homólogos empresarios, por lo que su *praxis* se ve estancada en el viejo paradigma de la rivalidad.

-Otra conclusión de este trabajo, es que estas empresas no se encuentran preparadas para la aceptación de este nuevo paradigma, ¿Por qué? Porque son empresas tradicionales que no salen de su estado de confort por miedo a perder, a no generar más ganancias, a que solo les cause problemas con otras organizaciones, viven en el mundo tradicional de ver en el mercado sólo rivales para competir.

-Acorde a las respuestas, estas empresas no visionan el cambio como una oportunidad, sino que solo buscan adaptarse a estos nuevos cambios que brinda el entorno para poder seguir subsistiendo en un nicho de mercado, y les falta la actualización de sus productos, las innovaciones, la aplicación de la tecnología para brindar un servicio de calidad, entre otros..

-A manera de sugerencia se debe plantear el modelo de Ecología empresarial para que se preparen para los nuevos retos que el desarrollo turístico les traerá en la mayor parte del territorio tomatlense, y este modelo colaborativo soportado en ecosistemas organizacionales entre empresas puede crear la sinergia que este sector requiere para adaptarse a la actividad turística, ya que de lo contrario pueden llegar otras organizaciones que los podrían desplazar.

Bibliografía

-Andrade, E., Chávez, R.M., Espinoza, R. y Villanueva, R. 2007. *Tomatlán: patrimonio natural y cultural*. Universidad de Guadalajara. México.

-Andrewartha, H. y Birch, C. 1954. *The distribution and abundance of animals*. University of Chicago Press. Chicago.

-Daft, R. 2005. *Teoría y Desarrollo Organizacional*. 6ª. Edición. Prentice-Hall. México.

- (2007). *Teoría y Diseño Organizacional*. 7ª. Edición. Prentice-Hall. México.

- (2009). *Teoría y diseño Organizacional*. 10ª. Edición. Prentice Hall. México.

- (2011). *Teoría y diseño Organizacional*. 10ª. Edición. Cengage Learning Editores, S.A. de C.V. México.

-Espinoza, R., Camacho, E., Gordian, K. y Covarrubias, S. 2011. Aproximación al análisis del perfil del consumidor de las empresas de turismo de naturaleza en Cabo Corrientes, Jalisco México. En Andrade, E., Chávez, R.M. y Espinoza, R. *Turismo, Desarrollo y Región. Estudio de casos*. Universidad de Guadalajara. México.

- Espinoza, R., Covarrubias, Z.J. y Cornejo, J.L. 2014. Un acercamiento al estudio del paisaje apoyado en la ecología de la población empresarial turística. En Monterrubio, J.C. y López, A. *De la dimensión teórica al abordaje empírico del turismo en México*. Universidad Nacional Autónoma de México, Geografía para el siglo XXI serie libros de investigación. México.
- Espinoza, R., Téllez, J., Chávez., R.M., Andrade, E. y Cornejo, J.L. 2015. *Tomatlán a futuro: edificando el porvenir 2012-2040*. Universidad de Guadalajara. México.
- Krebs, C.J. 1972. *Ecology*. Harper and Row. New York.
- Merlano, S. 2011. Sinergia en el ambiente de trabajo. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, Vol. 11, No. 22, julio.
- Nash, D. 1996. *Antropology of tourism*. Oxford. Pergamon.
- Strauss, S. y Corbin, J. 2002. *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Editorial Universidad de Antioquía. Colombia.
- Zerón, M. y Mendoza, G., **2007**. "Alianzas Estratégicas: una vía para lograr una ventaja competitiva". *Contribuciones a la Economía*, junio 2007. Texto completo en WWW. Eumed.net/ce/

www.google.com.mx/maps/

COBERTURA CAMBIARIA EN EL SECTOR TURÍSTICO COTIZADO ESPAÑOL (2004-2014)

Milagros Vivel-Búa

Departamento de Economía Financiera y Contabilidad
Universidad de Santiago de Compostela
mila.vivel@usc.es

Rubén Lado-Sestayo

Departamento de Economía Financiera y Contabilidad
Universidade da Coruña
ruben.lado.sestayo@udc.es

Inés Fernández López

Universidad de Santiago de Compostela
iferlop@gmail.com

Resumen: este presente trabajo estudia la exposición al riesgo de tipo de cambio al que se encuentra sometida la empresa española cotizada del sector turístico; así como, también se analizan las estrategias y políticas de cobertura empleadas para cubrirlo. El estudio se focaliza alrededor de cinco empresas: Amadeus IT Holding, S.A.; Iberia, Líneas Aéreas de España, S.A.; IAG, International Consolidated Airlines Group, S.A.; Meliá International Hotels, S.A. y NH Hotel Group, S.A. En general, los resultados muestran que este tipo de empresas tienen una exposición cambiaria de naturaleza transaccional y contable. Al mismo tiempo, tanto los instrumentos de cobertura financiera como operativos son utilizados para neutralizar su impacto en resultados.

Palabras clave: cobertura, riesgo, tipo de cambio, turismo.

1. INTRODUCCIÓN

El riesgo cambiario constituye una línea de trabajo en la literatura académica debido a que se ha comprobado que los efectos que ocasiona afectan a todas las áreas de la empresa, tanto si ésta opera en un ámbito internacional como si lo hace en el ámbito exclusivamente nacional (Vivel et al., 2013). Por este motivo resulta interesante el análisis de las políticas de cobertura de riesgo cambiario empleadas por las empresas.

Para España uno de los sectores más destacados y de mayor impulso para la economía es el sector turístico. Según datos del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, el sector turístico es responsable de uno de cada siete puestos de trabajo dentro de la economía española y representa el 11,7% del PIB del país en 2015. Además de ser uno de los principales motores económicos del país, España es el tercer destino turístico del mundo en número de turistas (en

2014, se alcanzó la cifra record hasta ese momento de 64.938.945 millones de turistas internacionales); y el segundo en nivel de ingresos procedentes de este sector. Por todo ello, resulta especialmente interesante estudiar el comportamiento de las empresas de este importante sector con respecto al riesgo cambiario.

Para la elaboración del presente trabajo se han analizado las empresas cotizadas del sector turístico español: Amadeus IT Holding, S.A.; Iberia, Líneas aéreas de España, S.A.; IAG, International Consolidated Airlines Group, S.A. (resultado de la fusión de Iberia y British Airways); Meliá Hotels International, S.A. y NH Hotel Group, S.A..

La primera de ellas, Amadeus IT Holding, S.A. (en adelante Amadeus) se dedicada al suministro procesos y modelos de gestión tecnológicos para el sector turístico y de viajes a nivel global. Entre sus clientes están empresas de transporte (aéreo, terrestre y marítimo), hoteles, agencias de viajes y touroperadores para los que funciona como una red internacional para la distribución de productos y servicios. Cabe señalar que durante los ejercicio 2005 y 2006 la empresa dejó de cotizar debido a un proceso de absorción por parte de WAM Acquisition y no volvería a hacerlo hasta

el año 2007, razón por la cual se desconocen los datos para el ejercicio 2005.

Seguidamente, se analizan dos compañías dedicadas al transporte aéreo de viajeros, Iberia, líneas aéreas de España, S.A. e IAG, International Consolidated Airlines Group, S.A. (en adelante Iberia e IAG, respectivamente). Es importante mencionar que ninguna de estas dos empresas cubre la totalidad del periodo analizado en el presente estudio, Iberia cubre el período 2004-2010 mientras que IAG aborda el período 2011-2014. Esto se debe a que a partir del año 2010 Iberia se fusiona con la británica British Airways dando lugar a la creación de un nuevo grupo empresarial, IAG.

En tercer lugar, se ha analizado a Meliá International Hotels, S.A. y a NH Hotel Group, S.A. (en adelante Meliá y NH), las dos únicas empresas españolas cotizadas dedicadas a la hotelería.

Se puede afirmar que todas las empresas estudiadas son referentes en sus respectivas ramas de actividad y resultan apropiadas como muestra para conocer las políticas aplicadas en la gestión del riesgo cambiario dentro del sector turístico.

El objetivo de este trabajo radica en el estudio de la exposición al riesgo de tipo de cambio y las diversas formas de cobertura aplicadas por las empresas españolas cotizadas pertenecientes

al sector turístico. Específicamente, se ha estudiado la gestión realizada por las empresas de la muestra en cuanto al reconocimiento de la exposición, la cobertura o no cobertura de la misma y, en su caso, el tipo y grado de dicha cobertura.

Los datos utilizados para la elaboración de este trabajo se han obtenido de los informes anuales consolidados de las empresas analizadas, obtenidos a través de la página web de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (www.cnmv.es) y, de forma complementaria, con la base de datos SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

2. LITERATURA

El concepto de exposición cambiaria presenta diferentes acepciones y enfoques según el ámbito al que nos refiramos. De entre la multiplicidad de significados que se presentan en la literatura especializada podemos distinguir los que hacen referencia al ámbito de corto plazo (enfoque transaccional) o de largo plazo (enfoque económico).

De acuerdo con Levi (1997) el concepto de exposición al tipo de cambio se entiende como la sensibilidad del valor real de los activos, pasivos o ingresos en términos de una moneda de referencia a las variaciones inesperadas del tipo de cambio.

Expertos en materia de gestión empresarial y finanzas han presentado argumentos con respecto a la relevancia y consiguiente tratamiento del riesgo cambiario en la empresa. Existen dos visiones claramente opuestas: la primera, considera que la detección, medición y cobertura del riesgo debe formar parte de la estrategia empresarial e incluirse dentro de las funciones de dirección de la empresa (Rahnema, 2007); en el extremo opuesto, están quienes consideran que puesto que el riesgo cambiario no tiene un impacto directo y significativo en los resultados, éste no debe ser tenido en cuenta a la hora de definir la estrategia empresarial.

En general, la evidencia empírica obtenida en varias investigaciones sobre la empresa internacional y los mercados ha demostrado que el tipo de cambio puede ocasionar importantes alteraciones en el valor de la empresa, y por tanto este riesgo debe ser tomado en consideración a la hora de definir la estrategia empresarial. Un claro ejemplo de este hecho es el efecto que ha provocado la depreciación del rublo ruso sobre el sector hotelero español. En el año 2014 se produjo un descenso del 10% del turismo procedente de Rusia y los países de su área de influencia, ocasionado por la caída del rublo frente al euro, los conflictos geopolíticos de la zona (Rusia-Ucrania) y la bajada de los precios del petróleo.

Cabe destacar que las empresas analizadas en el presente trabajo reconocen su exposición al riesgo de tipo de cambio en sus informes anuales, tal y como se indica en la Figura 1.

Una vez establecida la importancia que tiene la exposición cambiaria para una empresa y las áreas más susceptibles a la misma, se debe establecer cuáles son las alternativas de cobertura. Las empresas dedican tiempo y recursos a identificar y minimizar su exposición al tipo de cambio mediante diversas técnicas de cobertura, de hecho en el año 2010 el 69% de las empresas no financieras y cotizadas españolas cubría el riesgo de tipo de cambio. Estas medidas pueden dividirse en dos grandes grupos: I) la cobertura financiera, que implica la firma de contratos financieros con el propósito específico de cubrir la exposición cambiaria; II) la cobertura operativa, que supone la utilización de técnicas internas diseñadas por la empresa para neutralizar su exposición cambiaria aprovechando, por ejemplo, su red de filiales exteriores.

Figura 1. Exposición cambiaria en los informes anuales de las empresas turísticas cotizadas españolas

	<p>"El Grupo está expuesto a fluctuaciones de tipo de cambio que pueden afectar a sus ventas, resultados, fondos propios y flujos de caja, derivados fundamentalmente de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inversiones en países extranjeros (principalmente en México, Argentina, República Dominicana, Colombia, Panamá y Estados Unidos). - Operaciones realizadas por sociedades del Grupo que desarrollan su actividad en países cuya moneda es distinta al euro (principalmente en México, Argentina, República Dominicana, Venezuela y Estados Unidos)." <p>(Cuentas Anuales 2014, Pág. 90-91)</p>
	<p>"La moneda de presentación utilizada en las cuentas anuales consolidadas del Grupo es el Euro (EUR). Como resultado de la orientación multinacional de su negocio, el Grupo está sujeto a los riesgos de tipo de cambio derivados de la fluctuación de varias monedas."</p> <p>(Cuentas Anuales 2014, Pág. 30)</p>
	<p>"En lo que se refiere a riesgos financieros, el Grupo mantiene un programa de gestión con el fin de controlar y disminuir el potencial impacto negativo de las oscilaciones de los tipos de cambio, tipos de interés y precio de combustible en los resultados, y de preservar la liquidez necesaria para sus operaciones corrientes y de inversión y financiación."</p> <p>(Cuentas Anuales 2010 Pág. 33)</p>
	<p>"El grupo publica sus cuentas anuales consolidadas en euros, posee entidades funcionales que operan en euros y libras esterlinas, y realiza su actividad en varios países; por consiguiente, está expuesto a un riesgo de cambio de divisas sobre los ingresos, compras y empréstitos denominados en monedas diferentes a la moneda funcional de la entidad."</p> <p>(Cuentas Anuales 2014 Pág. 40)</p>
	<p>"El Grupo lleva a cabo su actividad en el ámbito internacional y, por tanto, está expuesto a riesgo de tipo de cambio por operaciones con divisas, sobre todo el dólar americano y la libra esterlina.</p> <p>El riesgo de tipo de cambio surge de las operaciones comerciales, financieras y de inversión, así como de la conversión de los estados financieros de las sociedades filiales denominadas en una moneda funcional diferente a la moneda de presentación del Grupo."</p> <p>(Cuentas Anuales 2014, Pág. 33)</p>

Fuente: elaboración propia

3. ESTUDIO EMPÍRICO

En el presente apartado se analizan las cuentas anuales consolidadas de las empresas españolas cotizadas pertenecientes al sector en relación a la exposición al riesgo cambiario y sus políticas de cobertura del mismo. La estructura del análisis consistirá en la exposición de las fuentes de riesgo reconocidas por las distintas empresas incluidas en este estudio, seguido de una revisión de las políticas de cobertura empleadas por cada una.

3.1. FUENTE DE EXPOSICIÓN CAMBIARIA

Como se ha mencionado anteriormente existen diversos tipos de exposición cambiaria y cada empresa en su análisis de los riesgos que le afectan reconoce una serie de fuentes para dicha

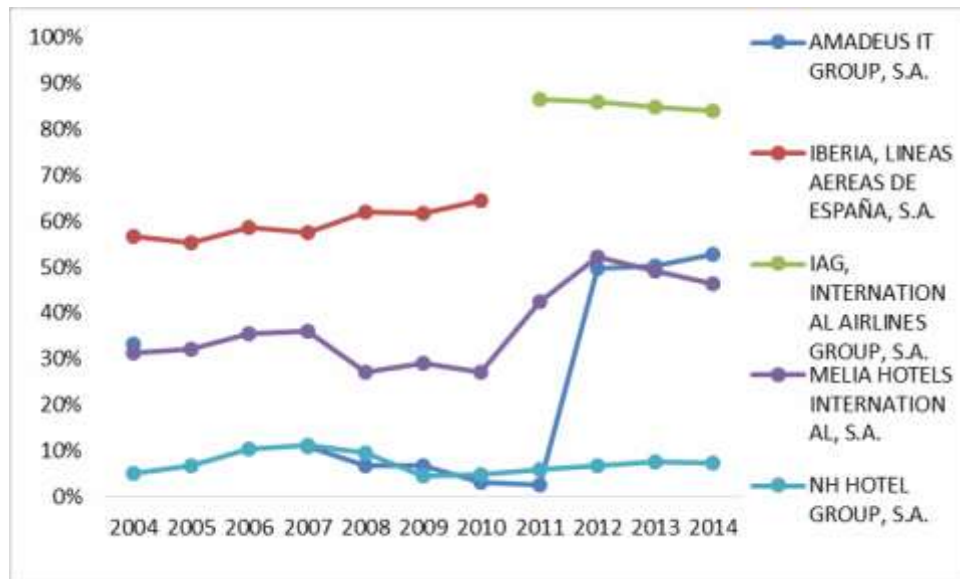
exposición. En este apartado se recogen las fuentes que cada una de las empresas analizadas reconoce como origen del riesgo de tipo de cambio, así como, se presentan los datos de las magnitudes que se relacionan con dichas fuentes de exposición.

Las fuentes de exposición al riesgo cambiario que se reconocen generalmente son los ingresos en divisas y las filiales exteriores. Los ingresos exteriores hacen referencia a la parte de la cifra de negocios que no se encuentra denominada en la moneda de referencia. La otra fuente comúnmente reconocida son las filiales exteriores, puesto que pueden generar transacciones en monedas distintas de la operativa del grupo y, por tanto, implican una tarea de consolidación contable que entraña un proceso de transformación de las magnitudes a la moneda de referencia del grupo.

Una vez revisadas las cuentas anuales de las empresas que integran el estudio se puede afirmar que todas ellas reconocen como una fuente de exposición los ingresos en divisas. Como se puede observar en el gráfico 1 para todas las empresas los ingresos procedentes de países externos a la zona euro (ingresos exteriores) suponen más del 25% del total, a excepción de NH que opera principalmente dentro de la eurozona. Estos datos nos indican la relevancia que las transacciones realizadas en divisas tienen para las empresas en cuanto al riesgo cambiario que se deriva de estas operaciones.

Es importante aclarar que la importante alteración que se observa para Amadeus entre los años 2010 y 2011 se debe a un cambio en los criterios empleados por la empresa a la hora de distribuir sus ingresos geográficamente. Los primeros años se tomaba como referencia la localización de la sede social de la empresa titular de los contratos, mientras que a partir del ejercicio 2011 se toman en cuenta criterios separados para las operaciones relacionadas con el segmento de distribución (localización de las agencias de viajes que realizan las reservas) y/o soluciones tecnológicas (localización de la sede socias de la aerolínea a la que se le ofrece el servicio).

Gráfico 1: Evolución del porcentaje de ingresos externos a la zona euro sobre el total.

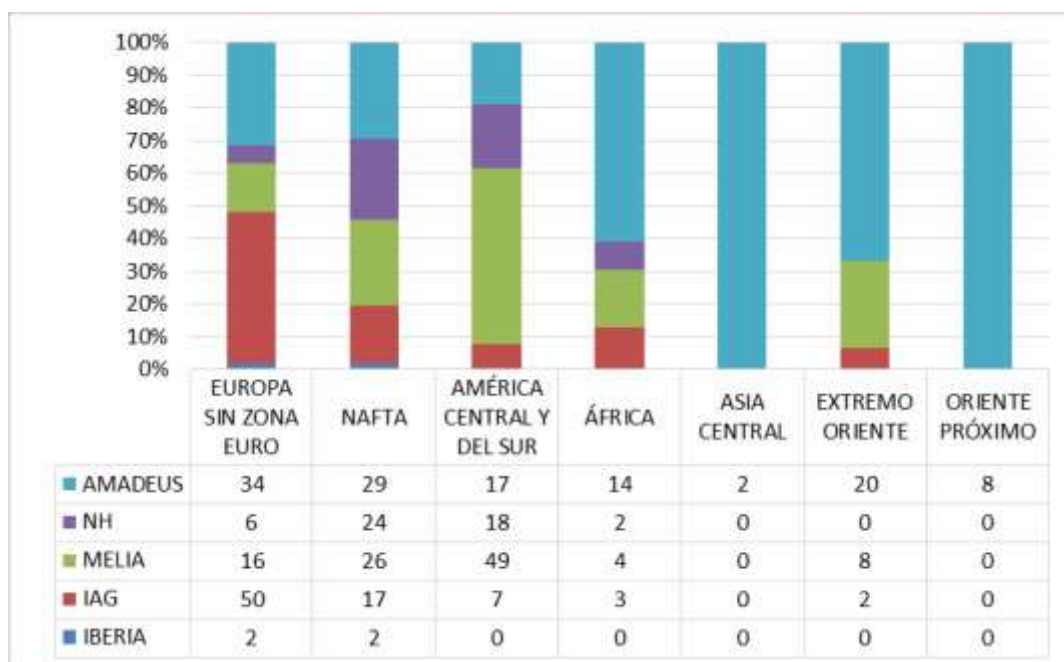


Fuente: elaboración propia

En cuanto a las filiales en mercados exteriores, todas las empresas analizadas las tienen, en mayor o menor cuantía, pero no todas las reconocen como fuente de exposición al riesgo cambiario. Únicamente Meliá, NH y Amadeus admiten en sus informes anuales la exposición cambiaria que sus filiales suponen. Por su parte, Iberia e IAG no hacen mención alguna de la exposición ocasionada por las filiales extranjeras. En el caso de Iberia se debe a la escasez de filiales, únicamente 4 fuera de la zona euro, repartidas en Estados Unidos y Rusia. Todo lo contrario de lo ocurre con Amadeus, pues resulta evidente que existe una exposición originada debido a las filiales extranjeras, pues se trata de un grupo empresarial con presencia en 54 países fuera de la Eurozona.

En el gráfico 2 se observa la distribución por áreas geográficas de las filiales de las 5 empresas estudiadas. En términos generales las áreas con mayor concentración de filiales son los países europeos no pertenecientes a la zona euro y el área NAFTA, seguido de América central y del sur. Cabe destacar que la única de las cinco empresas analizadas con una presencia global es Amadeus.⁵

Gráfico 2: Filiales por área geográfica.



Fuente: elaboración propia

Finalmente, algunas empresas también reconocen como fuente de exposición cambiaria el mantenimiento de deuda en divisas en las cuentas de la empresa. Sin embargo, este punto puede resultar contradictorio, ya que, así como ciertas empresas incluyen la deuda denominada en moneda distinta de la de referencia del grupo como una fuente de riesgo, en la mayoría de las ocasiones es utilizada como una estrategia de cobertura del mismo. De entre las empresas estudiadas, Iberia, y posteriormente, IAG son las que consideran la deuda como una fuente de exposición cambiaria (“[...] está expuesto a un riesgo de cambio de divisas sobre ingresos, compras y empréstitos denominados en monedas diferentes a la moneda funcional de la entidad.” Cuentas Anuales consolidadas de IAG, International Consolidated Airlines Group, S.A.); aunque esta última entra dentro de la categoría de empresas que también utiliza el endeudamiento en moneda extranjera como herramienta de cobertura.

3.2. COBERTURA DEL RIESGO CAMBIARIO

En el presente apartado se estudiarán las políticas de riesgos de las empresas analizadas en relación con la exposición al riesgo de tipo de cambio, comprobando por si se lleva a cabo una cobertura de dicho riesgo y, en el caso de que así sea, analizando las estrategias de cobertura empleadas.

Para comenzar se debe señalar que las cinco empresas estudiadas cubren los riesgos financieros principales. Estos incluyen el riesgo de tipo de cambio, el de tipo de interés y, en el caso de las empresas dedicadas al transporte aéreo, también se cubre el riesgo de *commodities*, en particular, del precio del combustible. En el contexto del estudio, centrado en la cobertura de la exposición al tipo de cambio, se comprueba que todas las empresas lo cubren, aunque la intensidad y métodos de cobertura varían considerablemente.

Como se ha mencionado en el apartado referente al marco teórico, existen dos principales modos de cubrir el riesgo cambiario, la cobertura financiera y la cobertura operativa, existiendo también la posibilidad de combinar ambas. En la tabla 1 se indican las técnicas de cobertura utilizadas por las distintas empresas a lo largo de los años incluidos en el presente estudio.

Como se puede observar, existe un claro predominio de la cobertura financiera, tanto el uso de productos derivados como de deuda denominada en divisa que parece ser la fórmula más común. Aunque la cobertura operativa también es de uso frecuente especialmente como refuerzo de la cobertura financiera, a excepción del caso de Meliá Hotels International, S.A. que usa estas técnicas operativas como única forma de cobertura.

Tabla 1: Tipos de cobertura utilizados por las empresas en el período 2004-2014.

	IBERIA	IAG	NH	MELI	AMADEUS
2004	Cob. Financiera (Derivados) y Operativa	-	Cob. Financiera (Derivados + Deuda)	Cob. Operativa	Cob. Financiera (Derivados + Deuda)
2005	Cob. Financiera (Derivados) y Operativa	-	Cob. Financiera (Derivados + Deuda)	Cob. Operativa	-
2006	Cob. Financiera (Derivados) y Operativa	-	Cob. Financiera (Derivados + Deuda)	Cob. Operativa	Cob. Financiera (Derivados + Deuda) y Operativa
2007	Cob. Financiera (Derivados) y Operativa	-	Cob. Financiera (Derivados + Deuda)	Cob. Operativa	Cob. Financiera (Derivados + Deuda) y Operativa
2008	Cob. Financiera (Derivados)	-	Cob. Financiera (Derivados + Deuda)	Cob. Operativa	Cob. Financiera (Derivados + Deuda) y Operativa
2009	Cobertura Financiera (Derivados)	-	Cob. Financiera (Derivados + Deuda)	Cob. Operativa	Cob. Financiera (Derivados + Deuda) y Operativa
2010	Cob. Financiera (Derivados)	-	Cob. Financiera (Derivados + Deuda)	Cob. Operativa	Cob. Financiera (Derivados + Deuda) y Operativa
2011	-	Cob. Financiera (Derivados + Deuda) y Operativa	Cob. Financiera (Derivados + Deuda)	Cob. Operativa	Cob. Financiera (Derivados + Deuda) y Operativa
2012	-	Cob. Financiera (Derivados + Deuda) y Operativa	Cob. Financiera (Derivados + Deuda)	Cob. Operativa	Cob. Financiera (Derivados + Deuda) y Operativa
2013	-	Cob. Financiera (Derivados + Deuda) y Operativa	Cob. Financiera (Derivados + Deuda)	Cob. Operativa	Cob. Financiera (Derivados + Deuda) y Operativa

2014	-	Cob. Financiera (Derivados + Deuda) y Operativa	Cob. Financiera (Derivados + Deuda)	Cob. Operativa	Cob. Financiera (Derivados + Deuda) y Operativa
------	---	---	-------------------------------------	----------------	---

Fuente: Elaboración propia

Otro dato que sobresale en el análisis es la complementariedad entre las diversas técnicas de cobertura, ya sea puntualmente o de forma sistemática. Dicha complementariedad se da mediante la combinación de técnicas de cobertura de carácter financiero (productos derivados y deuda en divisa), operativo (diversificación geográfica y cash-flow matching, por ejemplo) o una mezcla de ambas.

En relación a este fenómeno, la literatura relacionada señala que la cobertura financiera suele ser predominante en los casos de cobertura de exposición a corto plazo, mientras que la cobertura operativa es utilizada para la exposición a largo plazo. Esto se debe a que las técnicas operativas requieren una implicación integral de la empresa debido a que generalmente requieren transformaciones y coordinación de las diversas áreas, lo cual le resta flexibilidad. Por estos motivos no resulta extraño que las empresas utilicen combinaciones de ambos tipos de cobertura. (Vivel et al., 2014)

En el presente estudio se constata que la mayor parte de las empresas utilizan, al menos, dos formas de cobertura distintas (la única de las 5 empresas analizadas que no cumple este patrón es Meliá Hotels International, S.A.). De hecho se puede afirmar que la cobertura financiera y operativa coexisten de forma regular en la estrategia de cobertura cambiaria de la empresa.

4. CONCLUSIONES

Tras la realización del presente trabajo sobre la exposición y cobertura del riesgo cambiario se puede concluir que la empresa española cotizada perteneciente al sector turístico tiene una exposición al riesgo de tipo de cambio, principalmente, de tipología transaccional y contable. De igual modo, se puede afirmar que la totalidad de las empresas cubren su exposición al riesgo cambiario mediante la combinación de dos o más instrumentos de cobertura de distinta naturaleza. Así mismo, resulta de gran relevancia la utilización de técnicas de cobertura operativa, con especial importancia en el caso de las empresas hoteleras (Meliá International Hotels, S.A. y NH Hotels Group, S.A.).

Las principales limitaciones que se han encontrado durante la elaboración del presente trabajo han sido las referentes a la escasa información proporcionada, en ciertos casos, por las cuentas anuales a cerca de las políticas de gestión del riesgo de las distintas empresas analizadas. De igual modo, los cambios de estructura y propiedad de las empresas han dificultado la obtención de datos para la serie completa de tiempo.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Capel, J. (1997). A real options approach to economic exposure management. *Journal of international financial management & accounting* Nº8, 87-113.
- Chang, C., & Ma, L. (2009). Operational hedging and exchange rate risk: A cross-sectional examination of Canada's hotel industry. *Cornell Hospitality Report*, 6-15.

- Eiteman, D., Stonehill, A., & Moffet, M. (2000). *Las finanzas en las empresas multinacionales*. Madrid: Pearson Education.
- Eun, C. S., & Resnick, B. G. (2007). *Administración financiera internacional*. México D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- García Crespo, P. I. (2008). *Financiación internacional*. Madrid: Thomson Paraninfo. Gómez Cáceres, D., & Martínez García, F. (2003). *Negociación Internacional: medios de cobro y pago*. Madrid: ESIC Editorial.
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2015). *España en números 2015*. Madrid: INE.
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2016). *España en números 2016*. Madrid: INE.
- Ki Lee, S., & Jang, S. (2010). Internationalization and exposure to foreign currency risk: An examination of lodging firms. *International Journal of Hospitality Management*, 701-710.
- Levi, M. (1997). *Finanzas internacionales*. Madrid: McGraw Hill.
- Madura, J. (2003). *International financial management*. Madrid: McGraw Hill. Martín, J., & Téllez, C. (2006). *Finanzas Internacionales*. Madrid: Thomson. Martínez, A. (2000). *Mercados financieros internacionales*. Madrid: Civitas.
- Ontiveros, E. (1991). *Mercados financieros internacionales*. Madrid: Espasa Calpe.
- Pérez-Carballo Veiga, J. F. (2015). *La gestión financiera de la empresa*. Madrid: ESIC Editorial.
- Rahnema, A. (2007). *Finanzas internacionales*. Barcelona: Deusto.
- Shapiro, A. (2003). *Multinational Financial Management*. Madrid: John Wiley & Sons, Inc.
- Singh, A., & Upneja, A. (2007). Extent of hedging in the US lodging industry. *International Journal of Hospitality Management*, 764-776.
- Vivel Búa, M., Lado Sestayo, R., Otero González, L., & Fernández López, S. (2013). La Cobertura del Riesgo Cambiario en el Sector Hotelero Español: El caso de Meliá Hotels International S.A. y NH Hoteles S.A. En C. Henriques, I. Monteiro, F. Serra, J. Santos, & P. Águas, *Inovação e qualidade na hotelaria*. Faro: Universidade do Algarve.
- Vivel Búa, M., Lado Sestayo, R., Otero González, L., & Fernández López, S. (2014). Riesgos y cobertura con derivados en el sector turístico: un estudio de las aerolíneas cotizadas españolas. En C. Baptista, M. Correia, & M. Jesus, *Perspetivas contemporâneas en gestão financeira e contabilidade*. Faro: Universidade do Algarve.
- Vivel Búa, M., Otero González, L., Fernández López, S., & Durán Santomil, P. (2013). Is value creation consistent with currency hedging? *The European Journal of Finance*, 912-945.

LOS DESAFÍOS DEL MARKETING TURÍSTICO. PROPUESTAS PARA EL ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

José Alberto Martínez González

Universidad de La Laguna

jmartine@ull.edu.es

Resumen:

El marketing turístico es relativamente reciente en España y ha sido especialmente en los últimos años cuando más se ha aplicado por parte de las empresas y las instituciones turísticas de nuestro país. Esto en parte se ha debido a la crisis, la globalización y los avances en las tecnologías y las comunicaciones. Sin embargo, aún quedan desafíos pendientes que deben ser abordados por las organizaciones turísticas, tanto desde un punto de vista teórico como práctico. En esta ponencia se abordan dichos desafíos, con las consecuentes implicaciones para la dirección de las empresas turísticas.

Palabras clave: marketing turístico, desafíos, empresa turística

1.-Introducción

El marketing turístico ha surgido en España recientemente, a diferencia de lo que ha sucedido en otros países. Las razones tienen que ver con las diferentes circunstancias económicas, tecnológicas, políticas y académicas de los distintos países, circunstancias que pueden ser concebidas en términos de retraso o atraso (López y López, 2008). Podemos afirmar que las sociedades que han aplicado el marketing tempranamente han servido de modelos, y desde entonces el marketing se aplica en España en otros sectores distintos del turístico y al empresarial: sanidad, administraciones públicas, etc. (Bigné, 1996).

Las principales razones por las que se ha generalizado en nuestro país el uso del marketing turístico tienen que ver con la enorme importancia del sector turístico en la economía del país y la estrecha vinculación del turismo con otros sectores. También con el avance de la globalización, el avance de las comunicaciones y las tecnologías, así como el incremento de los movimientos migratorios. Por último, la propia dinámica del sector turístico ha obligado a las entidades turísticas públicas y privadas (que en gran medida se han mercantilizado) a adaptarse al cliente, a observar a los competidores y a aplicar tecnologías, entre otras muchas cosas (Rey, 2004).

2.- Desafíos del marketing en el sector turístico español

En relación a los retos vinculados a la concepción del marketing, *todavía* son muchas las empresas turísticas que lo conciben como antaño: en ellas se producen productos y servicios turísticos de manera egocéntrica, sin una adecuada adaptación al cliente, al entorno y a la competencia. Otras empresas turísticas van un poco más allá y desarrollan una concepción "productiva" o técnica del marketing (Kotler, 1995, 2004). Para los profesionales de estas empresas turísticas lo relevante es presionar en el mercado para conseguir vender más productos turísticos. Marketing es, en esta concepción también egocéntrica y persuasivo-agresiva, sinónimo de venta.

Por tanto, en las empresas turísticas deben adoptarse otros valores, actitudes y creencias que, en general, supongan una acepción egocéntrica de la gestión de la organización en general y

del marketing turístico en particular. Algunos de los desafíos en la forma en la que los directivos de las empresas turísticas conciben el marketing son los siguientes:

Valorar el marketing turístico y creer en sus posibilidades

Generar en las organizaciones una cultura favorable a su desarrollo y aplicación

Orientarse al cliente y al entorno

Desarrollar una gestión comercial centrada en las relaciones y la aportación de valor y no tanto en los aspectos productivos o meramente persuasivos vinculados a la venta

Investigar el mercado para obtener información útil para tomar decisiones comerciales

Dar importancia a la organización interna y externa para llevar a cabo con acierto los programas y actuaciones de marketing

Planificar y fijar objetivos y plazos de marketing

Aplicar la innovación y la creatividad

Adoptar en la empresa turística rigurosas herramientas y técnicas asociadas a las diferentes variables de marketing (técnicas publicitarias, técnicas de fijación de precios, etc.)

Utilizar las nuevas tecnologías asociadas al e-marketing

Desde un punto de vista organizativo se debe tener en cuenta que, salvo en el caso de los grandes grupos empresariales del sector, la mayor parte de las empresas turísticas no poseen en sus respectivos organigramas un departamento marketing, y generalmente tampoco subcontratan externamente estas funciones. Se ha de tener presente que el área de marketing constituye la función especialmente responsable de adaptar la empresa turística al exterior (Cuervo, 2006).

Las empresas turísticas centradas exclusivamente en las ventas poseen en sus organigramas áreas de ventas, confundiendo de este modo ventas con marketing. Es posible que exista en dichas organizaciones un departamento comercial en el que se gestionen las relaciones con los clientes en términos de suministros, pero en dichas organizaciones no se llevarán a cabo programas ni actuaciones de marketing que incluyan un "mix" de variables a gestionar en un periodo determinado.

Ahora bien, las empresas turísticas que efectivamente adopten una concepción actualizada de marketing deben disponer de un área organizativa que haga posible que la cultura de marketing se transfiera a programas y acciones comerciales eficientes. Al fin y al cabo, "marketing" significa literalmente eso: "acción en el mercado" (Serra, 2010). Y disponer de un adecuado departamento de marketing turístico implica reservar y utilizar adecuadamente recursos (personas, medios, espacios, tiempo, etc.), además de determinar adecuados procesos y responsabilidades. Sin embargo, la mera existencia del área de marketing – o la subcontratación – tampoco garantiza el éxito: aquella es necesaria, pero no suficiente (Casanueva, García y Caro, 2000).

Por otra parte, las acciones de marketing deben estar fundamentadas en un programa específico legitimado, con objetivos, plazos, recursos, responsabilidades, etc. Además, la gestión de cualquier variable de marketing turístico no debe ser aislada, sino estar integrada con coherencia y creatividad en la gestión integral de las variables de marketing a utilizar.

En un contexto organizativo de grandes grupos empresariales turísticos se debe conseguir que los departamentos centralizados de marketing implementen efectivamente la gestión comercial de las empresas filiales del grupo, que generalmente no poseen su propia área comercial. En muchas ocasiones los programas y actuaciones de marketing turístico elaborados centralizadamente para todo el grupo no son ejecutados por estas unidades con acierto. En

esos casos no se consigue “salvar” la distancia física o tecnológica, y las entidades del grupo no pueden llevar a cabo con eficiencia lo programado desde el área centralizada de marketing.

En algunas ocasiones el área de marketing de una empresa turística (o el de la central) no constituye verdaderamente una función de marketing, pues sólo se gestionan una o dos variables comerciales. Este es el caso de los hoteles en los que sólo existe un departamento de relaciones públicas o de atención y servicio al cliente, que además reciben esa denominación (no la de “marketing”). Es posible que el área en cuestión sea eficiente gestionando el servicio al cliente o las relaciones públicas pero, ¿y la investigación comercial?, ¿y la publicidad?, ¿y el marketing online?

Es fundamental desarrollar el liderazgo comercial y de marketing en la empresa turística (Medina, 2004), pues en innumerables casos la dirección de la empresa turística es más afín a los asuntos financieros, los productivos o los vinculados a los recursos humanos, que constituyen las funciones o departamentos “privilegiados” dentro de la organización turística. Por supuesto que el departamento de administración-finanzas y el de recursos humanos son esenciales, al fin y al cabo cualquier actuación comercial requiere un presupuesto y el despliegue de competencias por parte de los colaboradores, pero lo interno, tiene su razón de ser en lo externo (Ferré, 2003).

Las empresas turísticas debieran realizar esfuerzos para que la función de marketing programe más e improvise menos, como afirma Cruz (2007). Esto implica, ante todo, disponer de profesionales formados, motivados y competentes, además de un uso adecuado de las herramientas y teorías de marketing. Cada una de las variables de marketing que se van a gestionar en el próximo ejercicio debe ser objeto de una cuidadosa programación, de modo que cada una de las programaciones integren el plan maestro de marketing de la organización. No obstante, las empresas turísticas no tienen por qué utilizar en todos los ejercicios económico todas y cada una de las variables de marketing. Tampoco deben prescindir, por sistema, de alguna de ellas (Cerveró, Iglesias y Villacampa, 2002; Martínez, 2010).

Las variables de marketing constituyen las herramientas técnicas que se utilizan para desarrollar la gestión comercial de la empresa turística. Dichas variables están especializadas, es decir, aunque con ciertas variables se puedan conseguir determinados objetivos comerciales (por ejemplo, la mejora de la imagen de la empresa o del producto, mejorar las ventas, etc.), generalmente con determinada variable se pueden conseguir mejores resultados que con las demás: es posible que con los programas de publicidad se puedan incrementar las ventas, pero es la variable “ventas” la que está específicamente diseñada para ello.

En muchas empresas turísticas se relega a un segundo plano la variable más importante de todas: *el cliente* (Artal, García y Navarro, 2010). Esto es debido en parte al poder que poseen los tour-operadores en el canal de distribución del producto turístico y a la dependencia exterior del sector turístico canario. Pero también obedece a no adoptar en marketing los valores que son necesarios, pues gestionar con acierto el segmento de turistas conlleva, necesariamente, la identificación y gestión del grupo de clientes reales y potenciales de la empresa, además de valorarlos adecuadamente.

Cuando el sector turístico depende del exterior y el canal de distribución está liderado por los mayoristas y los tour-operadores, como sucede en el caso de España, los segmentos estarán definidos y controlados desde arriba en el propio canal. Esta dependencia ha llevado a muchos profesionales y directivos de marketing turístico a asumir con resignación que se puede hacer poco en el ámbito de segmentación. Debido en gran parte a ello las empresas reciben a los turistas en sus establecimientos, traídos por los distribuidores, y poco más (Varela y Del Río, 2007).

Respecto a *los productos* y los servicios turísticos, los desafíos parecen claros. En primer lugar, los responsables de marketing turístico deben tener presente que se definen y gestionan en función de las necesidades de los clientes y de los problemas que resuelven (Blasco, 2002). Además, en la promoción que de ellos se lleve a cabo las empresas turísticas y los

profesionales debieran argumentar en esos términos cuando se comunican e interactúan con los clientes, y no tanto en cuestiones técnicas o en las características del producto.

Los productos turísticos pueden ser muy simples, pero también muy complejos, porque pueden incorporar elementos culturales, geográficos, históricos, etc., y pueden - y deben - estar vinculados a las experiencias de los clientes, no sólo constituir, para ellos, elementos pasivos (Conde, Carbonell y Bernal, 2003). Por otra parte, se deben comercializar productos turísticos que se encuentren en todas las fases del ciclo de vida, no sólo en madurez, en crecimiento o en declive. Unos productos turísticos deben sustituir a otros, aprendiendo así de los anteriores. Y la dinámica del ciclo de vida debe ser fluida y natural. Por último, en las empresas turísticas se debe hacer tangible los elementos intangibles, y se deben comercializar, en general, productos turísticos que sean rentables a medio plazo (Conde y Amaya, 2007).

En relación a los *canales de distribución* las empresas debieran esforzarse en conseguir mayores dosis de control sobre el canal. Generalmente esta cuestión se ha resuelto mediante la integración y la expansión de la empresa turística en todas direcciones, a lo largo y ancho del canal de distribución, pero muchas agencias y hoteles han comenzado a comercializar y distribuir sus productos y servicios directamente a través de Internet, y también a través del marketing directo: telemarketing y mailing (Fuentes, Figueroa y Bendrao, 2003).

Hace décadas que la revolución de la distribución comercial actualizó las *técnicas de merchandising* que venían utilizando las empresas. Y cuando las grandes superficies adquirieron protagonismo, también lo hizo el merchandising. Tanto es así que éste ha comenzado a aplicarse en sectores tan diversos como el turístico, el sanitario, etc. (Aguirre, 2004). Teniendo en cuenta que “merchandising” significa marketing en el punto de venta, para convertir cada metro cúbico del establecimiento turístico en una zona generadora de beneficios (Bort, 2004), innumerables empresas turísticas han comenzado a asumir el reto de pensar en los espacios en términos comerciales y financieros, y de hecho, muchos de ellos constituyen auténticos y genuinos centros comerciales con puntos de venta (tiendas, Spa, piscina, recepción, etc.).

Respecto al *marketing relacional*, constituye una variable de reciente aparición en el sector turístico (Robledo, 1998). Frente al marketing turístico masivo, generalmente desarrollado con programas y actuaciones de publicidad y de relaciones públicas, el marketing personalizado ha ido adquiriendo protagonismo y se han ido incorporando a la gestión de marketing en las empresas turísticas. Por tanto, se ha comenzado a asumir el reto de rescatar la relación directa y personal con el turista, que generalmente sólo era abordada en interacciones de venta o en la gestión de reclamaciones (Cobo, Hervé y Aparicio, 2009).

En este contexto las empresas turísticas han de determinar cuáles son los clientes verdaderamente valiosos, en términos de relevancia estratégica y/o de aportación de ingresos y beneficios. Aunque todos los clientes son importantes para la empresa turística, no son todos igualmente importantes, pues unos contribuyen más y otros menos a los resultados de la empresa. Por consiguiente, las empresas turísticas deben adoptar pautas homogéneas mínimas para el conjunto de clientes, a la vez que se desarrollan medidas concretas y diferenciadas para determinados clientes o grupos de clientes, sin que ello suponga discriminación.

Los problemas asociados al uso de Internet (saturación, dependencia informática, inseguridad, etc.) y una cierta desconfianza en las técnicas tradicionales de marketing masivo (publicidad, promociones, etc.) han facilitado el resurgir más racionalizado de dos variables clásicas de marketing: mailing (marketing vía postal) y telemarketing (marketing a través del teléfono). Aunque todo es mejorable, las empresas están integrando con acierto e ingenio estas variables en sus programas de marketing, consiguiendo actuaciones personalizadas de gran valor para los turistas y, como es lógico, para las empresas también.

Respecto a la *atención y el servicio* que las empresas turísticas prestan a sus clientes, se ha de involucrar a toda la organización en el proyecto de dar servicio al turista, no sólo a las áreas directamente relacionadas con el cliente. Se han de llevar a cabo programas y actuaciones estandarizadas (par todos los turistas) y también individualizadas, además de integrar actitudes, medios, conductas y procesos en las acciones de atención y servicio al cliente. Se

debe brindar una atención y un servicio al cliente que sea preventivo, no sólo correctivo o de intervención ante problemas, quejas y reclamaciones. Y se deben desarrollar genuinos procesos y manuales de procedimientos para la atención y el servicio al cliente, además de implementar programas de atención y servicio, con objetivos, plazos y sistemas de evaluación, que tengan como punto de partida los datos que los procesos de investigación de mercado aporten.

Existe otro importante desafío que las empresas turísticas deben abordar en su gestión de marketing: la *investigación comercial*. Los profesionales de marketing de las empresas turísticas debieran valorar más aún la importancia que la investigación de marketing posee para brindar datos útiles con los que mejorar los procesos de toma de decisiones de marketing. En general se hace un excesivo énfasis en la investigación cuantitativa centrada en hechos: número de turistas, ingresos, pernoctaciones, etc., y pierden relevancia datos cualitativos y subjetivos vinculados a gustos, actitudes, tipos de conducta, etc.

Las investigaciones de mercado que se llevan a cabo por las empresas turísticas deben caracterizarse más por el rigor científico: uso de muestras representativas y aleatorias, trabajo de campo con mayor profundidad, utilización de soportes informáticos apropiados, una mayor concreción de hipótesis, una mejor explicación de los resultados y mayor profundidad y relevancia de la discusión y las conclusiones. Los aspectos temporales de la investigación también deben atenderse con mayor rigor: en muchas ocasiones la investigación se adelanta o se retrasa. El resultado es que es poco oportuna. En otros casos las fases de la misma no tienen la duración que debiera.

Las empresas turísticas también deben afrontar retos respecto a los programas y actuaciones de *marketing online* que implementan. Los “sitios” de las entidades turísticas no contaban, en su diseño y gestión, con el apoyo de especialistas en marketing, y los informáticos hacían todo el trabajo. Esto está cambiando y el marketing online es más interactivo, posee un mayor contenido de marketing y se produce una mayor integración entre marketing online y offline (Flavián y Glinaliu, 2004).

Ahora las empresas turísticas deben seguir asumiendo retos en el ámbito de marketing online. Deben prescindir más del soporte informático y utilizar otros instrumentos: iphone, juegos, móvil, etc. La presencia de las empresas turísticas en las redes sociales debe ser más activa, pues la naturaleza de las redes sociales, y por tanto su gestión, es diferente a la de las páginas Web. Las relaciones sociales deben gestionarse adecuadamente, lo cual implica sacrificio de tiempo y recursos. Los “sitios” deben mejorarse desde el punto de vista técnico, y ello implica la utilización de un nombre de dominio adecuado, el desarrollo de páginas que sean rápidas y se encuentren fácilmente a través de los buscadores, etc.

También deben realizarse esfuerzos por mejorar los diseños a través de marketing online, hacerlos más interactivos, menos densos en cuanto a texto, gráficos o imágenes, más estructuradas, etc. Las empresas turísticas también deben contar con la colaboración de expertos en marketing y conseguir que la gestión de marketing offline se lleve a cabo de manera coordinada con la de marketing online. Las páginas deben ser atractivas, pero también tienen que ser eficaces desde el punto de vista comercial. Eso no se conseguirá si no se adaptan a Internet las variables de marketing: e-marketing, e-producto, e-publicidad, e-venta, etc.

En relación a la variable “*Relaciones públicas*”, las empresas turísticas debieran esforzarse en desarrollar programas y disminuir las acciones de tipo “reactivo”. Esto constituye un llamamiento a la planificación en marketing y al uso equilibrado de otras variables. Actualmente las empresas turísticas sólo emiten comunicados en prensa o realiza entrevistas públicas, entre otras actuaciones, para corregir una imagen dañada en relación a alguno de sus públicos significativos, cuando ha sucedido algún percance: intoxicación en un hotel, problemas en el disfrute de un producto turístico ofrecido por una agencia de viajes, etc. En muchas ocasiones ni siquiera eso.

Las *promociones* surgieron como acciones de marketing aisladas, aunque se utilizan de manera estructural en la actualidad: constantemente se están ofreciendo por parte de las

agencias y los hoteles descuentos, regalos, sorteos, etc. Esto demuestra el afán por incrementar la ventas a corto plazo, algo razonable dada la situación económica. También es indicativo de la falta de creatividad y de la ausencia de programación estratégica. Finalmente, tantos descuentos aplicados de manera generalizada por las empresas turísticas terminan repercutiendo de manera negativa en la imagen de la empresa turística y en la confianza del turista.

Las empresas turísticas deben asumir el reto de gestionar de manera programada e integrada otras variables de marketing, además de las promociones. Es cierto que las promociones permiten comercializar a corto plazo una gran cantidad de productos turísticos en una agencia, o "llenar" un hotel, pero la empresa debe realizar un análisis financiero y comercial previo para determinar si, finalmente, el beneficio después de la promoción es superior al que se obtendría sin ella. Y también para averiguar el impacto de las acciones de promoción en la imagen que de los productos turísticos, de la empresa o de las propias políticas de marketing poseen los públicos significativos.

Las empresas turísticas invierten y gastan muchos recursos financieros en *publicidad*. Las razones son diversas. En primer lugar, los productos y los contextos turísticos poseen unas características excepcionales para desarrollar spots televisivos o anuncios en prensa, en revistas y en trípticos. Por otra parte, el marketing actual se centra en la experiencia multimedia del turista y la publicidad constituye una variable excepcional por su contenido audio-visual. Además, el poder de las agencias de viaje en el canal muchas veces potencia este hecho, pues aquellas persuaden a los directivos de las empresas turísticas para que inviertan en publicidad.

En general en las empresas turísticas se ha relegado a un segundo plano el uso de variables tales como la venta personal, el patrocinio, el marketing ferial o la identidad corporativa, en beneficio de la publicidad. Respecto a la *venta*, el reto para las empresas turísticas consiste en llevar a cabo gestiones persuasivas personales y personalizadas, mucho más centradas en el cliente y en la construcción de relaciones valiosas sólidas con ellos que en obtener mayores ingresos marginales por unidad de tiempo (y a cualquier precio, podríamos añadir). El uso de medios tecnológicos e informáticos, así como el apoyo de otras variables de marketing (mailing, telemarketing, promoción, etc.) puede ser de gran utilidad para lograrlo.

En relación al *patrocinio*, las empresas turísticas deberían concentrar sus esfuerzos en elegir objetos de patrocinio que posean un gran impacto social, una gran durabilidad y una elevada sintonía con la actividad de la empresa turística y con el segmento al que dirigen sus productos y servicios (Camarero y Garrido, 2004). Además, se ha de prevenir que los patrocinadores – cuantos menos sean mejor – vean potenciado el efecto deseado y sean suficiente y adecuadamente incluidos en los mensajes de patrocinio.

La participación en *ferias* sectoriales vinculadas al sector turístico, desde el nivel local hasta el ámbito internacional, deben formar parte de la agenda anual de cualquier profesional del sector turístico, tanto si la presencia en la experiencia ferial se realiza a través de stand como si se trata de una simple visita (Moriyón, 2008). El reto para las empresas turísticas respecto al marketing ferial consiste en realizar una mejor gestión de su participación ferial, antes, durante y después de la feria, pues en muchas ocasiones cualquiera puede apreciar lo que sigue en la participación de muchas empresas e instituciones turísticas en las principales ferias de turismo (Fitur, WTM, ITB, etc.).

Para terminar, queremos dejar patente en el presente paper la necesidad de afrontar un reto fundamental más: la realización por parte de la empresa turística de un *plan de marketing* estratégico que incluya los programas o planes parciales de las distintas variables de marketing turístico a utilizar en el correspondiente ejercicio económico. Los programas y los planes de marketing constituyen la mejor manera de prevenir riesgos y conocer la senda a seguir en el ámbito comercial (Vallet y Mollá, 2002). Es evidente que no todo se puede prevenir y que la propia dinámica del sector turístico implica que, cuando llegue el momento de realizar lo programado, la situación y las circunstancias ya hayan cambiado. El reto adicional en este caso consiste en diseñar programas de contingencia y realizar ajustes periódicos en el propio plan, en el general o en el de algunas variables (Medina y García, 2004).

3.- Conclusiones

El marketing constituye en nuestro país una disciplina y una práctica de reciente aparición. Su desarrollo ha conocido un notable empuje a raíz de la llegada de la globalización, del progreso de la tecnología y las comunicaciones, de la crisis económica, del incremento de los movimientos migratorios, etc. Las empresas y también las instituciones turísticas han realizado un esfuerzo por adoptar valores, herramientas, procesos y actuaciones de marketing: investigación comercial, marketing online, etc. Sin embargo, aún quedan por afrontar diversos retos, que también están asociados a valores, técnicas, procesos y actuaciones.

Bibliografía

Aguirre, M. S. (2000). *Marketing en sectores específicos*. Madrid: Pirámide.

Alonso, C. M. (2008). La estrategia creativa en la publicidad turística. El caso de Castilla y León. *Revista latina de comunicación social*, 63, 33-37.

Andrade, L. (2008). Planificación turística y sostenible. Aplicación a un destino de costa interior de Extremadura: el embalse de La Serena. *Revista de estudios empresariales*, 2, 24-47.

Artal, A., García, A. y Navarro, J. M. (2010). Factores determinantes de la duración de la estancia turística en el destino sol y playa: el caso de la Región de Murcia. *Cuadernos de Economía*, 33(91), 43-66.

Bigné, J. E. (1996). Turismo y marketing en España. Análisis del estado de la cuestión y perspectivas de futuro. *Estudios turísticos*, 129, 105-127.

Blasco, A. (2002). *La empresa y el producto turístico*. Madrid: Cívitas.

Bort, M. A. (2004). *Merchandising*. Madrid: Esic.

Camarero, M. C. y Garrido, M. J. (2004). *Marketing del patrimonio cultural*. Madrid: Pirámide.

Casanueva, C., García, J. y Caro, F. J. (2000). *Organización y gestión de empresas turísticas*. Madrid: Pirámide.

Cerveró, J., Iglesias, O. y Villacampa, O. (2002). *Marketing turístico*. Barcelona: Ediciones Octaedro.

Cobo, F. B., Hervé, A. y Aparicio, M. S. (2009). El sistema turístico en clave de marketing relacional: el factor relacional. *Anuario jurídico y económico escurialense*, 42, 419-422.

Conde, E. M., Carbonell, A. y Bernal, M. (2003). El producto turístico visto como un conjunto de atributos. *Investigación y marketing*, 80, 47-54.

Conde, E. M. y Amaya, C. M. (2007). El producto hotelero visto como un conjunto de atributos tangibles e intangibles. *Gestión turística*, 8, 57-71.

Cruz, I. (2007). El marketing y las conductas éticas. *Mediterráneo económico*, 11, 19-34.

Cuervo, J. A. (2006). *Outsourcing y des-localización: elementos de búsqueda de la ventaja competitiva*. *Claves de la economía mundial*. Madrid: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

- Díez, E. C., Landa, F. J. y Navarro, A. (2010). *Merchandising: teoría y práctica*. Madrid: Pirámide.
- Ferré, J. M. (2003). *La organización comercial y el marketing en la empresa*. Madrid: Océano.
- Flavián, C. y Guinaliu, M. (2004). La comunidad virtud: factor clave del éxito de algunos negocios en Internet. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, 2794, 21-32.
- Fuentes, L., Figueroa, C. y Bendrao, M. (2003). La distribución electrónica de productos hoteleros: la importancia de los canales basados en Internet. *Estudios Turísticos*, 158, 67-78.
- González, J. R. (2006). Conceptualización del producto turístico: dar sentido al concepto para su gestión. *Investigación y marketing*, 92, 42-49.
- González, J. R., Sánchez, J. y Salutregui, J. (2004). *Personalización: más allá del CRM y el marketing relacional*. Madrid: Pearson Alambra.
- Gutiérrez, J. Aranda, E. y Callejo, J. (2007). *La investigación social del turismo: perspectivas y aplicaciones*. Madrid: Paraninfo.
- Houston, F. S. (1986). The Marketing Concept: What It Is and What Is Not. *Journal of Marketing*, 50, 81-87.
- Kotler, P. (2004). *Marketing*. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (1995). *Mercadotecnia de localidades*. México: Diana.
- Küster, I. (2002). El marketing de relaciones desde la óptica del consumidor. *Estudios sobre consumo*, 61, 25-38.
- Küster, I., Vila, N. y Canales, P. (2008). El marketing relacional y el marketing emocional: dos enfoques competitivos para el turismo de sol y playa. *Estudios sobre consumo*, 84, 31-40.
- Llonch, J. y López, M. P. (2002). La integración organizativa de las actividades de marketing: factores condicionantes y consecuencias. *Cuadernos de economía y dirección de empresa*, 11, 5-27.
- López, J. M. y López, L. M. (2008). Producción científica española en marketing turístico. *Estudios turísticos*, 177, 35-50.
- Martínez, J. A. (2010). Marketing y gestión de marcas institucionales. El caso de España y Canarias. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 3(8). Fecha de consulta: 10-09-2010. <http://www.eumed.net/rev/tyrdes/08/index.htm>
- Medina, D. R. y García, J. M. (2004). Dirección en estratégica de la empresa turística. *Papeles de economía española*, 102, 162-176.
- Millán, Á. y Esteban, Á. (2002). Nuevas tecnologías y comercio electrónico en turismo. *Economistas*, 20(92), 46-54.
- Moriyón, P. (2008). Las ferias como instrumento de promoción. *Información comercial española*, 840, 155-168.
- Periáñez, I. y Quintana, M. (2009). Caso práctico: la planificación estratégica del Museo Guggenheim Bilbao desde una perspectiva de marketing. *Cuadernos de gestión*, 9(1), 99-122.
- Rey, M. (2005). *Fundamentos de marketing turístico*. Madrid: Síntesis.

Robledo, M. A. (1998). *Marketing relacional hotelero: el camino hacia la lealtad del cliente*. Madrid: Ediciones Profesionales y Empresariales, S. A.

Serra, A. (2010). *Marketing turístico*. Madrid: Pirámide.

Vallet, M. T. y Mollá, A. (2002). La influencia de la percepción del entorno sobre los estilos de planificación y la amplitud del plan de marketing: una aplicación a la distribución minorista de no alimentación. *Revista española de investigación de marketing*, 6(2), 3-144.

Varela, J. A. y Del Río, M. L. (2007). Orientación al mercado, rendimiento empresarial y resultado exportador. *Mediterráneo económico*, 11, 79-12.

LAS COMPETENCIAS PARA EMPRENDER EN TURISMO. PERCEPCIONES DE LOS JÓVENES Y PROPUESTAS DE DESARROLLO EN EL ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

José Alberto Martínez González

Universidad de La Laguna

imartine@ull.edu.es

Resumen

En el contexto actual de crisis económica se ha puesto de manifiesto la necesidad de crear nuevas empresas en general y en el sector turístico en particular, destacando en dicho proceso la figura del joven emprendedor. Respecto a los atributos del buen emprendedor actualmente se hace referencia a las competencias, un constructo que integra “saber”, “saber hacer” y “saber ser-estar” para poder emprender con éxito. En el presente trabajo se identifican las competencias para emprender y se investigan tanto las percepciones de los jóvenes respecto a dichas competencias como en relación a su rol como emprendedores. Los resultados del trabajo muestran que los jóvenes poseen percepciones adecuadas, lo cual facilita la aplicación de las sugerencias que en el trabajo también se proponen para desarrollar dichas competencias en las empresas.

Palabras clave

Creación de empresas. Competencias para emprender. Formación en competencias. Percepciones de los jóvenes. Emprendedor.

1. INTRODUCCIÓN

El progreso económico y social de cualquier país depende, en gran medida, de la excelencia de los procesos de creación de nuevas empresas (OCDE, 2005). Esto es particularmente importante en el sector turístico, por su relevancia social, económica y medioambiental. Este hecho se pone de manifiesto en informes como el del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2012: el emprendimiento es imprescindible para el crecimiento económico en una época de crisis económica y global, como la que padecemos actualmente (Ripollés, 2011).

Son precisamente los jóvenes los que deberán asumir el rol de emprendedores a partir de ahora (Sánchez, 2012): ellos serán los próximos empresarios. En este sentido autores como Muntean y Nistor (2011) destacan la importancia que los jóvenes emprendedores están adquiriendo actualmente, y Oosterbeek, van Praag y Ijsselstein (2010) enfatizan el hecho de que en Europa y en Estados Unidos se estén desarrollando programas educativos “junior” para desarrollar emprendedores. Incluso en los países que antes fueron socialistas también se están llevando a cabo programas para desarrollar jóvenes empresarios competentes (Bernat et al., 2009).

Determinadas características de un joven emprendedor podrían ser innatas y otros atributos para ejercer el rol de emprendedor se aprenderán durante el desarrollo (Prat y Agullas, 2008). Precisamente el Junior Achievement Young Enterprise Annual Report del año 2006 nos saca de dudas: “el empresario se hace, no nace”. Claro que cuando una persona llega a crear efectivamente una empresa, generalmente no antes de los 18 ó los 20 años, ¡la mayor parte de los aprendizajes y los desarrollos ya se han adquirido! Es por este motivo por el que desde la edad escolar se debería abordar el emprendimiento, y continuarlo posteriormente a lo largo del desarrollo formativo del sujeto, incluyendo por supuesto la Universidad (Marina, 2010). Mientras la educación formal no aborde con rigor este reto, el desarrollo de jóvenes emprendedores dependerá de la formación no reglada, mediante programas específicos elaborados al efecto en escuelas de negocio y en otras instituciones académicas. Y también

dependerá del relevo generacional de emprendedores ya experimentados y consolidados, tal y como sucede en las empresas familiares. Existe una tercera opción que generalmente se menciona muy poco: generar emprendedores en el interior de las propias organizaciones (Durand, 2002).

En este contexto, el objetivo del presente trabajo es triple: (i) presentar las competencias necesarias para emprender en turismo; (ii) determinar la percepción que sobre las mismas poseen los jóvenes estudiantes del Grado en turismo, habida cuenta de la importancia de este aspecto para el aprendizaje de las competencias (Packham et al., 2010) y de la importancia de las percepciones en el contexto de la empresa (Bigné, Chumpitaz, Andreu y Swan, 2005); y (iii) aportar algunas conclusiones y sugerencias que puedan ser de utilidad para desarrollar dichas competencias en el seno de las empresas o en otros contextos.

2. EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR: LAS COMPETENCIAS PARA EMPRENDER

Desde que Richard Cantillón (1680-1734) describiera al emprendedor como *la persona que crea una empresa asumiendo por ello riesgos*, infinidad de aportaciones se han ofrecido para describir al emprendedor ideal. Siguiendo la propuesta de Shane (2003) las cualidades o rasgos del emprendedor se pueden clasificar en dos grupos de factores: factores no psicológicos o contextuales (la disponibilidad de recursos o los antecedentes familiares, por ejemplo) y factores psicológicos o cualidades personales (motivación, vocación, etc.). Afirma Shane que de los dos grupos de factores mencionados las características psicológicas del emprendedor se han mostrado especialmente relevantes en la literatura. Otros investigadores como Alemany, Álvarez, Planellas y Urbano (2011) consideran que el atributo esencial de un emprendedor es precisamente su *espíritu emprendedor*. Según los autores citados el espíritu emprendedor incluye el descubrimiento y estudio, por parte del sujeto que emprende, de las fuentes de oportunidades, así como la implementación de procesos de explotación las mencionadas oportunidades.

Hoy en día adquiere especial importancia el concepto de competencia (Marina, 2010). En el contexto empresarial los primeros trabajos sobre las competencias fueron desarrollados por Boyatzis (1982), McClelland (1973) y Spencer y Spencer (1993), y ya en estos primeros trabajos se afirma que la competencia incluye conocimientos (saber), pericia (saber hacer) y valores (saber ser/estar) para que un sujeto realice una actividad – en nuestro caso emprender un proyecto empresarial - con éxito en un contexto dado, como es el turístico. También se acepta que las competencias constituyen un set integrado de variables cognitivas (actitudes, creatividad), variables conductuales (hábitos), variables emocionales (inteligencia emocional) y variables sociales (comunicación, empatía). Por último, el sujeto competente gestiona de manera integrada y equilibrada los aspectos relacionados consigo mismo, con los demás y con un proyecto o tarea determinada (González y Wagenaar, 2005).

Como afirma Marina (2010), las competencias para emprender están relacionadas con la respuesta a demandas complejas movilizando recursos psicológicos y sociales en un entorno concreto. Incluyen la aceptación del cambio, la necesidad de asumir riesgos, así como el desarrollo de la creatividad, la innovación y el sentido crítico. Ser competente para emprender también implica asumir la responsabilidad de las propias acciones, establecer un proyecto con objetivos (organizando tiempo y recursos), tener motivación para lograr el éxito, cooperar y actuar de manera decisiva. Conlleva el conocimiento de oportunidades existentes con el fin de identificar las más adecuadas, evaluar alternativas de manera flexible y transformar las ideas en acciones liderando el proyecto. Por otra parte, en la actualidad se acepta que la competencia para emprender constituye en realidad un conjunto de competencias, no sólo una (Colombo y Grilli, 2006), y también que desarrollar la competencia para emprender implica, necesariamente, poseer competencias para dirigir el proyecto posteriormente, una vez creado o transformado (por más que algunas de las competencias para emprender puedan ser útiles para dirigir la empresa). En la tabla 1 se incluyen las competencias para emprender según diferentes autores y distintos momentos, teniendo en cuenta en todo caso que las competencias para emprender en turismo son una adaptación de las que se aplican en los demás sectores.

Autor	Competencias
Bird (1995)	Identificar oportunidades de negocio Evaluar las oportunidades de negocio Tomar decisiones Trabajar en red Identificar y solucionar problemas Innovación Comunicación
Durand (2002)	Para definir: Visionario e innovador Para planificar: ambición y visión estratégica Para iniciar: audacia, insistencia, pragmatismo
Hayton y Kelley (2006)	Reconocer/explotar oportunidades Acceder/combinar recursos Competir/sponsor
Frank (2007)	Conciencia sobre la empresa y el emprendimiento Competencias para emprender: redacción de proyecto, etc. Creatividad, imaginación y actitud adecuada
Prats y Agulles (2008)	De negocio: visión, negociación, gestión, relación Personales: integridad, equilibrio, tenacidad, ingenio Interpersonales: comunicación, respeto, delegación, carisma
Rasmussen, Mosey y Wright (2011)	Competencia de la oportunidad Competencia de apalancamiento Competencia para competir
Boyles (2012)	Cognitivas: creatividad, etc. Sociales: comunicación, entre otras Competencia de orientación a la acción

Cuadro 1: Categoría de competencias según diferentes autores
(Fuente: elaboración propia)

3. PROCEDIMIENTO DE ESTUDIO

Con el objeto de analizar las percepciones que sobre las competencias para emprender poseen los jóvenes, la primera tarea consistió en determinar qué competencias se incluirían finalmente en el estudio. Para ello se organizó una reunión con 8 empresarios consolidados pertenecientes al sector turístico de la provincia, a los que se les presentó la clasificación de competencias extraída de la literatura e incluida en el presente documento. Se elaboró una clasificación de competencias que se recoge en el cuadro 2. Las competencias no están clasificadas bajo ningún criterio.

Para realizar la investigación se seleccionaron dos muestras. La primera muestra estuvo compuesta por 416 sujetos estudiantes del Grado en turismo. La segunda muestra estuvo formada por 306 estudiantes de idéntica titulación. En ambas muestras el porcentaje de mujeres fue aproximadamente del 70%. La elección de sujetos con esa edad obedece a que los jóvenes de 18 años tienen la edad en la que pueden trabajar y emprender (aunque no sea lo habitual). En segundo lugar, en la titulación elegida es más probable que se puedan aprender y desarrollar muchas de las competencias para emprender incluidas en el presente trabajo, mejor que en otras titulaciones (i. e. Grado en Derecho o el Grado en Psicología). Además, el hecho de que los jóvenes se encuentren estudiando hace posible que aún dispongan de oportunidades para el abordaje de dichas competencias en el marco de sus estudios. Por último, los resultados nos permite determinar hasta qué punto los niveles educativos previos al universitario han hecho posible el desarrollo de las percepciones que derivarían del análisis.

Ítem	Competencias para emprender (ítems)
1	Socialmente responsable
2	Motivado por el logro
3	Planificador de objetivos
4	Comprometido con el proyecto
5	Propenso a asumir riesgos
6	Persona de acción, creadora y realizadora
7	Descubre y aprovecha oportunidades
8	Propenso al cambio
9	Responsable de sus actos
10	Termina lo que empieza
11	Innovador y creativo
12	Controla y evalúa
13	Seguro y confiado en sí mismo
14	Flexible
15	Coopera y colabora con otros
16	Insistente, decidido y tenaz
17	Aprende de los errores
18	Solucionador de problemas
19	Ambicioso
20	Toma decisiones

Cuadro 2: Competencias incluidas en los cuestionarios como ítems
(Fuente: elaboración propia)

El siguiente paso consistió en la elaboración de dos cuestionarios que incluirían las competencias recogidas en el cuadro 2. En una reunión con un grupo de estudiantes de las titulaciones del grado a los que pertenecía la población de estudio (y a los que no se les aplicaron los cuestionarios posteriormente) se concluyó que lo mejor era presentar las competencias en los dos cuestionarios, tal y como se recogen en el cuadro 2, una vez corroborado que los jóvenes comprendían perfectamente el significado de los ítems (ítem=competencias). Los dos cuestionarios consistieron en escalas tipo Likert con 5 posibilidades de respuesta. Al primer grupo se le aplicó el primer cuestionario (alfa=82%), en el que se preguntaba el grado en el que el sujeto percibía que cada una de las competencias eran relevantes para ser un emprendedor en turismo. El segundo cuestionario (alfa=83%) se aplicó al segundo grupo, y se preguntaba acerca del grado en el que se percibía que en general los jóvenes de su edad (no ellos mismos) poseen cada una de las competencias. En ambos cuestionarios se preguntaba el sexo y se incluyeron varias cuestiones adicionales:

En el cuestionario 1:

- a) La creación de empresas turísticas es fundamental desde el punto de vista socio-económico
- b) El emprendedor (empresario) constituye un factor clave en la creación de empresas turísticas
- c) Me gustaría ser emprendedor
- d) Estoy capacitado para ser emprendedor

En el cuestionario 2:

- a) A los jóvenes les gustaría ser emprendedores
- b) Los jóvenes están capacitados para ser emprendedores

4.- RESULTADOS

4.1. - ¿Qué importancia tienen la creación de empresas en turismo y la figura del emprendedor para los jóvenes? ¿Desean los jóvenes ser emprendedores? ¿Se consideran preparados actualmente para ello?

Los resultados del cuadro 3 (líneas 22 a 27) muestran que los jóvenes consultados mediante el primer cuestionario consideraron que la creación de empresas es algo fundamental desde el punto de vista social y económico (88,34% y una puntuación media por sujeto de 4,11), y también que la figura del emprendedor es clave en el proceso de creación de una empresa (84,17% y puntuación media individual de 4,23). Los resultados también mostraron que a los jóvenes les gustaría ser emprendedores (79,04%) y que se perciben preparados para ello (70,29%) de forma moderada-alta. Sin embargo, cuando se les preguntó mediante el segundo cuestionario si creían que en general los jóvenes deseaban ser emprendedores y se consideraban actualmente capacitados para ello, los resultados mostraron valores algo inferiores, con igual diferencia entre ambos datos pero también con valores por encima del valor medio (71,18% y 61,37% respectivamente).

Es de destacar que no se han hallado diferencias significativas entre los hombres y las mujeres en los análisis desarrollados, ni a nivel global en relación al conjunto de competencias ni individualmente para cada competencia: el análisis discriminante llevado a cabo reflejó en todos los casos correlaciones canónicas inferiores a 0,40, auto-valores inferiores a 0,20 y Lambda de Wilks superiores a 0,80.

4.2. ¿Qué importancia tiene cada una de las competencias para emprender en turismo según los jóvenes?

En el cuadro 3 se recogen los principales estadísticos utilizados tras la aplicación de los cuestionarios a las dos muestras de jóvenes. La columna etiquetada como “% del total” recoge el porcentaje de puntuación otorgado a cada competencia por todos los estudiantes en función del máximo valor posible. Este dato ha sido utilizado para clasificar las competencias en orden decreciente. Se puede observar, en relación al cuestionario 1, que es muy elevada la valoración (la importancia) otorgada por los jóvenes a cada una de las competencias. Las competencias más valoradas son “Comprometido con el proyecto” (90,33%), “Responsable de sus actos” (88,37%) y “Aprende de los errores” (87,88%), que se corresponden con actitudes o predisposiciones que incluyen valores y tendencias a la acción. Estos porcentajes muestran que todos los sujetos de la muestra dieron puntuaciones de 4 ó 5. En la parte inferior del cuadro se encuentran las competencias que menor puntuación han obtenido, destacando el hecho de que ninguna ha estado por debajo del 50%. La competencia menos valorada ha sido “Ambición” (69,62%). Debemos resaltar que las competencias atribuidas tradicionalmente al empresario - “Propenso a asumir riesgos” y “Propenso al cambio” - han quedado por debajo de la zona media del cuadro, con puntuaciones máximas de 79,90% y 77,40%. También es de resaltar que casi todas las competencias han obtenido una puntuación media igual o superior a 4 puntos, lo que demuestra que los jóvenes consideran muy relevantes la práctica totalidad de las competencias. En la línea 21 del cuadro 3 se muestra que, globalmente, se ha dado una puntuación total del 82,23% al conjunto de las competencias y una puntuación media total de 4,11 puntos. Estos valores representarían, en definitiva, la importancia global que, según los jóvenes, posee el conjunto de competencias para ejercer el rol de emprendedor.

4.3.- ¿En qué grado consideran los jóvenes que poseen las competencias necesarias para emprender?

Si los resultados del cuestionario 1 analizados anteriormente reflejaban cuál debería ser, según los jóvenes, el perfil de un emprendedor ideal (en términos de competencias para emprender), los resultados del cuestionario 2 reflejan cómo se perciben los jóvenes a sí mismos en tanto que poseedores de dichas competencias (recordemos que este segundo cuestionario se aplicó a una muestra diferente de sujetos, aunque con idénticas características). Un hecho destacable es que los jóvenes han puntuado más bajo las competencias para emprender que

efectivamente perciben poseer que las que perciben que debería poseer idealmente un emprendedor, como lo demuestran los porcentajes totales y las puntuaciones medias. Lo anterior es cierto respecto a todas las competencias, menos una: los jóvenes se perciben como más ambiciosos para emprender (73,92%) de lo que consideran que sería lo ideal (69,62%), siendo la puntuación media (3,70) inferior a la puntuación media deseable (3,48). Por su parte, los resultados a nivel global (línea 21) muestran que los jóvenes perciben que en general poseen las competencias para emprender en menor grado (67,45%) de lo que consideran que debería poseer un emprendedor ideal (82,23%). Los resultados del cuestionario 2 también reflejaron un orden de importancia de competencias: por ejemplo los jóvenes consideraron que la competencia etiquetada como “ambicioso” es la que más poseen, sin embargo los resultados del cuestionario 1 muestran que es la competencia que en menor medida debiera poseer un emprendedor ideal; a su vez, la competencia “comprometido con el proyecto”, que según los resultados del cuestionario 1 es la que en mayor medida debiera poseer un emprendedor, a partir de los resultados del cuestionario 2 se observa que los jóvenes perciben que es la competencia para emprender que en menor medida ellos mismos poseen.

Nº	Ítems=competencias	Las Competencias son importantes Cuestionario 1 (N=416)		Poseo las competencias Cuestionario 2 (N= 306)		
		% total	Media	% total	Media	Orden
1	Comprometido con el proyecto	90,33%	4,50	64,12 %	3,21	17
2	Responsable de sus actos	88,37%	4,42	70,78 %	3,54	5
3	Aprende de los errores	87,88%	4,39	72,16 %	3,61	3
4	Toma decisiones	85,96%	4,30	66,67 %	3,33	12
5	Planificador de objetivos	85,29%	4,26	61,96 %	3,10	18
6	Motivado por el logro	85,19%	4,26	72,75 %	3,64	2
7	Solucionador de problemas	85,10%	4,25	64,71 %	3,24	15
8	Termina lo que empieza	84,71%	4,24	64,51 %	3,23	16
9	Innovador y creativo	84,33%	4,22	66,86 %	3,34	11
10	Descubre y aprovecha oportunidades	84,23%	4,21	68,63 %	3,43	8
11	Socialmente responsable	82,79%	4,14	68,43 %	3,42	9
12	Persona de acción, creadora y realizadora	80,77%	4,04	64,90 %	3,25	14
13	Seguro y confiado en sí mismo	80,58%	4,03	71,18 %	3,56	4
14	Insistente, decidido y tenaz	80,48%	4,02	66,47 %	3,32	13
15	Coopera y colabora con otros	80,48%	4,02	70,59 %	3,53	6
16	Propenso a asumir riesgos	79,90%	4,00	60,98 %	3,05	20
17	Propenso al cambio	77,40%	3,87	70,57 %	3,53	7
18	Controla y evalúa	76,92%	3,85	61,76 %	3,09	19

19	Flexible	74,62%	3,73	67,06 %	3,35	10
20	Ambicioso	69,62%	3,48	73,92 %	3,70	1
21	Total competencias	82,23%	4,11	67,45 %	3,37	
22	La creación de empresas es fundamental	88,34%	4,31	----	----	
23	El emprendedor constituye un factor clave	84,17%	4,23	----	----	
24	Me gustaría ser emprendedor (empresario)	79,04%	3,95	----	----	
25	Estoy capacitado para ser emprendedor (empresario)	70,29%	3,51	----	----	
26	A los jóvenes les gustaría ser empresarios	----	----	71,18 %	3,56	
27	Los jóvenes están capacitados para ser empresarios	----	----	61,37 %	3,07	
28	N1=416 (muestra cuestionario 1º) N2=306 (muestra cuestionario 2º)					

Cuadro 3: Resumen de estadísticos descriptivos
(Fuente: elaboración propia)

4.4.- ¿Cómo se pueden clasificar las competencias en función de las respuestas que los jóvenes han dado al cuestionario 1?

El cuadro 4 recoge los resultados del análisis factorial realizado a partir de los datos obtenidos por el cuestionario 1. Se han obtenido 5 componentes o factores que, en conjunto, explican más del 74% de la varianza, siendo la aportación particular a la explicación de la varianza muy similar para cada uno de los cinco factores. Creemos que un análisis factorial permite un mejor abordaje inicial de las competencias y una mejor gestión posterior de las mismas, pues éstas están agrupadas por factores que mantienen cierta homogeneidad.

Los factores resultantes han sido los siguientes:

- a) Un primer factor estaría constituido por seis competencias. Este primer factor lo hemos denominado de *responsabilidad y adaptabilidad social*, e incluye las competencias que conllevan comenzar y terminar el proyecto de manera responsable, cooperando con otras personas, aprendiendo durante el trayecto de los errores y de manera flexible.
- b) El segundo factor incluye cinco competencias, y lo hemos denominado *motivación para la acción*. Este factor incluye las competencias que hacen posible que el emprendedor se mueva hacia el logro, con tenacidad, adaptándose a los cambios, descubriendo y aprovechando las oportunidades.
- c) El tercer factor contiene tres competencias. Ha sido denominado *planificación bajo incertidumbre*, pues incluye las competencias vinculadas a la planificación con objetivos, asumiendo riesgos evaluados y con un compromiso para alcanzar las metas.
- d) El factor número cuatro, también formado por tres competencias, lo hemos etiquetado *ambición y decisión*, pues se refiere a competencias que conllevan que el emprendedor confíe en sí mismo y tome decisiones, siendo ambicioso al mismo tiempo.
- e) Por último, el quinto factor ha sido etiquetado como *innovación y soluciones controladas*. El factor incluye competencias que conllevan por parte del emprendedor el ingenio para crear y la competencia para solucionar problemas, de una manera evaluativa y con control.

Por tanto, podemos sintetizar y ordenar los factores resultantes que integran las competencias para emprender de la siguiente manera, siguiendo el esquema general de un proceso para emprender:

- F3: Competencias para planificar un proyecto bajo incertidumbre
 F5: Competencias para emprender con innovación, creatividad y soluciones evaluadas
 F4: Competencias para emprender con ambición y decisión
 F2: Competencias para motivarse hacia el logro y actuar
 F1: Competencias para emprender con responsabilidad y adaptabilidad social

Ítems=competencias	Componentes o factores				
	1	2	3	4	5
Socialmente responsable	0,57	<i>Responsabilidad y adaptabilidad social</i>			
Responsable de sus actos	0,63				
Termina lo que empieza	0,52				
Flexible	0,60				
Coopera y colabora con otros	0,72				
Aprende de los errores	0,54				
Motivado por el logro	0,45	<i>Motivación para la acción</i>			
Persona de acción, creadora, realizadora	0,75				
Descubre y aprovecha oportunidades	0,71				
Insistente, decidido y tenaz	0,53				
Propenso al cambio	0,46				
Planificador de objetivos	0,76	<i>Plan bajo incertidumbre</i>			
Comprometido con el proyecto	0,72				
Evalúa y asume riesgos	0,48				
Seguro y confiado en sí mismo	0,47	<i>Ambición y decisión</i>			
Ambicioso	0,76				
Toma decisiones	0,62				
Innovador y creativo	0,73	<i>Innovación y soluciones controladas</i>			
Controla y evalúa	0,47				
Solucionador de problemas	0,49				

Cuadro 4: Análisis factorial
 (Fuente: elaboración propia)

5.- CONCLUSIONES E IMPLICACIONES PARA LA GESTIÓN

La actual crisis ha puesto de manifiesto la necesidad de crear nuevas empresas. En este proceso es esencial la figura del emprendedor, además de otros factores tales como disponer de un adecuado proyecto, conseguir financiación, etc. Tradicionalmente la figura del emprendedor se caracterizó por sus atributos psicológicos, especialmente los cognitivos, y después se le dio mayor importancia al espíritu emprendedor, por más que en la literatura no parece quedar claro a que hace exactamente referencia dicho concepto. Actualmente predomina el concepto de *competencias para emprender*, un conjunto mucho más completo y rico de atributos asociados al saber, al saber-hacer y al saber ser-estar que conllevan el éxito en el proceso de creación de una empresa en un contexto determinado. De la literatura examinada y del trabajo de campo llevado a cabo con un grupo de empresarios hemos elaborado una clasificación de las competencias más importantes para emprender, que incluyen aspectos éticos (responsabilidad, compromiso, etc.). El aprendizaje y el desarrollo de dichas competencias exigen, preferiblemente, un abordaje temprano de las mismas, desde los primeros niveles del sistema educativo hasta la Universidad, en la educación no reglada y también en las empresas. Ello debe llevarse a cabo especialmente a través de actuaciones formativas, mediante programas y procesos de coaching, a través de proyectos específicos de trabajo en equipo, o mediante el establecimiento de programas internos (o desarrollados entre empresas) para generar emprendimiento en la propia organización.

Después de la revisión de la literatura y del examen de los programas y propuestas sobre emprendimiento se pone en evidencia la trascendencia que los jóvenes están adquiriendo en tanto que futuros emprendedores. En este sentido en el presente estudio se puede concluir que

no parece cumplirse, en relación a los jóvenes, el porcentaje de población española (39%) que en general y según Tortella, Quiroga y Moral-Arce (2011) deseaba ser empresaria hace más de una década. En nuestro caso, los jóvenes de 18 años manifiestan que desearían ser empresarios, aunque consideren que no están totalmente preparados ahora mismo para ello. También manifiestan los jóvenes que la creación de empresas y la figura del emprendedor son esenciales. En todo este análisis no se han hallado diferencias significativas entre hombres y mujeres.

A partir de estos hallazgos podemos concluir que, lejos de las creencias de muchos, las actitudes y percepciones de los jóvenes sobre la importancia del emprendimiento y sobre su deseo y preparación para ser emprendedores son en general positivas, lo cual abre y allana el camino para abordar más adecuadamente el emprendimiento en el seno de las empresas en las que los jóvenes colaboren, y también en el ámbito educativo y formativo. En este sentido podemos concluir que los niveles educativos previos al universitario, así como la influencia de personas significativas y la percepción de la propia realidad económica y social por parte de los jóvenes han favorecido la formación de dichas percepciones y actitudes positivas hacia el emprendimiento y hacia su rol como emprendedores.

Podemos concluir también que los jóvenes consideran importantes o muy importantes todas las competencias para emprender que se les han presentado, una percepción y una actitud que en todo caso facilita su aprendizaje y su desarrollo. No obstante debemos realizar algunas consideraciones. En primer lugar, aunque los jóvenes perciban como importantes o muy importantes todas las competencias para emprender, sin embargo perciben que, en general, ellos mismos poseen en menor medida dichas competencias. En cualquier caso esa percepción sobrepasa el valor medio en todas las competencias (3 puntos, 50%). Claro que una cosa es la percepción y otra la posesión efectiva y real de las competencias: la labor formativa consistirá en cambiar primero las actitudes y la percepción respecto a la posesión de las competencias para emprender, y después desarrollar dichas competencias. En segundo lugar, la competencia “ambicioso” ha sido percibida como la menos importante para un emprendedor, como hemos mencionado, pero al mismo tiempo ellos consideran que SI la poseen. Por tanto, debiera aprovecharse ésta última percepción para desarrollar la percepción primera. Y al contrario, las competencias “Compromiso con el proyecto” y “Planificación de objetivos” han sido consideradas como relevantes por los jóvenes, pero ellos mismo declaran NO poseerlas. En este caso se debe aprovechar la primera percepción para desarrollar y reforzar la segunda.

El análisis factorial nos ha permitido agrupar las competencias para emprender en función de las percepciones de los jóvenes. Dicho agrupamiento facilitará el aprendizaje y el desarrollo de dichas competencias. En todo caso dicho proceso debe incluir aspectos relativos al “saber”, al “saber-hacer” y al “saber ser-estar”, para cada competencia y para cada grupo de competencias. Ello también incluye aspectos cognitivos, conductuales y afectivo-relacionales asociados a las competencias para emprender. El proceso de desarrollar las competencias para emprender en los jóvenes conlleva tener presente las siguientes consideraciones, dada las características y la naturaleza de las propias competencias y las del contexto empresarial, así como las propuestas pedagógicas modernas y actuales: (i) se preferirá el aprendizaje autónomo y auto-dirigido por parte del sujeto; (ii) aprendizaje basado en la experiencia real de la organización; (iii) el directivo, el profesional o el formador deberá ser un acompañante, un orientador, un director que facilite el auto-descubrimiento y la auto-mejora; (iv) valores como la responsabilidad, el compromiso, el rigor y la cooperación deben formar parte de las propuestas; (v) preferiblemente se llevará a cabo un proyecto directamente relacionado con el emprendimiento y siguiendo el proceso asociado a dicho proyecto (un producto, un nuevo mercado, etc.); (vi) se ha de partir inicialmente de las percepciones y actitudes, así como del dominio inicial real de las competencias para emprender a desarrollar, y realizar evaluaciones final y procesual; (vii) el desarrollo de cada competencia para emprender debe incluir siempre aspectos del saber/cognición (i.e. conocer, comprender), del saber hacer/conducta (i. e. pasos para...método para...), del saber ser-estar/afecto-relación (i. e. empatía, regulación...); (viii) los métodos a utilizar deben ser multimedia, vinculados al coaching, presencial, en vivo y a través de simulación, juego de roles, etc.; (ix) se puede aprovechar el agrupamiento factorial resultante de sus percepciones; y (x) el directivo o el formador que ejerza un liderazgo pedagógico cercano a las propuestas asociadas al coaching estará continuamente

desarrollando modelado, y/o utilizar refuerzos variados y feedback en el quehacer diario de la organización.

Bibliografía

Aleman, L.; Álvarez, C.; Planellas, M.; Urbano, D. (2011): Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España, Esade, Barcelona.

Bernat, T.; Šavriņa, B.; Bilan, Y.; Koren, A.; Korpysa, J.; Grundey, D. (2009) "Researching students' entrepreneurship skills in post-socialist countries: A multi-country survey (part 2)", *Transformations in Business and Economics*, Vol. 8, núm. 3, p. 104-130.

Bigné, E.; Chumpitaz, R.; Andreu, L.; Swan, S. (2005) "Percepción de la responsabilidad social corporativa: un análisis cross-cultural", *Universia Business Review*, Vol. 5, p. 14-27.

Bird, B. (1995): "Toward a theory of entrepreneurial competency", in Katz, J.A. and Brockhaus, R. H. (Eds), *Advances in Entrepreneurship, Firm emergence, and Growth*, Vol. 2, JAI Press, Greenwich, CT, p. 51-72.

Boyatzis, R. E. (1982): "The competent manager: A model for effective performance", Wiley, New York.

Boyles, T. (2012) "21 st century knowledge, skills, and abilities and entrepreneurial competencies: A model for undergraduate entrepreneurship education", *Journal of Entrepreneurship Education*, Vol. 15, p. 41-56.

Colombo, M. G.; Grilli, L. (2006) "Supporting high-tech start-ups: lessons from Italian technology policy", *International Entrepreneurship Management Journal*, Vol. 2, 189-209.

Durand, T. (2002): "Competencias para emprender", Instituto de empresa, Madrid.

Frank, A. I. (2007) "Entrepreneurship and enterprise skills: A missing element of planning education?", *Planning Practice and Research*, Vol. 22, núm. 4, p. 635-648.

GEM (2012) "Global Entrepreneurship Monitor (2012). A global perspective on entrepreneurship education and training. Special Report", <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2645>

Gonzalez, J.; Wagenaar, R. (2005): "Tuning educational structures in Europe. Universities' contribution to the Bologna Process", Universidad de Deusto, Bilbao.

Hayton, J. C.; Kelley, D. J. (2006) "A competency-based framework for promoting corporate entrepreneurship", *Human Resource Management*, Vol. 45 núm. 3, p. 407-27.

Marina, J. A. (2010) "La competencia de emprender", *Revista de Educación*, Vol. 351, p. 49-71.

McClelland, D. C. (1973) "Testing for competence rather than for intelligence", *American Psychologist*, Vol. 28, núm. 1, p. 1-14.

Muntean, V. D.; Nistor, F. D. (2011) "Entrepreneurial culture of young people-entrepreneurship education", *Quality - Access to Success*, Vol. 12, núm. 2, p. 344-350.

OCDE (2005): "The Definition and Selection of Key Competences. Executive Summary", OCDE, París.

Oosterbeek, H.; van Praag, M.; Ijsselstein, A. (2010) "The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation", *European Economic Review*, Vol.54, núm. 3, p. 442-454.

Packham, G.; Jones, P.; Miller, C.; Pickernell, D.; Thomas, B. (2010) "Attitudes towards entrepreneurship education: A comparative analysis", *Education and Training*, Vol. 52, núm. 8, p. 568-586.

Prats, M. J.; Agulles, R. (2008): "Algo más que intuición para los negocios. Competencias que todo emprendedor debería desarrollar". Documento de investigación DI-765, IESE-Universidad de Navarra, Barcelona.

Rasmussen, E.; Mosey, S.; Wright, M. (2011) "The evolution of entrepreneurial competencies: A longitudinal study of university spin-off venture emergence", *Journal of Management Studies*, Vol. 48, núm. 6, p. 1314-1345.

Ripollés, M. (2011) "Aprender a emprender en las universidades", *Arbor*, Vol. 187, núm. 3, 83-88.

Sánchez, J. C. (2012) "Influencia de las competencias emprendedoras en el rendimiento de la pequeña empresa", *Revista Latinoamericana de Psicología*, Vol. 44, núm. 2, p. 165-177.

Shane, S. (2003): "A general theory of entrepreneurship", Edward Elgar, Cheltenham.

Spencer, L. M.; Spencer, S. M. (1993): "Competence at work: models for superior performance", John Wiley, New York.

Tortella, G.; Quiroga, G.; Moral-Arce, I. (2011) "¿El empresario nace o se hace? Educación y empresarialidad en la España contemporánea", *Revista de Historia Económica*, Vol. 29, núm. 1, p. 123-53.

ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DE LA MICROPYME EN EL SECTOR HOTELERO

Rubén Lado-Sestayo

Departamento de Economía Financiera y Contabilidad
Universidade da Coruña
ruben.lado.sestayo@udc.es

Milagros Vivel-Búa

Departamento de Economía Financiera y Contabilidad
Universidad de Santiago de Compostela
mila.vivel@usc.es

RESUMEN

Al igual que en la mayoría de las economías, la mayor parte de la oferta hotelera española se compone de microempresas. Estas empresas presentan unas características particulares que pueden, junto a características de su ubicación, afectar a su sostenibilidad y resultados. El objetivo de este trabajo es analizar las particularidades de la micropyme (micro y pequeña y mediana empresa) en lo relativo a sus ratios financieros y a las características de su localización. Los resultados han mostrado que existe evidencia estadística a que apunta a que las micropymes en el sector hotelero presentan menor rentabilidad, mayor endeudamiento, mayor proporción de activo circulante y mayor recurrencia a los fondos propios como financiación a largo plazo. Asimismo, estos hoteles operan en puntos turísticos de menor ocupación y mayor estacionalidad. A la vista de los resultados obtenidos, se ponen de manifiesto posibles áreas de actuación por parte de las instituciones.

PALABRAS CLAVE

Micro, pyme, tamaño, hotel, análisis económico-financiero.

1. Introducción y Objetivos

Numerosos estudios centrados en el sector hotelero analizan aspectos relativos a la rentabilidad (Lado-Sestayo et al., 2016), la eficiencia (Pulina et al., 2010) o el fracaso empresarial (Vivel-Búa et al., 2016). Estos trabajos destacan el impacto del tamaño como elemento crucial en la actividad hotelera, si bien no profundizan en las causas que podrían estar detrás de este impacto. Asimismo, la localización se considera un elemento fundamental del servicio hotelero (Lado-Sestayo, 2015; Yang et al., 2014), por lo que diferencias en el desempeño entre hoteles podrían explicarse por diferencias en su tamaño, en características internas o por diferencias en las variables de la localización. El objeto del presente trabajo es analizar las características diferenciales que presentan las micropymes en el sector hotelero, centrando el análisis en variables económico-financieras y de localización.

De acuerdo a la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio del Ministerio de Industria, Energía y Turismo del Gobierno de España, más del 95% de las empresas españolas son micropymes (IPYME, 2015). Estos valores se han mantenido a lo largo del tiempo, salvo pequeñas excepciones. En el caso concreto del sector servicios, estos valores son incluso superiores, representando las micropymes en el sector hotelero en torno al 87% de las empresas en el año 2012.

El análisis de este trabajo se realiza sobre una muestra de hoteles españoles, utilizando información contable e información disponible en el Instituto Nacional de Estadística (INE). Se ha utilizado España como foco de estudio por su importancia en el sector turístico a nivel internacional, y por la elevada y variada oferta hotelera de la que dispone. Ambos elementos permiten que el análisis sea de interés para diversos puntos turísticos y para hoteles orientados a distintos mercados (cultural, sol y playa, conferencias y congresos, etc).

El trabajo se estructura de la siguiente forma: En la sección segunda se realiza una revisión de la literatura previa que justifica el estudio llevado a cabo, analizando aspectos sobre los que el

tamaño puede tener un efecto significativo. En la sección tercera se expone la metodología que se empleará. A continuación, en la sección cuarta se presentan los resultados obtenidos y finalmente en la quinta sección se ofrecen las conclusiones alcanzadas, destacando posibles causas e identificando potenciales áreas de actuación.

2. Revisión de la literatura

El tamaño del hotel puede tener un impacto significativo sobre aspectos clave del sector. Así, existen dos aproximaciones que relacionan el tamaño con la rentabilidad que obtienen los hoteles:

Por un lado, los hoteles de mayor tamaño presentan mayores posibilidades de resistir la competencia en precios. Ello se debe a que de acuerdo a la Estructura-Conducta-Resultado (ECR) en los mercados más concentrados, donde la oferta se reduce a un bajo número de competidores con altas cuotas, se facilita el comportamiento colusivo (Mason, 1939, 1949; Bain, 1951, 1956). Este planteamiento ha sido validado en el sector hotelero, encontrando que aquellas localizaciones donde los hoteles presentan mayores cuotas de mercado pueden suponer un incremento del 10% en el margen que obtienen las empresas (Lado-Sestayo et al., 2016). Asimismo, es importante destacar que además de la reducción de la competencia en precios, esta distribución de la oferta puede facilitar la puesta en marcha de iniciativas colaborativas, las cuales podrían orientarse al incremento de la demanda o la mejora de la eficiencia atrayendo a nuevos hoteles al punto turístico (Crouch, 2011; Yang, 2012).

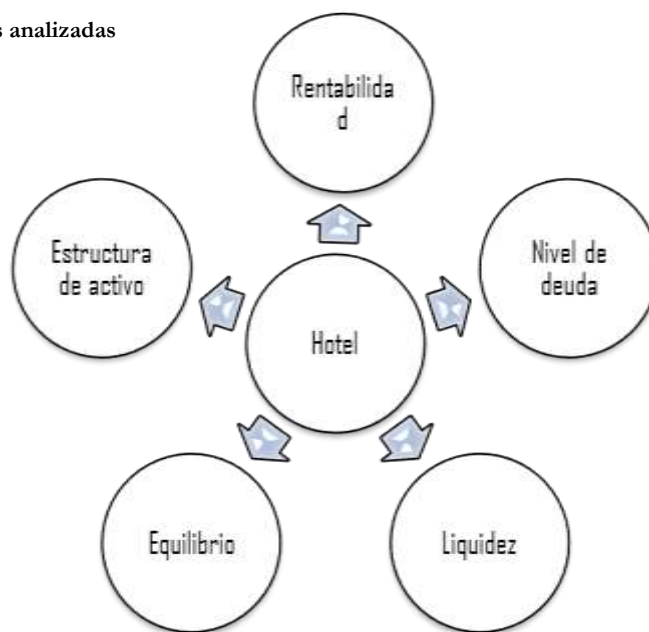
Por otro lado, el tamaño mejora la eficiencia, ya que existen en el sector hotelero importantes economías de escala como consecuencia del elevado coste fijo que suponen las inversiones en activo (Demsetz, 1973; Williamson, 1975, 1985). Además del efecto sobre el propio hotel, el tamaño puede ser utilizado como elemento disuasorio y de poder de mercado, ya que un elevado tamaño permite disponer de capacidad ociosa que podría ser utilizada en un contexto de fuerte competencia (Conlin and Kadiyali, 2006). Esta barrera de entrada podría suponer que las empresas de menor tamaño vean afectados sus resultados empresariales como consecuencia exclusivamente de su tamaño, y no de su eficiencia en la gestión de los activos, ya que las grandes empresas podrían realizar prácticas que afectasen negativamente a las empresas de menor tamaño.

Finalmente, es importante recordar que la localización es uno de los elementos más demandados por los clientes en la elección de un hotel, por lo que es importante analizar en qué puntos turísticos se localizan los hoteles de menor tamaño (Lado-Sestayo, 2015). En este sentido, la regulación de usos del suelo, limitaciones al tamaño, la imposición de un nivel de calidad mínimo u otras políticas urbanísticas o del sector podrían favorecer que de forma monopolística los hoteles de mayor tamaño ofrezcan las mejores localizaciones (Suzuki, 2013).

3. Metodología

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística de España, en España la oferta media anual de servicios hoteleros entre el año 2005 y 2011 se sitúa en torno a los siete mil hoteles. Sobre los hoteles disponibles, el INE recopila información representativa entre otros del nivel de estacionalidad y ocupación. Esta información está disponible para los 97 puntos turísticos que componen la oferta española desde el año 2005. En cuanto a la información de los hoteles, en este trabajo se ha recopilado información contable de los hoteles españoles hasta el año 2011 y, posteriormente, se han elaborado y seleccionado una serie de ratios representativos de cada una de las siguientes dimensiones:

Figura 1. Dimensiones analizadas



Fuente: Elaboración propia

El análisis económico-financiero se ha realizado a partir de la información obtenida y después de clasificar las empresas en micropymes y no micropymes de acuerdo a la Recomendación 2003/361/EC de la Comisión Europea. Posteriormente, se realiza un análisis descriptivo y temporal, contrastándose las diferencias entre micropymes y otros hoteles en base a un Test t de diferencia de medias (Test Chi2 en el caso de variables categóricas). Este análisis se ha realizado tanto para los ratios elaborados como las variables recopiladas relativas a información del punto turístico. En cuanto a las variables utilizadas de localización, éstas reflejan el nivel de ocupación y estacionalidad en el punto turístico.

Un resumen de los ratios y variables utilizadas puede encontrarse en la tabla siguiente:

Table 1: Variables utilizadas

	<i>Dimensión</i>	<i>Etiqueta</i>	<i>Ratio</i>
Hotel	Rentabilidad	<i>REN</i>	BAIT / Activo
	Nivel de deuda	<i>NDD</i>	Deuda / Activo
	Equilibrio	<i>EQU</i>	Fondos propios / Deuda a c/p
	Estructura de activo	<i>EDA</i>	Activo Corriente / Activo
	Liquidez	<i>LIQ</i>	Cash flow operative neto / Ventas
Localización	Ocupación	<i>OCU</i>	Nivel de Ocupación media anual
	Estacionalidad	<i>EST</i>	Varianza del nivel de ocupación

4. Resultados

Una vez recopilada la información, la muestra utilizada se compone de 7.126 hoteles, con información de los puntos turísticos en los que operan. En total, la muestra presenta 5.522 hoteles clasificados como micropymes y 1.604 clasificados en otra categoría de mayor tamaño (pequeña, mediana o gran empresa). A continuación se presenta un análisis descriptivo en función del grupo al que pertenece el hotel para el período 2005-2011.

4.1 Hoteles no micropymes

Los datos para los hoteles no clasificados como micropymes muestran que la rentabilidad ha presentado una caída importante en los años 2009 y 2010, previsiblemente como consecuencia de la crisis económica que ha impactado en la economía mundial. En el año 2011, se recuperan los valores anteriores. Durante los mismos años (2009-2010) también se observa un aumento del endeudamiento y una caída abrupta del nivel de liquidez. Ambos elementos se relacionan con los datos presentados a nivel de localización.

En cuanto a las variables de localización, desde el año 2008 se observa una caída del nivel de ocupación y un aumento de la estacionalidad. Este efecto, que ocurre un año antes de observarse la caída en la rentabilidad y la liquidez y el aumento en el nivel de endeudamiento, podría deberse por una mayor caída del turismo menos estacional (p.ej. congresos y conferencias) frente al tradicional turismo de sol y playa.

Figura 2. Análisis descriptivo de los hoteles no micropyme

<i>Año</i>	<i>Medida</i>	<i>REN</i>	<i>NDD</i>	<i>EQU</i>	<i>EDA</i>	<i>LIQ</i>	<i>OCU</i>	<i>EST</i>
2005	media	0.02	0.60	3.53	0.26	0.18	60.28	0.19
	sd	0.08	0.31	5.41	0.21	0.18	9.90	0.08
2006	media	0.02	0.62	3.89	0.27	0.18	62.06	0.18
	sd	0.09	0.33	18.28	0.23	0.21	10.32	0.08
2007	media	0.03	0.61	3.84	0.26	0.19	62.44	0.18
	sd	0.09	0.34	6.96	0.24	0.24	10.23	0.08
2008	media	0.03	0.61	4.56	0.24	0.18	59.54	0.20
	sd	0.08	0.40	9.59	0.23	0.38	10.01	0.09
2009	media	-0.01	0.64	4.90	0.25	0.12	55.88	0.21
	sd	0.12	0.47	9.04	0.23	0.35	10.11	0.09
2010	media	0.01	0.63	5.49	0.24	0.14	57.46	0.23
	sd	0.12	0.42	15.66	0.23	0.22	9.77	0.09
2011	media	0.02	0.60	5.08	0.25	0.20	61.06	0.23
	sd	0.09	0.37	8.44	0.24	0.92	11.47	0.09

4.2 Hoteles micropymes

Los hoteles micropymes presentan rentabilidades inferiores durante todo el período analizado (2005-2011) así como una mayor caída a partir del año 2009, presentando en media una rentabilidad negativa. El nivel de endeudamiento es superior al obtenidos en el grupo de los hoteles no micropymes, y no presenta cambios significativos a excepción de un fuerte incremento en el año 2011.

En cuanto a las variables de localización, destaca que los hoteles de menor tamaño están situados en puntos turísticos de menor nivel de ocupación, que también se han visto fuertemente afectados por la crisis económica a partir del año 2008. Al igual que sucede con los hoteles de mayor tamaño, a partir del año 2008 se incrementa la estacionalidad.

Figura 3. Análisis descriptivo de los hoteles micropyme

<i>Año</i>	<i>Medida</i>	<i>REN</i>	<i>NDD</i>	<i>EQU</i>	<i>EDA</i>	<i>LIQ</i>	<i>OCU</i>	<i>EST</i>
2005	media	0.00	0.77	7.14	0.25	0.05	53.74	0.24
	sd	0.17	0.84	117.03	0.23	2.54	11.27	0.12
2006	media	0.01	0.76	5.26	0.26	-0.09	54.98	0.22
	sd	0.18	0.48	78.57	0.24	3.53	11.74	0.11
2007	media	0.01	0.77	6.46	0.26	0.59	55.15	0.22
	sd	0.38	1.77	71.72	0.25	32.53	12.12	0.10
2008	media	0.00	0.77	7.30	0.23	0.35	51.94	0.24
	sd	0.21	0.98	75.37	0.24	10.36	11.38	0.11
2009	media	-0.03	0.78	9.81	0.23	0.19	48.95	0.24
	sd	0.25	0.69	102.57	0.24	6.54	11.01	0.10
2010	media	-0.03	0.79	7.76	0.23	-0.13	49.97	0.26
	sd	0.65	0.74	40.17	0.24	8.98	10.99	0.11
2011	media	-0.02	0.84	7.95	0.23	0.13	51.54	0.27
	sd	0.19	3.67	38.20	0.24	5.13	13.02	0.10

4.3 Comparativa

Con el objetivo de comparar si las diferencias observados resultados estadísticamente significativas, a continuación se ofrecen los resultados del Test t de diferencia de medias para las variables consideradas. Los resultados confirman la existencia de diferencias estadísticamente significativas para todas las variables a excepción del nivel de liquidez. En particular, se observa que los hoteles micropymes obtienen menor rentabilidad, presentan un menor activo circulante en proporción al activo total y presentan una menor liquidez. Por el contrario, presentan mayor endeudamiento y mayor aportación de fondos propios en relación a los fondos ajenos aportados.

En cuanto a la localización, los hoteles micropymes se sitúan en puntos turísticos de menores niveles de ocupación y mayor estacionalidad, lo que puede afectar a su actividad más allá de otras características propias del hotel.

En síntesis, se observa que existen diferencias en las variables analizadas entre hoteles en función de su tamaño, y que estas diferencias se muestran tanto en variables del hotel como del punto turístico, por lo que las diferencias observadas por variables tales como la rentabilidad, eficiencia o la probabilidad de fracaso podrían deberse a cuestiones internas o de la localización.

Figura 4. Análisis estadístico comparativo entre micropyme y no micropyme (Test t)

<i>Variable</i>	<i>B</i>	<i>t</i>	<i>Significatividad</i>
<i>REN</i>	0.03	10.16	<0.001
<i>NDD</i>	-0.16	-13.63	<0.001
<i>EQU</i>	-3.00	-5.30	<0.001
<i>EDA</i>	0.01	3.22	<0.01
<i>LIQ</i>	0.02	0.21	0.84
<i>OCU</i>	7.64	51.65	<0.001
<i>EST</i>	-0.04	-32.37	<0.001

5. Conclusiones

Las micropymes representan la mayor parte del tejido empresarial en numerosas economías, entre las que se encuentra la española. Esta realidad está presente en el sector hotelero, a pesar de la elevada inversión que el mismo exige y la presencia de grandes cadenas hoteleras, referentes a nivel internacional. En este contexto, micropymes, pequeñas, medianas y grandes empresas compiten en un sector que contribuye en gran medida a generar riqueza y puestos de trabajo en muchos países, y en el que España ocupa una posición predominante. Por este motivo, el estudio de las características de las micropymes en España puede ser de interés para numerosos mercados y agentes relacionados con el turismo. En este trabajo se ha realizado un análisis comparativo de las micropymes hoteleras frente a hoteles de mayor tamaño, con el objetivo de encontrar diferencias estadísticamente significativas. Los resultados demuestran que más allá de diferencias en tamaño, existen diferencias en ratios económico-financieros y en las ubicaciones de las hoteles en función de si éstos son o no micropymes.

En cuanto a las variables propias del hotel, los resultados han señalado que las micropymes presentan menor rentabilidad, lo cual podría poner de manifiesto las ventajas derivadas de las economías de escala, así como la mayor eficiencia que genera el tamaño. En el caso del sector hotelero español, la afiliación a una cadena hotelera, o llegar a acuerdos con cadenas de hoteles independientes que agrupan ciertos servicios (reservas, gestión comercial, gestión de compras, etc) es una medida habitual que puede estar orientada a paliar esta dificultad en la mejora de la eficiencia de los activos. Estos resultados se observan asimismo en la mayor proporción de activo fijo (menor proporción de activo circulante) lo cual podría estar señalando un aprovechamiento del mismo inferior al que realizan los hoteles de mayor tamaño. Por el contrario, los hoteles micropyme presentan una mayor proporción de deuda, si bien a su vez presentan mayor relación entre fondos propios y deuda a corto plazo. Estos dos ratios considerados conjuntamente señalan que las micropymes acuden más al crédito a largo plazo, pero no al crédito a corto plazo lo que podría deberse a una mayor dificultad o mayor reticencia a incorporar inversores externos (alternativa de financiación a largo plazo) a la vez que pueden presentar una gestión de la tesorería menos previsible para la devolución de la deuda a corto plazo.

En cuanto a las variables propias de la localización, las micropymes se sitúan en localizaciones con menos ocupación y más estacionalidad. Por tanto, se trataría de localizaciones menos atractivas ya que éstas podrían ser preferidas por los hoteles de mayor tamaño, desplazando a las micropymes a ubicaciones alternativas. En cuanto a las diferencias en el nivel de estacionalidad, ello podría deberse por una orientación mayor al turismo de sol y playa, en los pueblos costeros españoles. Por el contrario, en las ciudades, quizás en parte consecuencia de los mayores requerimientos en tamaño e inversión por cuestiones urbanísticas, se situarían los hoteles de mayor tamaño, orientados a un turismo urbano o de conferencias y congresos y por tanto menos estacional.

En síntesis, los resultados obtenidos resaltan dificultades en características internas de las micropymes que operan en el sector hotelero español, a la vez que se apuntan a posibles barreras derivadas de la elección de su ubicación. En consecuencia, se han puesto de manifiesto cuestiones que podrían ser en parte soliviantadas o al menos sus efectos reducidos con la colaboración de las instituciones, bien favoreciendo medidas de participación en capital en empresas de menor tamaño, facilitando la incorporación de deuda a corto plazo o bien favoreciendo la ubicación de micropymes en determinadas localizaciones.

6. Referencias

- Bain, J. S. (1951). Relation of profit rate to industry concentration: American manufacturing, 1936–1940. *Quarterly Journal of Economics*, 65, 293–324.
- Bain, J. S. (1956). Barriers to new competition. Cambridge, MA: *Harvard University Press*.
- Conlin, M. y Kadiyali, V. (2006). Entry-deterring capacity in the Texas lodging industry, *Journal of Economics & Management Strategy*, 15 (1), 167-185.
- Crouch, G. I. (2011). Destination competitiveness: an analysis of determinant attributes. *Journal of Travel Research*, 50 (1), 27-45.
- Demsetz, H. (1973). Industry structure, market rivalry and public policy. *Journal of Law and Economics*, 16 (1), 1–9.
- Lado-Sestayo, R. (2015). *Impacto económico-financiero de la localización en el sector hotelero español*. Tesis doctoral. Universidad de Santiago de Compostela.
- Lado-Sestayo, R., Otero-González, L., Vivel-Búa, M., & Martorell-Cunill, O. (2016). Impact of location on profitability in the Spanish hotel sector. *Tourism Management*, 52, 405-415.
- Mason, E.S. (1939). Price and production policies of large-scale enterprise. *American Economic Review*, 29, 61 - 74.
- Mason, E.S. (1949). The current state of the monopoly problem in the United States. *Harvard Law Review*, 62, 1265 – 1285
- Vivel-Búa, M., Lado-Sestayo, R., & Otero-González, L. (2016). Impact of location on the probability of default in the Spanish lodging industry: a study of MSMEs. *Tourism Economics* 22 (3) 593-607.
- Pulina, M., Detotto, C., & Paba, A. (2010). An investigation into the relationship between size and efficiency of the Italian hospitality sector: A window DEA approach. *European Journal of Operational Research*, 204(3), 613–620.
- Suzuki, J. (2013). Land use regulation as a barrier to entry: evidence from the Texas lodging industry. *International Economic Review*, 54 (2), 495-593.
- Yang, Y. y Wong K.F. (2012). A spatial econometric approach to model spillover effects in tourism flows. *Journal of Travel Research*, 51, 768–778.
- Yang, Y., Luo, H., & Law, R. (2014). Theoretical, empirical, and operational models in hotel location research. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 209-220.
- Williamson, O. (1975). *Markets and hierarchies: Analysis and antitrust implications*. New York: Free Press.
- Williamson, O. (1985). *The economic institutions of capitalism: Firms, markets. Relational Contracting*. London: Macmillan.
- IPYME (2015): Retrato de las PYME 2015. Subdirección General de Apoyo a la PYME. Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. NIPO: 070-15-001-5. Centro de publicaciones del Ministerio de Energía, Industria y Turismo.

MARKETING EN SERVICIOS TURÍSTICOS: PYMES GASTRONÓMICAS DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO - ECUADOR

*Luz Maribel Vallejo Chávez

mavallejoch@hotmail.com

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Facultad de Salud Pública

**Jorge Enrique Arias Esparza

jorgehenry_66@hotmail.com

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Facultad de Administración de Empresas

Resumen

El estudio investigativo tiene fundamento en el marketing de servicios en medianas y pequeñas empresas gastronómicas (PYMES), registradas en el Ministerio de Turismo, en la provincia de Chimborazo – Ecuador, pocas son las empresas que realizan estudios de calidad del servicio; en este contexto, la calidad es algo indispensable para lograr ventaja competitiva, posicionamiento y marketing en la gastronomía propia del lugar, se utilizó la herramienta del Modelo SERVQUAL, que permitió analizar expectativas y percepciones de clientes de PYMES gastronómicas a través de cinco dimensiones, se aplicó estadísticos que facilitaron la interpretación de resultados, se aplicó encuestas a 140 PYMES y a 396 turistas que ingresan a la provincia de Chimborazo - Ecuador. Investigación *descriptiva, inductiva, deductiva, aplicada, explicativa*. Los resultados muestran brechas negativas donde expectativas son superiores a las percepciones, la consecuencia es baja calidad percibida e insatisfacción en el servicio. Se cumplió con los objetivos establecidos en la investigación, se determinó las expectativas y percepciones de clientes o turistas, y se propuso estrategias de mejora en las PYMES gastronómicas.

Palabras clave: Percepción, Expectativa, satisfacción, insatisfacción, cliente, turista, PYMES.

Bases teóricas

Marketing de servicios

Según (Izaguirre Sotomayor, 2014), “La esencia del marketing de servicios es enfocarse permanentemente en el cliente, en busca de satisfacer necesidades y deseos, y al mismo tiempo la otra parte, es decir quien brinda el servicio se beneficia de los ingresos del cliente, es decir, la persona que da el servicio es parte del producto turístico de su lugar o país, que posicionan en la mente del cliente, por tanto la relación cliente – empleado es un objetivo importante del marketing”.

(Izaguirre Sotomayor, 2014) , “Al estar el marketing de servicios turísticos y hoteleros estrechamente relacionado con la calidad percibida del servicio brindado, se desarrolla con los conceptos dados de Zeithal, Bitner en el año 2009 y por Parazuraman, Zeithalm & Berry (1998)”.

Según (Ruíz , 2002), “Marketing de servicios es la rama de marketing que estudia los procesos de intercambio entre consumidores - empresas con un producto y servicios, con el objetivo de satisfacer las necesidades, deseos, y demandas de los consumidores”.

Calidad en el servicio.

Las diversas actividades y acciones de las PYMEs gastronómicas, están relacionadas a la búsqueda necesaria de la calidad en los servicios prestados y ofrecidos; con el fin de identificar cuáles son las expectativas del cliente o turista en relación al servicios de alimentación recibido, si estos, se encuentran satisfechos o insatisfechos con su prestación, el analizar este proceso de satisfacción o insatisfacción constituye un factor importante de análisis en el ámbito del marketing, que implica trabajar la dimensión “satisfacción” y “expectativa” que se experimenta en relación al producto o servicio que se ha recibido.

Las actuales transformaciones económicas y sociales, han producido cambios en la salud y la alimentación de la población, por tanto, es importante identificar la calidad en la prestación de servicios de alimentación, que están vinculadas a la atención al cliente, limpieza del personal, instalaciones, la comunicación, accesibilidad, atención personalizada, entre otros elementos que son valorados y percibidos por los clientes, los mismos que tiene que encontrarse satisfecho con el servicio recibido por los prestadores de servicio de alimentación.

Según (Vallejo Chávez & Altamirano, 2015), “la satisfacción del cliente expresa uno de los resultados más importantes en la prestación de servicios de buena calidad, por tanto interviene de manera directamente proporcional en su satisfacción, influye en el cliente para que utilice o no los servicios de manera habitual, contribuye a que el cliente regrese o no al prestador de servicios y más aún que el cliente recomiende a otras personas”.

(Zeithalm V. Parasuraman, A & Berry, L., 1993), “los clientes llegan a los establecimientos con una serie de expectativas en los servicios, por tanto el cliente juzga los servicios a través de lo que percibe y como lo percibe”.

(Cántu , 1997), “La mezcla de ambas percepciones (calidad-satisfacción) genera en su mente una imagen que influenciará sus juicios posteriores sobre la calidad del servicio y sobre su satisfacción”.

(Zeithalm V. Parasuraman, A & Berry, L., 1993), “Los servicios son básicamente intangibles, ya que son prestaciones y experiencia más que objetos, no pueden ser experimentados, sentidos y probados, oídos u olfateados antes de ser comprados; segundo, los servicios son heterogéneos por tanto su prestación varía de un productor a otro, de un usuario a otro, de un día a otro; y tercero los servicios son inseparables, la calidad del servicio se produce durante la entrega o prestación; cuarto los servicios son perecederos, ya que deben usarse en el momento que fueron previstos y no posteriormente”.

La calidad en el servicio se ha convertido en un factor imprescindible para la continuidad a largo plazo de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), obteniendo muchas ventajas al trabajar desde la perspectiva de la calidad. En primer lugar la calidad genera productos y servicios mejorados, disminuyendo costos e incrementando la rentabilidad de las PYMEs. En segundo lugar, puede convertirse en un factor motivador, integrador para los trabajadores de las PYMEs, finalmente mejora la imagen de los productos y servicios que se ofrecen, incrementa la satisfacción de los clientes y puede influir directamente en la lealtad de los mismos.

(Izagirre, 2012), "Las ventajas, permiten afirmar que la calidad es un medio fundamental para mejorar los beneficios de las empresas y lograr su competitividad".

El interés de las PYMEs, es mejorar el servicio, por lograr la excelencia, el problema es que aún no hay suficiente comprensión sobre qué significa verdaderamente la calidad para el cliente, pero es necesario que implemente dentro de las PYMEs con el fin de producir eficiencias en el mercado interno y externo. Muchas veces las pequeñas y medianas empresas, invierten recursos, pero los clientes no perciben el cambio. Por ejemplo, a veces en un restaurante existe una excelente infraestructura física, pero el encargado de la atención, no atiende con cortesía, o su presentación no es la adecuada, o no da la información respectiva al cliente, entre otros, cuando una empresa ofrece un nuevo servicio, el resto imita y hacer lo mismo.

A pesar de la importancia que se da al tema, aún pocas PYMEs designan personal especializado en atender específicamente el servicio al cliente; las PYMEs están tienen la oportunidad de impresionar positivamente a los clientes al brindar un buen servicio, los problemas frecuentes son: la infraestructura, el espacio, la relación en la cultura corporativa más flexible y comunicativa, este problemas generalmente tienen las organizaciones más grandes, que las PYMEs, no tienen este problema, las brechas son más pequeñas en las PYMEs porque la misma escala de la organización es menor. Así que hay oportunidad para una mejor comunicación y coordinación entre las áreas funcionales.

Parasuraman, profesor de la escuela de negocios de la Universidad de Miami, realizó una investigación para conocer los elementos claves que utilizan los clientes para medir la calidad en los servicios, entre sus objetivos de investigación, se incluye entender los elementos que marcan las percepciones del mercado de servicios, que puede significar un factor diferenciador en los prestadores de servicios que se distinguen por su atención al cliente. El Modelo Parasuraman (1988) desarrollo un modelo conceptual del servicio y un instrumento de medición que se identificó como SERVQUAL (SERVce QUALity).

Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio.

El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio está basado en un enfoque de evaluación del cliente sobre la calidad en el servicio, se basa en los siguientes puntos:

- 1.- Define un servicio de calidad como la diferencia entre las expectativas y percepciones de los clientes, se realiza un balance, en el cual las percepciones deben ser superiores a las expectativas, el resultado será una elevada calidad percibida del servicio y una alta satisfacción del mismo.
- 2.- Al contrario si la diferencia entre las expectativas y percepciones de los clientes, se realiza un balance, en el cual las expectativas son superiores a las percepciones, el resultado será una baja calidad percibida del servicio y una insatisfacción del mismo.
- 3.- Existen algunos factores que condicionan las expectativas de los clientes:
 - Comunicación boca a boca, son las opiniones, recomendaciones de amigos o familiares sobre el servicio recibido.
 - Las necesidades personales.
 - Las experiencias con el servicio recibido como cliente que haya experimentado previamente.

- Las comunicaciones externas, a través de la publicidad y promociones que realicen los prestadores de servicios, que incidan en las expectativas de los clientes, es decir los atributos ofrecidos que se convierten en promesas para el cliente.

4.- El modelo SERVQUAL identifica cinco dimensiones relativas a criterios de evaluación que utilizan los clientes para evaluar la calidad de un servicio. La herramienta es aplicada a la calidad en los servicios, desarrollada para ver la percepción del cliente en cinco dimensiones que a continuación se detallan:

Tabla 1: Definiciones conceptuales

DIMENSIONES SERVQUAL	DEFINICIÓN
1. Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal; diseño de los materiales de comunicación y contenido del mensaje publicitario.
2. Fiabilidad	Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable. Cumplir promesas.
3. Capacidad de respuesta	Disposición, voluntad para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido. Velocidad de entrega
4. Seguridad	Conocimientos, atención mostrada por los empleados y las habilidades para generar credibilidad y confianza en el cliente.
5. Empatía	Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes

Fuente. Modelo Parasuraman, algunas definiciones adaptadas por: Vallejo, L.

Las investigaciones han mostrado que existen algunas expectativas básicas comunes en todos los clientes, que Parasuraman resumió en cinco dimensiones, y aplicar un método para encontrar la discrepancia.

Estas dimensiones básicas, intuitivas de la excelencia en el servicio, son categorías universales que entre una región y otra pueden variar los detalles específicos y la importancia dada a un determinado elemento, pero su esencia se mantiene estable. Por ejemplo, en Estados Unidos (EE.UU), la velocidad de la respuesta es crítica, mucho más que en países de América Latina, existe más tolerancia en los tiempos, pero el trato amable y la disponibilidad del empleado a ser útil al cliente son elementos prioritarios.

Existen diferencias en cuanto al autoservicio y el servicio en diferentes partes del mundo, depende mucho del país y su cultura, ejemplo: McDonalds, una marca universal, que en EE.UU. el 70% de las ventas es a través de ventanilla, sin que el cliente entre al establecimiento. Sin embargo, en la mayoría de países latinoamericanos la venta ocurre en el lugar, el cliente entra, se sienta, pide y se sirve los alimentos.

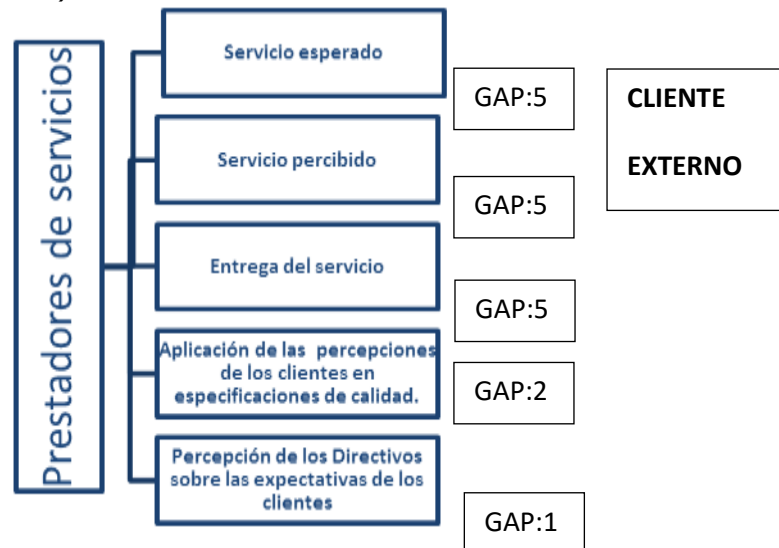
Cuando analizamos ambas posiciones de Estados Unidos y América Latina se contrastan ambas operaciones, puede concluirse que en la apariencia del establecimiento es más importante en América Latina que en EE.UU., donde tiene una vital importancia que el empleado tome correctamente las órdenes y brinde un buen trato al cliente, un error en este caso puede ocasionar que el cliente vaya a otro sitio a la hora de alimentarse, tenga una mala percepción de calidad del establecimiento, esto es un error muy difícil de subsanar. Las diferencias existentes permiten diseñar la estrategia de servicio.

Modelo de las brechas

Las brechas que proponen los autores del SERVQUAL como Parasuraman, Zeithaml, y Berry; indican diferencias entre los aspectos importantes de un servicio, como son las necesidades de los clientes, la experiencia misma del servicio y las percepciones que tiene el cliente sobre los empleados de la empresa con respecto a sus requerimientos.

Las brechas identifican cinco distancias que causan problemas en la entrega del servicio y que influyen en la evaluación final que los clientes hacen respecto a la calidad del servicio. De esta forma, el modelo SERVQUAL de calidad de servicio permite disponer de puntuaciones sobre percepción y expectativas respecto a cada característica del servicio que se ha evaluado. La diferencia entre percepción y expectativa indicará los déficits de calidad, cuando la puntuación de expectativas supera la percepción del cliente. El modelo SERVQUAL de calidad de servicio como instrumento de mejora, genera una línea a seguir, con el fin de mejorar la calidad del servicio y reducir determinadas discrepancias. Las diferencias analizadas se visualizan en la figura 1.

Figura 1: Diferencias o GAP (brecha)



Recoge Información del cliente externo sobre sus expectativas, necesidades, percepciones de su experiencia pasadas, percepciones del entorno (comunicación boca a boca), percepciones de los medios de comunicación.

Gap1: Diferencia entre las expectativas del cliente y las percepciones de los directivos. Normas de calidad

Gap2: Diferencia entre la percepción de los clientes con las especificaciones de la calidad del servicio.

Gap3: Diferencia entre las especificaciones de calidad del servicio y el servicio actualmente entregado. Es el conocimiento de las especificaciones y estándares, su aplicación y cumplimiento de las mismas. El incumplimiento puede ser debido a diversas causas, con empleados no capacitados adecuadamente, la falta de recursos o procesos internos que están mal diseñados.

Gap4: Diferencia entre el servicio entregado realmente y lo que se comunica al cliente.

Gap5: Diferencia entre el servicio entregado y el servicio percibido.

El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio, las cuatro deficiencias se refieren al ámbito interno de las empresas prestadoras de servicios, y son responsables de la deficiencia 5. A pesar que el modelo SERVQUAL, es considerado el instrumento más importante y más referenciado en la literatura, también es criticado por diferentes cuestiones como la inclusión de las expectativas en la escala y la estabilidad de las dimensiones en diferentes tipos de servicios según (Carman, 1990; Babakus y Boller, 1992; Cronin y Taylor, 1992; Teas, 1993; Brady et al. 2002). Este instrumento ha sido aplicado en diferentes categorías de servicios dando resultados acordes con la tesis de sus autores como con las tesis de sus críticos, aunque cada vez hay más evidencias en la falta de estabilidad de las dimensiones cuando se analizan categorías de servicios diferentes.

Wright, Duray y Goodale (1992) aplican la escala SERVQUAL de modo íntegro pero resultó ser una herramienta demasiado genérica para recabar información específica sobre el servicio investigado. Es por ello que los autores han optado por hacer algunas modificaciones a la escala y adaptarla al servicio objeto de análisis.

La escala diseñada para evaluar la calidad de servicio (CERMCSQ) muestra cuatro dimensiones muy estables como son los servicios básicos, el personal, las instalaciones y los servicios complementarios. Estos autores indican que aunque se han basado en el modelo de Parasuraman et al. (1985), las dimensiones que proponen difieren de las del SERVQUAL.

(Gómez, 1999), “aplica el método Delphi de consulta de expertos y evalúan la viabilidad de la utilización de la nombrada escala para las entidades deportivas. Con este método, reformulan las 22 declaraciones generalistas de la escala SERVQUAL y adaptan a 13 ítems”.

La medición de la calidad en el servicio se realiza con la siguiente fórmula:

$$\text{Calidad de Servicio} = \text{percepción} - \text{expectativas}$$

Si el resultado es la igualdad, es positivo, se considera al cliente como satisfecho, si existe una diferencia entre lo que el cliente espera (expectativa), y lo que el recibe (percepción), se considera como insatisfacción del cliente.

Expectativa del cliente

Los clientes llegan a los establecimientos gastronómicos, con una serie de expectativas sobre el producto y servicio que ofrecen las PYMEs gastronómicas, el cliente juzga los servicios a través de lo que percibe y como lo percibe. Dice (Cantú, 1997), “La percepción genera en la mente una imagen que influenciará sus juicios posteriores sobre la calidad del servicio y sobre su satisfacción”.

Al estar el cliente físicamente presente en las instalaciones del servicio, obliga a las PYMEs Gastronómicas a formular estrategias orientadas a satisfacerlo, (Izaguirre Sotomayor, 2014:24), “No solo con las características intrínsecas del servicio, sino también con las características físicas de los ambientes, sin olvidar que detrás de un servicio está un sistema tecnológico que los sustenta y respalda, además de contar con una cadena de valor que se extiende desde los proveedores hasta los clientes, para lograr que la respuesta al turista sea justo lo que necesita”.

Los autores del modelo SERVQUAL, concluyeron que los principales condicionantes en la formación de expectativas son:

- La comunicación boca – oído entre los diferentes clientes o usuarios del servicio.
- Las necesidades que desea satisfacer cada cliente con el servicio que va a recibir.
- Las experiencias pasadas que pueda tener el cliente en el servicio o similares servicios, la comunicación externa que realiza la pequeña y mediana empresa proveedora del servicio, a través de la publicidad y la promoción.

Percepción

La percepción es la forma cómo las personas valoran los servicios y los productos. Es decir, como reciben el trato, cortesía, los gestos, las palabras, el tono de voz, las instalaciones, entre otros; de esta forma evalúan, juzga, los servicios de una empresa, creando en su mente una percepción de calidad o no calidad. Las percepciones están enlazadas con las características o dimensiones de la calidad del servicio que son; confiabilidad, seguridad, sensibilidad, empatía, y elementos tangibles del modelo SERVQUAL.

Calidad del producto

La calidad es el conjunto de características o propiedades inherentes al producto que satisfacen las necesidades del cliente y se ven reflejadas en una sensación de bienestar de complacencia con su uso y experiencia del producto.

Deming señala que la calidad consiste en lograr y sobrepasar las expectativas del cliente y llegar a su completa satisfacción con el producto o servicio brindado. Para Kaoru Ishikawa, consiste en diseñar y mantener a largo tiempo productos atractivos para el cliente, también crea los “círculos de calidad” que trata de reunir a los trabajadores para proponer sugerencias para lograr mejoras, también aporta con la importancia de las actividades de la calidad concentradas en el cliente.

Para Philip Crosby (1995) calidad es “el cumplimiento de las especificaciones para responder a las expectativas de los usuarios”, según Armamd Feigebaum, la calidad “Se basa en la experiencia real del cliente con el producto o servicio medido respecto a sus requerimientos”, en resumen, según los enunciados, el concepto de calidad, está relacionado con ciertas características del servicio, el cliente y su satisfacción.

El Organismo Internacional de Normalización ISO, en su Norma 8402, (1990); página 6, ha definido la calidad como “la totalidad de características de una organización que le confiere capacidad para satisfacer necesidades explícitas e implícitas”. Así mismo, Carmen Salvador, cita a Buttle (1994), refiriéndose que “en los últimos años, el interés sobre la calidad del servicio ha aumentado notablemente, tanto en las organizaciones como en terreno de la investigación científica”.

METODOLOGÍA

Tipo y Diseño de la investigación

Descriptiva. Determina y describe el comportamiento de las dimensiones del modelo SERVQUAL relacionadas con las expectativas y percepciones de los clientes, que reúne la información de hechos reales que ocurre en las pequeñas y medianas empresas gastronómicas.

Inductiva. A partir de los resultados del cuestionario, se analizó la situación del nivel de la calidad del servicio, y se propuso mejoras.

Deductiva. A través de la herramienta SERVQUAL, un modelo reconocido para la medición de la calidad del servicio, que fueron estudiados detalladamente cada elemento de las cinco dimensiones.

Investigación aplicada. En función a los problemas encontrados con el fin de realizar una propuesta alternativa de solución y mejora en las PYMEs gastronómicas.

Investigación es explicativa. Porque busca conocer los factores causales de la calidad en el servicio que explican el problema de investigación en las PYMEs gastronómicas.

El diseño básico de esta investigación es: No experimental – Transeccional – Correlaciona y explicativo. “La técnica, aplicada en la recolección de datos de la investigación es la categoría de *Investigación no Experimental, transeccional, descriptiva y correlacional – causa*”. (Hernandez, 2006).

Unidad de análisis

La investigación fue aplicada en las PYMES gastronómicas de la provincia de Chimborazo, que se encuentren legalmente registradas en la patente municipal, en el Ministerio de Turismo de Chimborazo con corte de registro abril 2016, y en el Instituto Ecuatoriano de Censos y Población (INEC), 2010, para la unidad de estudio Clientes.

Población de Estudio

La población constituida por dos grupos definidos, como pequeñas y medianas empresas un total de 1.800 pequeñas y medianas, registradas en la base de datos del ministerio de Turismo de la Provincia de Chimborazo, obtenidas en el año 2016, las cuales 470 pertenecen al área de servicios de alimentación, las mismas que serán analizadas y clasificadas de acuerdo a parámetros de medición en pequeñas y medianas empresas.

Los turistas que ingresan al país son 771.448 según datos del ministerio de Turismo 2015 en el boletín informativo, de los cuales se estima que ingresan a la provincia de Chimborazo un 16% por sus atractivos naturales Nariz del diablo y el majestuoso Chimborazo siendo un aproximado de 123.432 turistas

Cuadro 2. Ingreso de turistas nacionales y

%	Turistas	Ingresos
65%	Ingresan por transporte aéreo	501.735
30.5%	Ingresan por transporte propio y transporte público	235.249
4.5%	Ingresan por transporte marítimo	34.464
Total		771.448

Fuente. Ministerio de Turismo de Chimborazo. Boletines informativos de estadísticas de ingreso a turistas 2015.

Tamaño de la muestra

La muestra constituida por 470, pequeñas y medianas gastronómicas, registradas en el Ministerio de Turismo Chimborazo; de las cuales se aplicó un análisis de estratificación al caracterizar según: número de empleados y facturación anual, obteniendo una muestra estratificada de 120 establecimientos pequeños y 40 medianos de empresas gastronómicas en la Provincia de Chimborazo.

Del total de 123.432 turistas que ingresan a la provincia de Chimborazo se obtuvo una muestra de 396 turistas que fueron encuestados aplicando una muestra aleatoria se en los 40 establecimientos gastronómicos, considerados pequeños y medianos en los 10 cantones de la provincia de Chimborazo; se aplicó un aproximado de 30 encuestas a turistas por establecimiento.

Selección de muestra

Muestra 1: La muestra es estratificada, de una población de 123.432 turistas, que equivalen al 16% de la población total de 771.448 turistas ingresados según datos Ministerio Turismo de Ecuador 2015. El nivel de confianza del 95% y un margen de error de 5%, el tamaño de la muestra es en función de la muestra aleatoria simple.

Cuadro 3. Población y muestra

Variable marketing	Población	Muestra
Turistas	123.432	396 encuestados
Muestra total Turistas :		396 Turistas Encuestados
Total establecimientos registrados ministerio de Turismo provincia de Chimborazo	1800	
Total PYMES Gastronómicas	470 PYMES	
Pequeñas empresas:	430 PEQUEÑAS	120 PEQUEÑAS
Medianas empresas:	40 MEDIANAS	20 MEDIANAS
Muestra total de establecimientos		140 PYMES

Fuente. Minsiterio de Turismo de Chimborazo. Boletines informativos de estadísticas de ingreso a turistas 2015.

Técnicas de recolección de datos

Para la presente investigación empleó los siguientes instrumentos de recolección de datos:

Encuesta, permitió recolectar información de forma eficiente y efectiva para luego analizar y medir las expectativas y percepciones del cliente, en función a la muestra de estudio, se estableció dos tipos de encuestas una para las percepciones y otra para medir sus expectativas. la muestra 1 es a 396 Turistas de las PYMES del sector de servicios de alimentación en 140 pequeñas y medianas empresas gastronómicas registradas en la base de datos del Ministerio de Turismo de Chimborazo.

Proceso de Recolección de la información

En la recolección de la Información:

- Para la información primaria se utilizó el instrumento, la encuesta, que constituyen la base de la información precisada en el operacionalización de variables.
- Luego de la aplicación de la encuesta se procedió a la tabulación en el paquete estadístico SPSS, y la selección, validación y aplicación de la encuesta.

Análisis e interpretación de la información

La información recabada fue organizada –mediante el proceso de tabulación, de la siguiente manera: Se utilizó el software estadístico SPSS, ingresando la información en dos columnas de datos por persona (una para cada variable).

Posteriormente, las calificaciones que se ingresaron al programa estadístico computarizado (SPSS Ver. 20 para Windows). El "tratamiento de los datos" se efectuó aplicando el análisis de correlación producto-momento de Pearson asumiendo un nivel de significación de 0.05 para determinar el nivel de asociación entre las variables consideradas. Se elaborarán los gráficos respectivos y el análisis correspondiente; (Triviños, 1987), "Permite al investigador aumentar sus conocimientos entorno de determinado problema. El investigador, normalmente, parte de una hipótesis y profundiza su estudio de manera específica, buscando mayor conocimiento acerca de la temática".

Alfa de Cronbach

El modelo SERVQUAL implica el cálculo de Alfa de Cronbach, es el valor que demuestra que las encuestas se encuentran libres de errores aleatorios. El alfa de Cronbach permite cuantificar el nivel de Habilidad de una escala de medida para la magnitud inobservable construida a partir de las *n* variables observadas.

Para valores inferiores a 0,6 se considera que los ítems tienen baja fiabilidad, y para valores de 0,6 a 1 se considera que los ítems tienen alta fiabilidad.

Diseño de cuestionario

La estructura del cuestionario del Modelo Servqual, está basado en 5 dimensiones, con 33 ítems. Para determinar la importancia de cada ítem, se maneja una escala de Likert de 1 al 3, en donde, 1 representa el puntaje más bajo, es decir, cuando el cliente está en total desacuerdo, y 3 representa el puntaje más alto, es decir, cuando el cliente está muy de acuerdo con la pregunta.

Cuadro 4. Análisis de fiabilidad e la prueba piloto

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0.955	33

Fuente: Elaboración en base al programa SPSS, 2016

En el cuadro 4 se puede observar que la Alfa de Cronbach de los 33 ítems es de 0,955, un valor mayor a 0,60 demuestra que las preguntas de las expectativas del turista y las percepciones tienen congruencia entre sí.

Resultados

La investigación consta de dos fases: Diagnóstico, Análisis Perspectiva vs Expectativa y Propuesta

Fase 1: Diagnóstico

El análisis muestra las diferencias entre expectativas de los turistas vs percepciones de los productos y servicios de los establecimientos gastronómicos, fue calculada a partir de diferencias entre los ítems.

Calidad de Servicio = Percepción – Expectativas

Análisis factorial exploratorio

El análisis factorial exploratorio permite definir la estructura de las interrelaciones, entre un gran número de variables, con la definición de una serie de dimensiones, conocidas como factores (HAIR, ANDERSON, TATHAM, BLACK, 1999). El cuadro 5, se puede apreciar la estructura de las variables, agrupadas en las cinco dimensiones, según el peso de cada valor. Este análisis corresponde a las expectativas de los encuestados.

Cuadro 5. Análisis factorial Expectativas

indicadores	Nº	EXPECTATIVAS	1 No Aceptable	2 Aceptable	3 Muy Aceptable
X1.1: Fiabilidad	1	Da confianza en el servicio de alimentación del restaurante			78
	2	Su percepción en la prestación del servicio es		80	
	3	Se cumple con la promesa que hace el restaurante al brindar el servicio.		87	
	4	Se cumple con los pedidos, horarios establecidos a la entrega de pedidos de los clientes		92	
	5	Se cobra el precio pactado en el servicio, y en el menú.		94	
X1.2: Capacidad de respuestas	6	Cuando el cliente consulta sobre el contenido del menú del día o un plato en especial, la capacidad de respuesta es rápida del personal que atiende y satisface las expectativas del cliente.		80	
	7	El servicio de atención fue rápido y eficiente.		85	
	8	El restaurante mantiene informado a sus clientes del horario de atención, menú del día y platos a la carta disponibles		18	
	9	Los empleados priorizan la atención al cliente		88	
	10	Denota intención de ayuda al cliente por parte del empleado y trata de satisfacer las inquietudes del cliente		79	

X1.3:Seguridad	11	El cliente no tienen algún tipo de riesgo (económico, salud, físico) al momento de recibir el producto del restaurante, como comida guardada, etc.			83
	12	El restaurante se preocupan por la seguridad en la alimentación, nutritiva, equilibrada y saludable.			78
	13	Mantienen confiabilidad en sus transacciones de pago, como tarjetas de crédito.			73
	14	Se preocupan por su seguridad en las instalaciones, equipos, escaleras mecánicas, pisos mojados, instalaciones eléctricas, etc.			74
	15	El empleado es cortés y educado al momento de prestar el servicio		78	
	16	Brinda garantías de ser el personal responsable y capacitado			60
	17	El mensaje publicitario responde a las expectativas del cliente			68
	18	El comportamiento del Empleado inspira confianza en el cliente			62
	19	El personal de atención en el servicio, muestra sinceridad al expresar la disponibilidad del plato, el tiempo de espera.			68
X1.4:Empatía	20	El cliente recibe una atención personalizada del personal del Restaurante (Guardia de seguridad, telefonista, recepcionistas, entregadores, empleados directivos), sin importar el nivel de stress que estén sometidos.			62
	21	Los empleados reaccionan positivamente ante un cliente disgustado.		78	
	22	Existe amabilidad al momento de realizar su pago por parte de la persona encargada.			85
	23	Los empleados entienden las ordenes y pedidos del cliente tal como lo soliciten			71
	24	Existe amabilidad al momento de realizar el pago			60
	25	El personal comprende las necesidades y deseos del consumidor		80	
X1.5: Elementos tangibles	26	Las instalaciones físicas de los restaurantes son modernas		78	
	27	El espacio físico reúne las condiciones necesarias para prestar los servicios de alimentación		78	
	28	El personal que atiende está limpio		87	
	29	El personal que mantiene contacto con el cliente mantiene una apariencia pulcra (limpia) y agradable.			74
	30	Existe áreas para niños, áreas verdes, parqueaderos, etc.		80	
	31	La marca del establecimiento de alimentación responde a la satisfacción del cliente		78	
	32	Las instalaciones tienen acceso a personas con discapacidad, como rampas, baños y espacios adaptables		69	
	33	La publicidad del restaurante gastronómico es atractiva (carta o menu, entre otros)			76

Fuente: PARASURAMAN; ZEITHAML Y BERRY (1985), adaptado por: Vallejo, L.

Como se observa en el cuadro 5, el primer factor o dimensión Fiabilidad. Es importante tomar en cuenta que las agrupaciones de las dimensiones no serán las correctas o similares a las que planteó el autor del modelo SERVQUAL, ya que según el país y el sector enfocado del estudio en el que se aplica el modelo, estos resultados pueden diferir.

Cuadro 6. Análisis factorial percepciones del Cliente

indicadores	N°	Percepciones del cliente	1 No Aceptable	2 Aceptable	3 Muy Aceptable
X1.1: Fiabilidad	1	Confía usted en el servicio de alimentación del restaurante		62	
	2	Su percepción en la prestación del servicio es		58	
	3	Se cumple con la promesa que hace el restaurante al brindar el servicio.	48		
	4	Se cumple con los pedidos, horarios establecidos a la entrega de pedidos de los clientes		80	
	5	Se cobra el precio pactado en el servicio, y en el menú.		78	
X1.2:Capacidad de respuestas	6	Cuando usted consulta sobre el contenido del menú, la capacidad de respuesta es rápida del personal que le atiende, satisface sus expectativas.		53	
	7	El servicio de atención fue rápido y eficiente.	47		
	8	El restaurante mantiene informado a sus clientes del horario de atención, menú del día y platos a la carta disponibles	53		
	9	Los empleados priorizan la atención al cliente	47		
X1.3:Seguridad	10	Denota intención de ayuda al cliente por parte del empleado y trata de satisfacer sus inquietudes		48	
	11	Percibe algún tipo de riesgo (económico, salud, físico) al momento de recibir el producto del restaurante, como comida guardada, etc.		58	
	12	El restaurante se preocupan por la seguridad en la alimentación, nutritiva, equilibrada y saludable.	51		
	13	Mantienen confiabilidad en sus transacciones de pago, como tarjetas de crédito.		50	
	14	Se preocupan por su seguridad en las instalaciones, equipos, escaleras mecánicas, pisos mojados, instalaciones eléctricas, etc.		52	
	15	El empleado es cortés y educado al momento de prestar el servicio		46	
	16	Siente garantías al estar tratando con personas responsables y capacitadas		45	
	17	El mensaje publicitario responde a las expectativas del cliente	57		
	18	El comportamiento del Empleado inspira confianza en usted		58	
X1.4:Empatía	19	El personal de atención en el servicio, muestra sinceridad al expresar la disponibilidad del plato, el tiempo de espera.		53	
	20	Recibe una atención personalizada del personal del Restaurante (Guardia de seguridad, telefonista, recepcionistas, entregadores, empleados directivos), sin importar el nivel de stress que estén sometidos.		56	
	21	Los empleados reaccionan positivamente ante un cliente disgustado.		52	
	22	Existe amabilidad al momento de realizar su pago por parte de la persona encargada.		58	
	23	Los empleados entienden las ordenes y pedidos del cliente tal como lo soliciten	49		
	24	Existe amabilidad al momento de realizar el pago		68	
	25	El personal comprende las necesidades y deseos del		52	

		consumidor			
X1.5: Elementos tangibles	26	Las instalaciones físicas de los restaurantes son modernas	51		
	27	El espacio físico reúne las condiciones necesarias para prestar los servicios de alimentación	52		
	28	El personal que atiende está limpio		52	
	29	El personal que mantiene contacto con el cliente mantiene una apariencia pulcra (limpia) y agradable.	58		
	30	Existe áreas para niños, áreas verdes, parqueaderos, etc.	63		
	31	Le agrada de marca del establecimiento de alimentación		80	
	32	Las instalaciones tienen acceso a personas con discapacidad, como rampas, baños y espacios adaptables	70		
	33	La publicidad del restaurante gastronómico es atractiva	47		

Fuente: PARASURAMAN; ZEITHAML Y BERRY (1985), adaptado por: Vallejo, L.

El cuadro 6 pertenece al análisis factorial de las percepciones, estructuradas en cinco dimensiones, como se observó en el caso de las expectativas. Como en el caso anterior, los resultados del análisis, no coinciden con la estructura de las dimensiones del Modelo SERVQUAL, los ítems han sido modificados dependiendo del lugar los clientes o turistas no siempre tienen las mismas perspectivas.

Fase 2: Análisis Perspectiva vs Expectativa.

Índice de la calidad del servicio

Para obtener el resultado del índice de la calidad del servicio para cada dimensión, se debe calcular la diferencia entre las percepciones y las expectativas, es decir, las brechas. El primer paso fue calcular el promedio para obtener el resultado de las brechas.

Cuadro 7. Análisis de las brechas

Indicadores	N°	PERCEPCIONES Del cliente	Percepción	Expectativa	Brechas
X1.1: Fiabilidad	1	Confía usted en el servicio de alimentación del restaurante	62	78	-16
	2	Su percepción en la prestación del servicio es	58	80	-22
	3	Se cumple con la promesa que hace el restaurante al brindar el servicio.	48	87	-39
	4	Se cumple con los pedidos, horarios establecidos a la entrega de pedidos de los clientes	80	92	-12
	5	Se cobra el precio pactado en el servicio, y en el menú.	78	94	-16
X1.2: Capacidad de respuestas	6	Cuando usted consulta sobre el contenido del menú, la capacidad de respuesta es rápida del personal que le atiende, satisface sus expectativas.	53	80	-27
	7	El servicio de atención fue rápido y eficiente.	47	85	-38
	8	El restaurante mantiene informado a sus clientes del horario de atención, menú del día y platos a la carta disponibles	53	18	35
	9	Los empleados priorizan la atención al cliente	47	88	-41
	10	Denota intención de ayuda al cliente por parte del empleado y trata de satisfacer sus inquietudes	48	79	-31

X1.3:Seguridad	11	Percibe algún tipo de riesgo (económico, salud, físico) al momento de recibir el producto del restaurante, como comida guardada, etc.	58	83	-25
	12	El restaurante se preocupan por la seguridad en la alimentación, nutritiva, equilibrada y saludable.	51	78	-27
	13	Mantienen confiabilidad en sus transacciones de pago, como tarjetas de crédito.	50	73	-23
	14	Se preocupan por su seguridad en las instalaciones, equipos, escaleras mecánicas, pisos mojados, instalaciones eléctricas, etc.	52	74	-22
	15	El empleado es cortés y educado al momento de prestar el servicio	46	78	-32
	16	Siente garantías al estar tratando con personas responsables y capacitadas	45	60	-15
	17	El mensaje publicitario responde a las expectativas del cliente	57	68	-11
	18	El comportamiento del Empleado inspira confianza en usted	58	62	-4
	19	El personal de atención en el servicio, muestra sinceridad al expresar la disponibilidad del plato, el tiempo de espera.	53	68	-15
X1.4:Empatía	20	Recibe una atención personalizada del personal del Restaurante (Guardia de seguridad, telefonista, recepcionistas, entregadores, empleados directivos), sin importar el nivel de stress que estén sometidos.	56	62	-6
	21	Los empleados reaccionan positivamente ante un cliente disgustado.	52	78	-26
	22	Existe amabilidad al momento de realizar su pago por parte de la persona encargada.	58	85	-27
	23	Los empleados entienden las ordenes y pedidos del cliente tal como lo soliciten	49	71	-22
	24	Existe amabilidad al momento de realizar el pago	68	60	8
	25	El personal comprende las necesidades y deseos del consumidor	52	80	-28
X1.5: Elementos tangibles	26	Las instalaciones físicas de los restaurantes son modernas	51	78	-27
	27	El espacio físico reúne las condiciones necesarias para prestar los servicios de alimentación	52	78	-26
	28	El personal que atiende está limpio	52	87	-35
	29	El personal que mantiene contacto con el cliente mantiene una apariencia pulcra (limpia) y agradable.	58	74	-16
	30	Existe áreas para niños, áreas verdes, parqueaderos, etc.	63	80	-17
	31	Le agrada de marca del establecimiento de alimentación	80	78	2
	32	Las instalaciones tienen acceso a personas con discapacidad, como rampas, baños y espacios adaptables	70	69	1
	33	La publicidad del restaurante gastronómico es atractiva	47	76	-29

Fuente: PARASURAMAN; ZEITHAML Y BERRY (1985), adaptado por: Vallejo, L.

El cuadro 7, se pueden apreciar los resultados de las brechas entre las percepciones y expectativas de los clientes o turistas, agrupadas en cinco dimensiones.

Como se puede observar, de 33 ítems, 3 resultaron negativas con porcentaje mínimo, y solo un valor positivo en el momento de realizar el pago el personal es amable; en este contexto se

manifiesta que los clientes se sienten insatisfechos con lo que reciben. El ítem con la mayor brecha, corresponde la pregunta 9 de la dimensión de Capacidad de Respuesta.

Una vez calculadas las brechas de las percepciones y expectativas, se deben tomar en cuenta las ponderaciones de cada dimensión. Esta ponderación se realiza distribuyendo 100 puntos entre las cinco dimensiones. Se debe distribuir de acuerdo a la importancia que los clientes den a cada dimensión.

Cuadro 8. Ponderación de las dimensiones

DIMENSIONES	PONDERACION
Fiabilidad	30
Capacidad de Respuesta	18
Seguridad	24
Empatía	15
Elementos tangibles	13
TOTAL	100

Fuente: Vallejo, L.

Como se observa en el cuadro 8 la dimensión con mayor importancia para los clientes de la empresa, fue la dimensión de fiabilidad, seguido por la dimensión de seguridad, sensibilidad, empatía. La dimensión de elementos tangibles fue considerada la menos importante por los clientes. Estas ponderaciones que los clientes dieron a cada dimensión, son importantes para calcular la brecha ponderada.

Cuadro 9. Análisis de las brechas ponderadas

DIMENSIONES	PONDERACION	PERCEPCIONES	EXPECTATIVAS	BRECHAS	PERCEPCIONES	EXPECTATIVAS	BRECHAS
Fiabilidad	30	21,2	30,7	-9,5	636,8	921,00	-284,25
Capacidad de Respuesta	18	16,1	21,64	-5,6	289,3	389,52	-100,26
Seguridad	24	32,6	39,2	-6,6	782,5	940,91	-158,45
Empatía	15	11,6	15,26	-3,6	174,7	228,86	-54,12
Elementos tangibles	13	17,6	23,04	-5,5	228,6	299,49	-70,90
TOTAL	100			-31			667,98

Fuente: Vallejo, L.

El cuadro 9 corresponde al análisis de las brechas tomando en cuenta las ponderaciones de cada dimensión, que fueron proporcionadas por los clientes. Se puede observar que de acuerdo al estudio de la calidad del servicio, las brechas más significativas son de la dimensión fiabilidad -9.5, seguridad -6.6 y capacidad de respuesta inmediata -5.6 seguido de Elementos tangibles con -5.5 respectivamente, es por eso que se deben establecer estrategias de mejora para estas dimensiones. En cuanto a la dimensión empatía, se puede observar que la brecha es mínima, es decir, que los clientes se sienten más o menos satisfechos con lo que reciben de la empresa en esta dimensión.

En conclusión cuando las expectativas son superiores a las percepciones, el resultado será baja calidad percibida e insatisfacción en el servicio.

Fase 3: Propuesta

Propuestas para la dimensión de Fiabilidad

La dimensión Fiabilidad obtuvo la brecha más alta, con un valor de -9.5. Para mejorar la calidad del servicio en este aspecto, las PYMEs deben capacitar a todo el personal de la empresa, para que tengan la habilidad de ofrecer un servicio seguro, confiable, y libres de error.

Propuestas para la dimensión capacidad de respuesta

La dimensión capacidad de respuesta, el resultado es -5.6. Para mejorar la capacidad de respuesta de las PYMEs gastronómicas, se propone capacitar al personal para que facilite y ayude al trabajo del personal. Esta propuesta tiene como objetivo principal, el mejoramiento de la rapidez en la entrega del servicio.

Propuestas para dimensión de seguridad

El resultado del análisis de la brecha para la dimensión de seguridad fue de -6.6. Para mejorar la atención de los clientes, es necesario que el personal conozca todo el material que tiene en existencia, para que de este modo, pueda responder al cliente con rapidez, con personal capacitado con formación en atención al cliente.

Propuestas para la dimensión de empatía

La dimensión de empatía obtuvo la brecha más baja, con un valor de -3.6. Para disminuir esta diferencia se debe mejorar la programación de las atenciones, para evitar que los clientes esperen demasiado tiempo para ser atendidos. Siempre se deben tomar en cuenta las opiniones de los clientes y ponerse en su lugar, realizar un servicio post venta con el uso de buzones de sugerencia y página web de la empresa.

Cierre de brechas

Para el estudio de la calidad del servicio mediante el Modelo SERVQUAL se utilizó la brecha 5, que es la diferencia entre las percepciones y las expectativas de los clientes, con el objetivo de cerrar las brechas existentes y brindar un servicio de calidad al cliente o turista.

Cierre Brecha 1

La brecha 1 es la diferencia entre lo que esperan los clientes y lo que la administración de la empresa percibe que esperan los clientes. Esta se genera por muchas razones, como: falta de interacción directa con los clientes, la falta de voluntad para indagar sobre sus expectativas, o la falta de preparación para dirigir las (ZEITHAML, BITNER 2002).

Las PYMEs gastronómicas deben realizar una investigación de mercado cada cierto periodo, para saber cuáles son las expectativas de sus clientes. Se puede recurrir a las técnicas tradicionales como llamadas por teléfono, encuestas, seguimiento o por medio de un sistema de quejas.

- Base de datos de turistas: Esta investigación se emplea con frecuencia en el marketing de relaciones cuyo objetivo es fidelizar al cliente.
- Sistema de quejas: Con la solicitud de quejas, las PYMEs puede identificar y atender a los clientes insatisfechos e identificar los aspectos negativos del servicio de la empresa. Las quejas se pueden atender por la página web de la empresa, o por medio de un buzón de quejas. Es necesario registrar constante y rigurosamente el tipo de las reclamaciones de los clientes, y después trabajar para eliminar las más frecuentes.

Cierre Brecha 2

Es la diferencia entre las percepciones que tiene la administración acerca de las expectativas de los clientes, y las especificaciones de la calidad real en el servicio. Esta brecha se genera por que la empresa no selecciona el diseño ni los estándares correctos.

Para cerrar esta brecha, las PYMEs deben diseñar procesos de servicio con toda claridad, y debe evitar la simplificación de estos, o el dejarlos incompletos. También debe definir los estándares adecuados para que el personal en el cumplimiento de sus funciones.

Otra forma de eliminar esta diferencia es a través de la comunicación entre las diferentes áreas de la empresa, para que todos tengan la misma visión de los servicios que deben ser mejorados. Desde el gerente general, a los empleados del área de producción, deben entender las necesidades y expectativas de los clientes, para el trabajo realizado esté enfocado en las expectativas y necesidades de los clientes que “desean y esperan”.

Cierre Brecha 3

Es la diferencia entre las especificaciones de la calidad en el servicio y el servicio entregado. Esta brecha se genera por varios motivos; porque los empleados no entienden claramente lo que deben realizar en la empresa, porque los empleados se sienten en conflicto entre los clientes y la administración, por los empleados insatisfechos, el uso de tecnología inadecuada, las recompensas y reconocimientos inapropiados, y la falta de trabajo en equipo. Todos estos factores se relacionan con recursos humanos, es por eso que se debe enfocar todo el esfuerzo en el desarrollo de los funcionarios de la empresa.

Para cerrar la brecha 3, se debe realizar la capacitación a las personas que trabajan en la empresa, para que ellos puedan desempeñar su papel de forma apropiada. Los cursos de capacitación deben ser realizadas por profesionales en el tema de la calidad del servicio.

Otra manera de cerrar la brecha 3 es a través del trabajo en equipo, para que todo el personal se integre y establezca relaciones de trabajo y amistad. La naturaleza de muchos trabajos de servicio indica que la satisfacción del cliente se mejora cuando los empleados trabajan en equipo. Los empleados que se sienten apoyados y cuentan con un equipo que lo respaldan están mejor preparados para proporcionar un servicio de calidad (ZEITHAML, BITNER 2002).

Cierre Brecha 4

Diferencia entre la entrega del servicio y lo que se comunica a los clientes. Esta brecha se genera por varias razones: comunicación de marketing ineficientes, administración ineficiente de las expectativas de los clientes, promesas exageradas, coordinación inadecuada entre departamento de marketing con otras áreas de la empresa.

Se debe informar apropiadamente acerca de los productos y servicios que ofrecen las PYMEs gastronómicas, los recursos que utiliza para la elaboración de platos y el tiempo que tardará en el proceso de producción y servucción.

Para disminuir la diferencia entre el desempeño del servicio y las promesas realizadas, la empresa debe enfocarse en factores controlables que son; publicidad, promociones, presentación del plato, material promocional, cartas de menú y la presentación misma del local, venta personalizada, entre otros, además se debe prometer lo que es posible y lo que se tiene.

Cierre Brecha 5

Se cierra la brecha, perspectiva vs expectativa, con el cumplimiento de las cinco dimensiones mencionadas, el cumplimiento de las mismas brindan satisfacción en el turista nacional e internacional, generando la repetición de compra o el regreso del mismo, produciendo relaciones ganar – ganar.

Conclusión

Pocas son las empresas que realizan el estudio de la calidad del servicio, especialmente en las empresas de alimentación, es por eso que se realizó ésta investigación. También porque la calidad es algo indispensable en las empresas para lograr una ventaja competitiva, los estudio del nivel de la calidad son importantes, ya que permite identificar los puntos fuertes y débiles de las Pymes gastronómicas en funcione de las expectativas y percepciones del cliente o turista.

Los estudios para la medición de la calidad del servicio, se realizaron con profundidad, utilizando la herramienta del Modelo SERVQUAL, que permitió analizar las expectativas y percepciones de los clientes de la empresa, a través de las cinco dimensiones, con estadísticos que facilitan la interpretación de los resultados, como el análisis factorial exploratorio. En cuanto al análisis de Fiabilidad, los resultados del alfa de Cronbach fueron mayores a 0,6 es decir, que los ítems están relacionados entre sí.

Los resultados de las brechas que corresponde al estudio del Modelo Servqual, fueron negativos para las cinco dimensiones: la dimensión fiabilidad -9.5, seguridad -6.6 y capacidad de respuesta inmediata -5.6 seguido de Elementos tangibles con -5.5 respectivamente, por tanto, se deben establecer estrategias de mejora en estas dimensiones. En cuanto a la dimensión empatía, se puede observar que la brecha es mínima, es decir, que los clientes se sienten más o menos satisfechos con lo que reciben de la empresa en esta dimensión.

Se concluye que las expectativas son superiores a las percepciones, el resultado es baja calidad percibida e insatisfacción del servicio, siendo necesario dar importancia a la calidad del servicio en función a las expectativas del cliente.

Al concluir el estudio, se logró cumplir los objetivos establecidos, se determinó la situación actual de la empresa respecto a la calidad del servicio, se logró conocer las expectativas y percepciones de los clientes y se propuso estrategias de mejora en las PYMES gastronómicas.

Recomendaciones

Las PYMEs gastronómicas deben realizar constantemente estudios para medir la calidad del servicio, en función a las expectativas (lo que esperan los clientes) y lo que reciben (percepciones).

Las PYMES gastronómicas, se deben enfocar en mejorar las percepciones del cliente o turista, cumplir con las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL con el fin de eliminar brechas negativas.

Finalmente se recomienda analizar de manera más profunda las dimensiones del Modelo SERVQUAL en las PYMEs gastronómicas, que se beneficia al inversionista, al cliente, a los turistas, al personal que labora con una fuente de ingresos para su familia, a los productores de materia prima, en fin a la provincia y el país al lograr una imagen positiva de la gastronomía propia del lugar, se genera una experiencia agradable de satisfacción en el turista local, nacional y extranjero.

Bibliografía

- Cántu , H. (1997). *Desarrollo de una cultura de calidad* . México : McGraw-Hill.
- Cantú, H. (1997). *Desarrollo de una Cultura de Calidad*. México: McGraw - Hill.
- Gómez, C. E. (1999). Las gestión de la calidad en las entidades deportivas. *Las gestión de la calidad en las entidades deportivas*. (pág. 307). Madrid: INEFC.
- Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. . Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S. A. .
- Hernandez, S. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Izaguirre Sotomayor, M. H. (2014). *Marketing Turístico y Hotelero*. Lima -Perú: Tarea Asociación Gráfica Educativa.
- Izaguirre, M. (2012). *La calidad percibida del destino Perú y del servicio en agencias de viaje, hoteles y restaurantes. turismo y Patrimonio N° 7*. Perú: Dirección de Escuela Profesional de Turismo y Hotelería. USMP.
- Morales Castro, A., & Morales Castro , J. M. (2009). *Proyectos de Inversión, Evaluación y Formulación*. México: McGraw-Hill.
- Ruíz , C. (2002). *Marketing de servicios e Investigación comercial*. Vigo: Milladoiro .
- Triviños, A. (1987). *Introducao a pesquisa em ciencias sociais;a pesquisa qualitativa em educacao*. Sao Paulo.
- Vallejo Chávez, L. M., & Altamirano, F. (2015). *Las expectativas del ciente en la prestación de servicios de salud* (Vol. 5). ESPOCH.
- Zeithalm V. Parasuraman, A & Berry, L. (1993). *Calidad Total en la Evaluación de Servicios* . Madrid : Ediciones Díaz Santos S.A. .

AGROTURISMO, UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO LOCAL PARA LAS FINCAS PRODUCTORAS DE CACAO: CASO APOVINCES PROVINCIA DE LOS RIOS ECUADOR

Jorge Meza-Clark

Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas

Teresa Meza-Clark

Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas

Melvin López-Franco

Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas

RESUMEN

El agroturismo se constituye en una opción de diversificación de las actividades agrícolas, con lo cual se beneficia no solo la familia de los productores de Cacao si no también la población rural que, por este medio tendrá nuevas fuentes de ingreso. La actividad turística que se realiza en un espacio rural, tiene como objetivo interactuar con las personas que viven en esta zona aprendiendo, y socializando sus costumbres. Esta investigación está encaminada a la detección de aquellos factores que posibiliten la articulación de una propuesta de agroturismo como alternativa de desarrollo local para el mercado nacional de la Asociación de Productores de Cacao de Vinces (APOVINCES) y sus familias.

El diseño de esta investigación es descriptivo, cuyo objeto de estudio es el agroturismo con fincas productoras de cacao de APOVINCES. El análisis del tema se inició con la revisión bibliográfica, de documentos provenientes del Ministerio de Turismo, de la documentación y de base de datos generada por el proyecto en el desarrollo de otros objetivos, y de los actores locales del cantón Vinces. Se concluye que el identificar los atractivos y las rutas turísticas, logrando un verdadero interés del público, es de vital importancia para el desarrollo del agroturismo lo que requiere combinar o complementar con otros elementos, tales como recursos naturales, cultura y gastronomía.

Palabras claves: turismo, turismo rural, agroturismo, gastronomía, cacao

ABSTRACT

Agrotourism constitutes an option for diversification of agricultural activities, which the family cocoa farmers not only benefits but also the rural population, here by have new sources of income. The tourist activity that takes place in a rural area, aims to interact with people living in this area learning, and socializing their customs. This research is aimed at detecting those factors that facilitate the articulation of a proposal agrotourism as an alternative of local development for the domestic market of the Association of Cocoa Producers of Vinces (APOVINCES) and their families. The design of this research is descriptive, whose object of study is the agrotourism farms producing cocoa APOVINCES. The analysis of the issue began with the literature review of documents from the Ministry of Tourism, documentation and database generated by the project in the development of other objectives and local actors in the canton Vinces. It is concluded that identifying the attractions and tourist routes, making real interest of the public, it is vital for the development of agrotourism requiring combined or completed with other elements, such as natural resources, culture and gastronomy.

Keywords : tourism, rural tourism, agritourism, gastronomy, cocoa

1.-INTRODUCCIÓN

El agroturismo se perfila como un tipo de actividad turística ofrece al visitante la posibilidad de conocer aspectos de la cultura local y de aprender sobre las prácticas tradicionales de cultivo, cosecha y procesamiento de productos artesanales con cacao. Por otra parte el agroturismo se constituye en una opción de diversificación de las actividades agrícolas, con lo cual se beneficia no solo la familia de los productores de Cacao si no también la población rural que, por este medio tendrán nuevas fuentes de ingreso, argumento válido para permanecer en su espacio promulgando el desarrollo local, sin tener que migran a las grandes urbes, en pos de un futuro.

Para que el agroturismo se convierta en una fuente de ingresos permanentes para los productores de cacao orgánico de Vinces de APOVINCES y sus familias, es necesario plantear una propuesta que produzca los resultados esperados, de manera sostenible respetando no solo a la naturaleza, sino también a la historia y la cultural del medio en que se desarrolla.

Esta investigación está encaminada a la detección de los factores que posibiliten la articulación de una propuesta de agroturismo como alternativa de desarrollo local, para la Asociación de Productores orgánicos de Cacao de Vinces (APOVINCES) y sus familias.

2.- REVISION BIBLIOGRAFICA.

2.1.- Turismo

El turismo es un fenómeno cultural, económico y social que mueven masas en todo el mundo, se lo relaciona con las personas que se trasladan de un lugar a otro fuera de su residencia habitual por razones diversas donde se promueven viajes con distintos fines ya sean estos de carácter profesional, descanso, ocio, esparcimiento, motivos culturales y negocios. Estas personas se señalan como visitantes o pueden llamarse residentes o no residentes, turistas o excursionistas, donde el turismo se ve involucrado a todas sus actividades y este genere a un gasto turístico. (OMT, 2014). En este concepto se apreciar el alto grado de movilidad humana que este fenómeno ocasiona y la gran cantidad de recursos financieros que esta actividad promueve.

Para la clasificación de las tipologías de turismo existentes se debe tomar en consideración las razones de porque las personas realizan un viaje turístico, por el cual se debe distinguir cuales son los afines de los turistas o de un grupo de visitantes. (Eumed, 2015).

El turismo en espacios rurales, es un concepto amplio que se refiere a las diferentes actividades de esparcimiento, que se pueden realizar en el medio rural y que incluye modalidades tales como, turismo rural, turismo ecológico, turismo de aventura, turismo cultural, turismo joven, turismo social, turismo de salud, y turismo deportivo. Esas actividades, antes poco valoradas, han pasado a integrar verdaderas cadenas productivas, involucrando fincas, transportes, restaurantes, comunicaciones, entre otras actividades, constituyéndose en un agente impulsor del desarrollo, principalmente de actividades no agrícolas en la zona rural.

Se define al turismo rural como una actividad turística que se realiza en un espacio rural, que tiene como objetivo interactuar con las personas que viven en esta zona rural aprendiendo, socializando sus costumbres y tradiciones consolidando la convivencia con ellos. (OMT, 2015).

Según Veraldi (2001), señala dos características del turismo en el espacio rural. La primera tiene relación con el potencial turístico del medio rural, asociado a que este no exige que la región tenga atractivos naturales extraordinario, sino que posea aspectos culturales bien desarrollados; una arquitectura apreciables, una gastronomía característica del lugar, que la población conserve hábitos y costumbres, tornando a la zona interesante, como un todo. La segunda tiene que ver con la posibilidad de crear eslabonamiento con otras actividades tales como la elaboración de alimentos caseros (panes, pasteles, quesos, conservas, mermeladas, dulces etc.) senderos para caminatas ecológicas entre otros.

El propósito principal de los viajes destinados al turismo rural es que el turista conviva e interactúe con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma (Sector, 2002, 2007). Otra definición es la que da Boullón (2008), la cual conceptualiza al turismo rural y además aclara confusiones diciendo que “La definición de Turismo Rural no debe ser confundida con Ecoturismo; la primera gran diferencia se debe a que el

Turismo rural se practica en predios de propiedad privada, mientras que el ecoturismo solo es posible en los parques nacionales o en áreas naturales protegidas, administradas por el Estado o vigiladas, mantenidas y financiadas por la actividad privada o a través de ONG.”(Boullón, 2008,38).

El turismo rural se subdivide en: a) Agroturismo, b). Pesca y caza, c). Turismo, d) Rutas Alimentarias, e). Turismo Deportivo, f) Ecoturismo, g) Etnoturismo. Ministerio de Turismo de Ecuador (MINTUR 2015).

El Agroturismo es una forma de turismo rural que presenta características particulares en la organización de la oferta conectada a la hacienda agrícola. Para el consumidor europeo se habla de la producción típica, de origen geográfico, de las características artesanales, del proceso de transformación, de la particularidad de la utilización de la gastronomía, independientemente si son objeto de una forma de garantía o protección comunitaria y/o nacional. (Programma d'iniziativa Comunitaria LEADER II Comunicazione CEE 94/C/180/12 Italia dell' 1/7/1994).

El Agroturismo está asociado a la participación y observación activa del turista en las entidades agropecuarias y la prestación de servicios de alojamiento y gastronomía local dentro de la propiedad agrícola, por ejemplo: elaboración de dulces, ordeños, manejo de la hacienda, arreos, trabajo, de maquinaria agrícola, cosechas en forma manual, etcétera (Boullón, 2008:40).

2.2 Turismo Rural en América Latina

La actividad del turismo es impulsada como una alternativa de desarrollo por varios países. En América Latina hay países como Uruguay que cuentan con iniciativas aisladas para el turismo rural en la que dos empresarios, promovieron esta actividad después de haber tenido una experiencia en Europa de este tipo de empresas. En Brasil los establecimientos turísticos rurales son en su mayoría

Inversiones privadas de carácter hotelero que se realizan en establecimientos agropecuarios, siendo el turismo interno el consumidor de estos pocos establecimientos turísticos rurales, se localizan en los estados de Río Grande do Sul y Paraná.

Uno de los países con mayor actividad y oferta en el turismo rural es Argentina, país en el que la gran mayoría de la tenencia de las tierras es privada, debido a que su sistema de explotación desde la colonia es capitalista. Los establecimientos rurales en su mayoría están dedicados a la frutihorticultura y productos regionales, como el tabaco, té, yerba mate, etc. Según Boullón (2008) el turismo rural en Argentina inicia en la década de 1980. siendo Argentina uno de dos países que tienen políticas nacionales de turismo rural, como lo enuncia Boullón (2008).

Chile es el otro que cuentan con políticas nacionales de turismo rural, a cargo del Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP), organismo responsable de la asistencia técnica al campesinado y pequeños productores, teniendo como ejemplo a los proyectos de las comunidades mapuches, en el que se fijó como meta lograr que en todos los recursos regionales haya “eco museos” destinados a facilitar la comprensión de la cultura rural de cada región.

El turismo rural en México vincula dos posiciones, el punto de vista social y el de la conservación ambiental, ya que en muchos de los poblados rurales aún se encuentran en entornos con mayor conservación de flora y fauna, por ende existe un equilibrio entre sociedad y biodiversidad, símbolo de la mayor parte de las culturas mesoamericanas que debido a sus

tradiciones ancestrales se contempla un gran respeto hacia la naturaleza, ya que sus actividades diarias son en correlación con la diversidad biológica.

En Latinoamérica se puede visualizar que en la mayoría de los países de Latinoamérica aún no existe un desarrollo formal y establecido que permita tenerlos como punto de referencia del turismo rural, son escasos los lugares que ofrecen turismo rural, y que además sean administrados por los pobladores, ya que muchos de ellos son operados por empresas privadas y el habitante rural se convierte simplemente en empleado, alejándose así de la verdadera esencia del turismo rural.

2.3.- El Turismo en el Ecuador.

El Ecuador es un país mega diverso, cuenta con cuatro regiones: Costa, Sierra, Oriente y el Archipiélago de Galápagos. Posee una diversidad de especies de flora y fauna, con alto grado de endemismo en cada región. Debido a sus atractivos naturales, patrimoniales, culturales el país es un lugar maravilloso y paradisíaco (MINTUR, 2015). En el gobierno de Sixto Duran Ballén en el año 1992 fue creado el Ministerio de información y Turismo, donde se evaluó que el turismo es una actividad que desarrolla la economía de un país. En 1994 cuando se evidenció un incremento en el sector turístico, razón por la que se proyectó el fortalecer e impulsar esta actividad.

El turismo en el Ecuador ha tenido cambios favorables y esto se debe a que el Ministerio de Turismo (MINTUR 2015) se está reformando y como fruto tenemos el Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible para Ecuador (PLANDETUR), el mismo que se propone a tener una visión hasta el 2020, esta información fue exhibida en el 2007 teniendo como objetivo potencializar al Ecuador en unos 11 años y desarrollar un turismo sostenible (PLANDETUR, 2015)

Según PLANDETUR (2015) define la actividad de Agroturismo como la hospitalidad que bajo pago es ofrecida por las empresas agrarias, asociaciones o agricultores individuales. Según IICA en su informe de turismo rural en Ecuador (2008) define al Agroturismo, como una actividad cuya finalidad es mostrar y explicar al turista el proceso de producción en los establecimientos agropecuarios, se caracteriza además por la participación de los turistas y visitantes en los procesos productivos del campo y por el contacto con la familia de los agricultores. Encontrándose directamente relacionadas con esta actividad las fincas o haciendas.

2.4.- Actividad Agro turística en Ecuador

El Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) en el año 2003 solicitó a la Organización Mundial de Turismo (OMT) una Misión para definir el Programa de Turismo Rural en el Ecuador, a cargo del Consultor de la OMT, Lic. Federico Wyss, quien entregó un informe denominado "*Bases para el desarrollo del turismo rural en Ecuador*", el mismo que recoge un profundo análisis de situacional y además establece unos pasos a seguir.

Tanto en el PLANDETUR como en el informe de Federico Wyss, pone de manifiesto el potencial uso de fincas, haciendas y plantaciones como recurso turístico, muy análogos en concepto a los parques temáticos, por su aspecto agrícola y cultural, valor educacional, potencial recreativo y aportes científicos.

Como parte del desarrollo del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador al año 2020 (PLANDETUR 2020) en su diagnóstico de Ecuador se realizó una consultoría de productos, que fue analizada y validada por un grupo de especialistas llamado *Grupo de trabajo de mercadeo*. Este estudio identificó 11 líneas de producto y sus variedades específicas para el Ecuador. El producto Agroturismo fue uno de los productos prioritarios y potenciales, las variedades que incluye son: haciendas, fincas y plantaciones. Dos productos sobresalen de este análisis: "*Paseo de los Sabores... Cacao, Banano, Café*" y "*Ruta de las Flores, plantaciones de flores del Ecuador*".

A finales del 2008 se realizó en la provincia de los Ríos el “Curso de capacitación para haciendas agro turísticas” el cual promovía la participación de propietarios de haciendas de la provincia de Los Ríos, que manifiesten su interés. En el año 2009, el MINTUR desarrolló la consultoría “*Conformación de una Red de Agroturismo en las provincias de Guayas y Los Ríos*” que procuraba identificar la oferta de agroturismo, consolidarla y generar un proceso de comercialización.

El estudio evidenció que la cadena de valor en el producto agroturismo está fragmentada y en algunos casos es inexistente, por ello se hace necesario reforzar aspectos que procuren dinamizar la creación de la misma. El citado estudio también indica que “la correcta implementación de la Red de Agroturismo, dará lugar al encadenamiento productivo, la asociatividad entre productores y la diversificación económica de las haciendas, al generar beneficios económicos no sólo a los propietarios, sino también a los trabajadores y comunidades aledañas, al generar fuentes de empleo e ingresos, y al impulsar proyectos agro turísticos viables de iniciativas locales. Puede generar también beneficios indirectos como educación y mejoramiento de la infraestructura pública.”(Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009).

2.5.- Asociación de Productores de Cacao (APOVINCES).-

Es una Asociación dedicada a la siembra, cultivo, cosecha y exportación de cacao nacional fino de aroma o “cacao de arriba”, se encuentra asentada en el cantón Vinces de la Provincia de los Ríos. En la actualidad aglutina a casi 300 socios/as legalizados de los cantones Baba, Palenque, y Vinces, además de 300 a 400 productores en tránsito.

En el 2006 APOVINCES realiza alianza con la Universidad de Guayaquil a través de la firma de un convenio, en el cual el Centro Educativo da en calidad de préstamo parte de las instalaciones universitarias ubicadas en el cantón Vinces para el acopio y secado de cacao, además de contar con la asesoría de la Facultad de Ciencias para el Desarrollo, para el sostenimiento de la calidad del producto y la disponibilidad de la asociación para que los estudiantes realicen prácticas y tesis con los agricultores. Hasta el momento ha sido una alianza exitosa para ambas partes. En el 2014, la Facultad de Ciencias Administrativas aprovechando la alianza con APOVINCES presenta un proyecto a la Dirección de Investigación de Proyectos Académicos (DIPA) de la Universidad de Guayaquil, denominado “*Negocios alternativos con cacao nacional: contribución al cambio de la matriz productiva*”, y entre uno de sus productos se encuentra la propuesta de Agroturismo con fincas productoras de cacao como alternativa de desarrollo regional.

3.- METODOLOGIA

El diseño de esta investigación es descriptivo, cuyo objeto de estudio es Determinar los factores que dinamizan la articulación del agroturismo como alternativa de desarrollo local, para la asociación de productores de cacao orgánico de Vinces (APOVINCES) y sus familias. El análisis del tema se inició con la revisión bibliográfica, de documentos provenientes del Ministerio de Turismo, de la documentación, Plan de Turismo del País, la base de datos generada por el proyecto en el desarrollo de otros objetivos, y de los actores locales del cantón Vinces. Para el desarrollo de la investigación, se contó con la participación de los socios de APOVINCES y sus directivos, para el diseño de la propuesta se realizó un diagnóstico de la situación del turismo en el área donde están asentadas 10 fincas las serán parte del diseño de agroturismo para asociación. Las técnicas que se aplicaron en la investigación, fueron la recopilación de información secundaria sobre el agroturismo, talleres de fortalecimiento con los socios. Visitas de observación a las fincas que estarán en el circuito de agroturismo. Entrevistas a Expertos en agroturismo.

4.- RESULTADOS

Los resultados de la investigación se estructuraron en cinco temas: valoración de infraestructura, Atractivos turísticos del sector, gastronomía del sector, Capacitación de los actores locales y Comunicación de la oferta.

4.1.- Valoración de infraestructura.

Según datos del MAGAP, la superficie total de cultivos en la provincia es de 637.307 hectáreas con un total de 41.712 UPAs, siendo lo más representativo la producción del cacao con 13.717 UPAs y una producción total de 14.225 toneladas, que cubre una superficie de 58.572 hectáreas, ocupando el primer lugar en el país.

Tabla 1 Número de UPAs y superficie por categorías de uso del suelo en Los Ríos

Usos del suelo	UPAs	Hectáreas
Cultivos permanentes	25.363	216.944
Cultivos transitorios y barbecho	30.285	228.486
Descanso	5.026	28.144
Pastos cultivados	4.447	70.077
Pastos naturales	2.549	31.638
Páramos	-	-
Montes y bosques	5.291	45.585
Otros usos	29.178	16.433

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. III Censo Nacional Agropecuario

En la tabla 1 se puede apreciar la cantidad de unidades de producción agropecuarias que se registraron en la provincia, lo que evidencia que la zona posee los recursos necesarios para la promoción del agroturismo como una actividad que impulse el desarrollo local, dentro de esta distribución general se encuentran registradas las haciendas, fincas y ranchos que potencialmente podrían añadir como un valor agregado las actividades turísticas.

En el informe presentado por la consultora SAMBITO realizado para el MINTUR en el año 2009, se procedió a realizar un diagnóstico de la situación de las haciendas, fincas y ranchos de la provincia de los Ríos, investigación de la que obtendremos datos estadísticos que demuestran la realidad de estos sectores con respecto a la infraestructura para el desarrollo del agroturismo.

De acuerdo a la investigación realizada por la consultora SAMBITO (2009), se puede dividir las haciendas, fincas y ranchos visitados en 5 tipos:

simbología	Descripción
A1	. Que realizan actividades agrícolas y pecuarias, y que exhiben sus productos al público, mediante un precio
A2	. Haciendas o fincas con actividades agrícolas y con alojamiento incluido.
B	Haciendas o fincas que ya no realizan actividades de agricultura ni ganadería y están abiertas al público.
C	Haciendas que con asesoramiento y una mínima inversión podrían iniciar la operación turística.
D	Haciendas que primero deben invertir para mejorar sus instalaciones antes de iniciarse en la operación turística.
E	Lugares de esparcimiento dedicados a un tema específico.

Tabla 2 Perfil de las haciendas, fincas y ranchos visitados de la provincia de los Ríos

TIPO	HACIENDA/FINCA	PROVINCIA
A1	Rancho Evidencia	Los Ríos
A2	Rodeo Grande	Los Ríos
B	Hacienda la Virginia	Los Ríos
C	Hacienda Reina del Cisne I	Los Ríos
	Finca Norma María	Los Ríos
	Hacienda Banaetelvira	Los Ríos
	Pichilingue	Los Ríos
D	Hacienda La María	Los Ríos
	Hacienda San Antonio	Los Ríos
	Hacienda Luleche	Los Ríos
	Hacienda San Marco	Los Ríos
	Hacienda El Bosque	Los Ríos
	Hacienda Las Américas	Los Ríos
E	Hacienda La Isla	Los Ríos
	Hacienda Marianella	Los Ríos
	Camino al Sol	Los Ríos
	Pisagua Bajo	Los Ríos

Tomado de : Consultora Ambiental SAMBITO (2009)

Elaboración: Equipo de Investigación

Se puede observar en la tabla 2 la distribución en la provincia de las haciendas, fincas y ranchos, que mantiene alguna actividad turística, que están agrupadas en 5 categorías, el 65% de esta muestra lo constituyen las haciendas y el 35% las fincas y ranchos

Tabla 3 Perfil de las haciendas, fincas y ranchos visitados ubicados en los cantones Vinces y Baba de la provincia de los Ríos

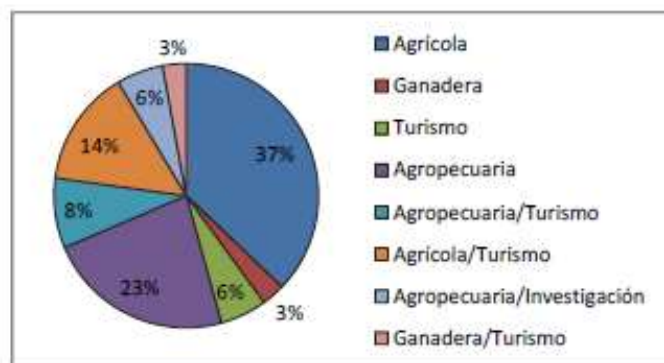
TIPO	HACIENDA/FINCA	PROVINCIA	UBICACION	CENTRO URBANOS CERCANOS
A2	Rodeo Grande	Los Ríos	Km 12.5 vía Baba - Guare	Baba, Babahoyo
C	Hacienda Reina del Cisne I	Los Ríos	Km 5 vía Baba - Isla de Bejucal	Baba
	Finca Norma María	Los Ríos	Ingreso a la parroquia San Juan	Baba
	Hacienda Banaetelvira	Los Ríos	Vía Vinces - Antonio Sotomayor	Vinces
D	Hacienda San Antonio	Los Ríos	Km 4.5 vía Vinces - Antonio Sotomayor	Vinces
	Hacienda Las Américas	Los Ríos	Km 14 vía Vinces - Pozo Seco Palisada	Vinces
	Hacienda La Isla	Los Ríos	Vía Vinces - Pozo Seco Palisada	Vinces
	Hacienda Marianella I	Los Ríos	Km 3.5 vía Baba - Guare	Baba, Babahoyo

Tomado de : Consultora Ambiental SAMBITO (2009)

Elaboración: Equipo de Investigación

En la tabla 3 se puede apreciar que el 47% de las haciendas y fincas, se encuentran asentadas en los cantones de Vinces y Baba, de estas UPAs que se asientan en estos cantones el 75% son haciendas y el restante 25% estarían las fincas y ranchos

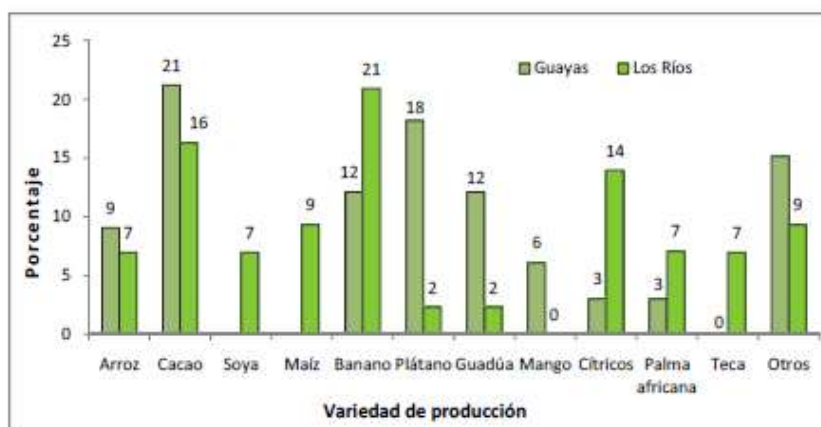
Figura 1 Actividades de las haciendas y fincas visitadas



Elaboración: Consultora Ambiental SAMBITO (2009)

Observar en la figura 1 que del total de haciendas y fincas visitadas el 37% se dedica a la producción netamente agrícola, el 3% a la ganadería, el 23% realiza actividades agropecuarias, el 25% se dedica a la operación turística como complemento a actividades agrícolas y/o ganaderas, el 6% no realizan actividades agrícolas ni pecuarias pero se encuentran abiertas al público, y el porcentaje restante (6%) desarrollan actividades de investigación agrícola y pecuaria

Figura 2 Producción agrícola en las haciendas visitadas

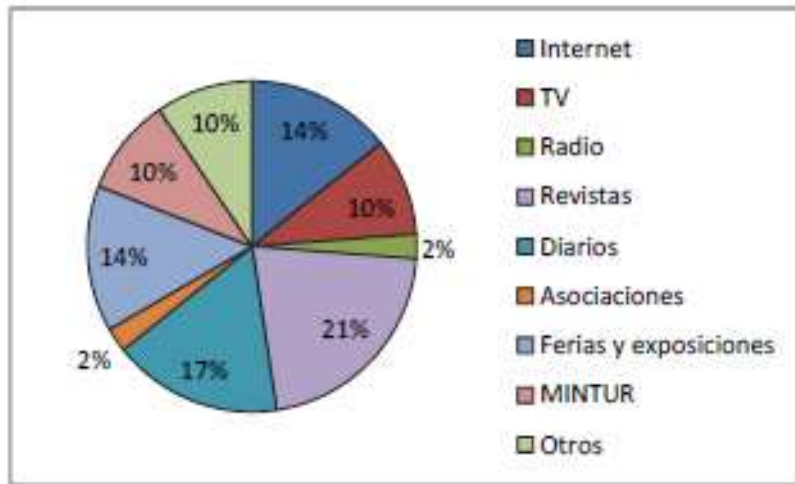


Elaboración: Consultora Ambiental SAMBITO (2009)

La figura 2 establece una comparación entre las producciones de las haciendas visitadas en las provincias del Guayas y Los Ríos. En las haciendas de la provincia del Guayas, lo que más se produce a nivel agrícola es el cacao (21%), plátano (18%), banano (12%), caña guadúa (12%) y arroz (9%). Mientras que en Los Ríos, el banano (21%), cacao (16%), cítricos (14%), maíz (9%), palma africana (7.05%), teca (7%) y soya (7%) son las plantaciones que más se cultivan, dada las condiciones óptimas del suelo, las condiciones climáticas y la cercanía de diversos ríos, que facilitan el riego para los cultivos.

En ambas provincias, los cultivos que más se producen entre las haciendas estudiadas son el cacao y el banano, seguidos del arroz, caña guadúa, otros (teca y frutas tropicales), plátano y cítricos.

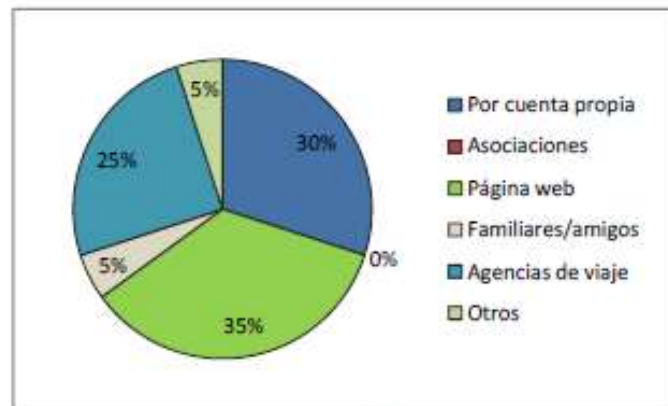
Figura 3 Principales medios de promoción utilizados por las haciendas



Elaboración: Consultora Ambiental SAMBITO (2009)

En la figura 3 se visualiza los distintos medios que utilizan las haciendas y fincas agroturísticas para comunicar los méritos de sus productos y servicios, y persuadir a los turistas para que los visiten se destacan: las revistas (21%), diarios (17%), internet (14%), ferias y exposiciones (14%); así como la percepción del turista (otros), la cual recalcaron es un pilar fundamental a la hora de hacer turismo, ya que de su satisfacción depende el éxito de sus negocios.

Figura 4 Principales medios de comercialización utilizados por las haciendas



Elaboración: Consultora Ambiental SAMBITO (2009)

La figura 4 se aprecia datos en lo que respecta a la comercialización, las haciendas optan por realizarlo a través de sus páginas de internet (35%), por su propia cuenta y mecanismo (30%), y por medio de agencia de viaje y/o operadoras turísticas (25%).

Tabla 4 Principales resultados de la evaluación de la infraestructura física

Sector		INFRAESTRUCTURA FÍSICA					
		Aeropuertos	Carreteras	Servicios básicos	Simbología y señalización	Centros de información	Servicios médicos
LOS RÍOS	Babahoyo	NA	●	○	○	○	○
	Baba	NA	○	○	○	○	○
	Montalvo	NA	●	○	○	○	○
	Vinces	NA	○	○	○	○	○
	Rcto. Antonio Sotomayor	NA	○	○	○	○	○
	Quevedo	NA	●	○	○	○	○
	Rcto. La Esperanza	NA	○	○	○	○	○
	Valencia	NA	○	○	○	○	○
	Mocache	NA	○	○	○	○	○

● Alto ○ Medio ○ Bajo NA No aplica

Elaboración: Consultora Ambiental SAMBITO S.A. (2009)

En la tabla 4 respecto a las carreteras, las vías que conducen a la mayoría de las haciendas se encuentran en mal estado. Sin embargo, las carreteras principales, es decir, aquellas que conducen a las ciudades principales, se encuentran en excelentes condiciones. Se evidencia que los servicios básicos se encuentran en un nivel medio bajo, la señalética conserva los mismos niveles que los servicios básicos, en relación a los centros de información los niveles que predominan son los bajos, al igual que los servicios médicos.

Tabla 5 Principales resultados de la evaluación de la infraestructura de recursos humanos

Sector		INFRAESTRUCTURA DE RECURSOS HUMANOS			
		Universidades	Escuelas de idiomas	Centros de capacitación	Disponibilidad de RRHH
LOS RÍOS	Babahoyo	●	●	●	○
	Baba	○	○	○	○
	Montalvo	○	○	○	○
	Vinces	○	○	○	○
	Rcto. Antonio Sotomayor	○	○	○	○
	Quevedo	●	●	●	○
	Rcto. La Esperanza	○	○	○	○
	Valencia	○	○	○	○
	Mocache	○	○	○	○

● Alto ○ Medio ○ Bajo NA No aplica

Elaboración: Consultora Ambiental SAMBITO S.A. (2009)

En la tabla 5 se percibe la escasa presencia de universidades, escuelas de idiomas y/o centros de capacitación. La mayor parte de estas instituciones se encuentran en las principales ciudades.

La asociación de productores orgánicos de Vinces tiene 240 fincas que están agrupadas en la organización, que son UPAS certificadas de las que el 5% estarían en condiciones de iniciarse en la actividad del agroturismo, al realizar la evaluación de la infraestructura y el recurso humano, se dieron los siguientes resultados.

Tabla 6 Resultados de la evaluación de la infraestructura y del recursos humanos

Asociación	Carreteras	Servicios básicos	Simbología y señalética	Centro de información	Servicio médico	Disponibilidad de Recursos Humanos	Universidad

APOVINCES	Medio	Medio	Medio	Medio	Bajo	Alto	Alto
-----------	-------	-------	-------	-------	------	------	------

Elaborado por: equipo de investigación.

En esta tabla se puede observar los resultados de la evaluación referente a la infraestructura, que alcanza una valoración de media, en los cuatro primeros ítems y en relación al recurso humano se alcanzó una valoración de alto.

4.2.- Atractivos Turísticos del Sector.

En el taller dictado a los directivos de la asociación APOVINCES, sobre fortalecimiento se identificaron cuatro lugares considerados por los directivos como atractivos turísticos (las playas de Vinces, humedal abras de mantequilla, malecón del río Vinces, replica de la Torre Eiffel, ubicada parque central de Vinces, la Iglesia de Vinces), también se identificaron cinco fechas importantes en el calendario de Vinces, que se convierten en un atractivo turísticos (Fuera bordismo, Regata Guayaquil-Vinces, Fiesta de Cantonización, la Noche Veneciana).

Algunos previamente identificados en el inventario oficial del MITUR y/o en el de la Cámara Provincial de Turismo de la Provincia de los Ríos. De los atractivos propuestos todos serán considerados dentro de la propuesta de agroturismo.

4.3. Gastronomía del Sector.

Se identificó también en los talleres de fortalecimiento los sabores y platos típicos como (Ayampaco de boca chico, muchines de soya, caldo de salchicha, tapados de verde, ayacas, caldo de bola, dulce de carambola, tortas de maduro, zapallo, camote, rompopo) los que serán incorporados en la propuesta de agroturismo, además de la generación de productos derivados del cacao que se están produciendo de forma artesanal por los socios de APOVINCES, como son: mermelada de maguey, vino de cacao, nib de cacao, bolas y barras de chocolate. el consumo del grano directamente de la mazorca recién cortada es para algunos habitantes de Naranjal una costumbre popular.

4.4.- Capacitación de los asociados de APOVINCES

Se capacitó a los actores que estarán involucrados en la prestación de servicios, entendiendo la capacitación como un proceso permanente e indispensable en la gestión de calidad de los servicios turísticos. Previo a los seminarios de capacitación, se realizó un taller de socialización del proyecto y otro de inducción turística, los cuales sirvieron para presentar afirmar los objetivos y alcance de la propuesta de agroturismo para APOVINCES.

Se detectaron las necesidades de capacitación a través de:

- Revisión del perfil de emprendedor cacaotero y su familia información que fue levantado con anterioridad en la ejecución del objetivo dos del proyecto de negocios alternativos con cacao.
- Pronunciamento directo de los actores locales durante el Taller de Socialización,
- identificaron las áreas en las que, según su criterio de los socios, requerían capacitación.

Teniendo en cuenta estos aspectos, se plantea un Programa de Capacitación con dos etapas: La primera etapa tendrá un enfoque amplio hacia toda la población de Vinces, comenzando por un taller de inducción turística para los prestadores de servicios turísticos de la localidad, es decir: los prestadores de servicio de Restaurant, los prestadores de servicio de alojamiento, los prestadores de Alimentos y Calidad Alimentaria, también se integraran a esta capacitación, los servidores del departamento de turismo de Municipalidad de Vinces a los que se les dará los talleres de Relaciones Humanas, Servicio al Cliente e Inducción al Turismo En la segunda etapa de la capacitación se dictará seminarios referentes a Administración y Presupuesto, Servicio de Restaurant, Alimentos y Calidad Alimentaria orientada solo a los prestadores de servicio.

4.4.- Comunicación de la Oferta.

Como parte de esta investigación, se realizó el planteamiento de un diseño de material de comunicación que permita difundir las posibilidades de uso turístico de los atractivos de la zona y la fincas que estará dentro de circuito de agroturismo; dicho material se refiere específicamente al diseño de un tríptico y una página web.

Las propuestas están diseñadas para destacar los atractivos más significativos de la zona. Tanto la información de la página web como la del tríptico, pretenden facilitar la comprensión de dichos atractivos por parte del consumidor final, pero también son una herramienta de trabajo para los organizadores profesionales de viajes. Tanto la folletería que se diseñará como la página web pueden ser inmediatamente implementadas (impresión, distribución y puesta en red); la página web debería integrarse a la página de <http://ecuadorcostaaventura.com/> como también la página de web de la asociación de productores orgánicos de cacao de Vinces.

La versión final del material, en cuanto a formato y contenido, puede y debe ser ajustada a las decisiones que tome la directiva de la asociación la cual se considera un requisito indispensable para implementación del agroturismo en APOVINCES. Como parte de la promoción que se realizará se harán visitas a los diversos medios comunicación nacional y especializada, lo, así como su inclusión en páginas web (ej. www.ecuaventura.com) aspecto que sin duda ha estimulado el interés del público y de los medios en este destino turístico.

5. CONCLUSIONES

El identificar los atractivos y las rutas turísticas, en diversas regiones del país y lograr un verdadero interés del público, es de vital importancia para el desarrollo del agroturismo lo que requiere combinar o complementar con otros elementos, tales como recursos naturales, cultura y gastronomía. Además es importante resaltar la que existan mecanismos de coordinación institucional que proporcionen soporte en términos de capacitación, crédito, información, promoción, investigación de mercado, aspectos de viabilidad y otros. Por ello se hace necesario reforzar la cadena de valor y entre ellos los aspectos que procuren dinamizar la creación de la misma, dando lugar al encadenamiento productivo, la asociatividad entre productores y la diversificación económica entre las fincas, generar fuentes de empleo e ingresos, y al impulsar proyectos agro turísticos viables de iniciativas locales.

BIBLIOGRAFIA

- ABASTAFLORES, Alberto (s/a). Profesionalización en el manejo del turismo rural en Bolivia. La Paz, Universidad Católica Boliviana.
- BOROWY Francia, PICADO Marco, MIRANDA Guillermo (s/a). Programa de gestión local de eco empresas turísticas. San José, Dirección de Microempresas Turísticas y Fundación para la información en sostenibilidad.
- FEDERACIÓN PLURINACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO DEL ECUADOR - FEPTCE (2007). Guía de Turismo Comunitario del Ecuador. Quito, FEPTCE.
- INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO (2002). Política Nacional de Agroturismo Sostenible.
- IZQUIERDO Juan, RODRÍGUEZ Marcos y DURÁN Marcela (2007). Manual de buenas prácticas para la agricultura familiar. FAO.
- LORES DOMÍNGUEZ Carmen (s/a). Agroturismo: nuevos productos y servicios turísticos en el medio rural. Madrid, Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Formación de una Red de Agroturismo en las provincias de Guayas y Los Ríos| **193**
Consultora Ambiental SAMBITO S.A.
- La presente información ha sido impresa en papel ecológico, fabricado a partir de la fibra de caña de azúcar, materia prima natural, renovable, reciclable y 100% biodegradable.*

MCNEELY A. Jeffrey, SCHERR Sara (s/a). Eco agricultura: Estrategias para alimentar al mundo y salvar la biodiversidad silvestre.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR (2007). Catastro de establecimientos turísticos de las provincias de Guayas y Los Ríos.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR (2008). Inventario de atractivos turísticos de las provincias de Guayas y Los Ríos.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR (2002). Ley de Turismo del Ecuador.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR (s/a). Manual de marca Logo del Ministerio de Turismo del Ecuador.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR (S/a). Manual de uso de la Marca Turística del Ecuador.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR (s/a). Manual de uso y aplicación de marca de la Ruta del Spondylus.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR (2008). Plan de Marketing Turístico.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR (2008). Políticas de Turismo Sostenible.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR (2002). Reglamento General de Actividades Turísticas.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, TOURISM & LEISURE ADVISORY SERVICES (2007). Informe final del diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador - PLANDETUR 2020.

MINISTERIO DE TURISMO, UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO (2002). Informe técnico de la Ruta del Cacao. Guayaquil, UESS.

ORDÓÑEZ Wilmer (1998). Guido Garay... Un testimonio necesario. Compendio "Una proyección estética costeña" escrita por Guido Garay. Guayaquil, Nueva Luz.

PARRA LÓPEZ Eduardo, CALERO GARCÍA Francisco (s/a). Agroturismo, turismo sostenible y ultra periferia: Una aproximación al caso insular Canario. Tenerife, Universidad de la Laguna.

QUALITUR (2006). Memoria anual de actividades. Implantación de sistemas de calidad y gestión medioambiental en las empresas y entidades turísticas de la Comunitat Valenciana. Valencia, Qualitur.

SECRETARÍA DE TURISMO DE ARGENTINA (2009). Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016. Regímenes de Incentivos a la Inversión Turística. Buenos Aires, Dirección Nacional de Desarrollo Turístico.

SECRETARÍA DE TURISMO DE MÉXICO (s/a). Programa de Competitividad. Integración de Agrupamientos Turísticos Competitivos "Clusters Turísticos". México, SECTUR.

SZMULEWICZ Pablo, ÁLVAREZ Karina y SEPÚLVEDA Rocío (2007). Agroturismo en Chile: Caracterización y perspectivas. Santiago de Chile, Fundación para la innovación agraria de la Universidad Austral de Chile.

THE NATURE CONSERVANCY ARLINGTON (2004). Desarrollo del ecoturismo. Un manual para los profesionales de la conservación volumen II. Virginia.

URIBE RESTREPO Daniel, MORENO Pedro (2008). El ecoturismo y agroturismo como herramientas de conservación y bienestar comunitario en reservas naturales de la sociedad civil en Colombia.

Referencias multimedia:

<http://www.recorrecuador.com/ecuador/costa/provincia-de-los-rios>

<http://www.ecuale.com/losrios/>

<http://www.haciendarosaherminia.com>

<http://www.sica.gov.ec/censo/contenido/index1.htm>

<http://www.viajandox.com/losrios.htm>

<http://www.agroturismoecuador.org/>

AL RESPECTO DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN ECUADOR:

¿MERCANTILISMO O INTEGRIDAD CULTURAL Y NATURAL?

Dr. Carlos García Palacios
FLACSO – España
cargarpal@gmail.com

Resumen

El turismo comunitario, definido como toda actividad turística solidaria, que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural y el manejo adecuado del patrimonio cultural, basado en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales, se ha convertido desde los años ochenta en una actividad estratégica para muchas comunidades mestizas e indígenas del Ecuador, y ha sido promovido como una alternativa de desarrollo, particularmente en áreas rurales periféricas, donde las actividades agrícolas tradicionales han venido disminuyendo.” Para la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador, FEPTCE, entidad que agrupa a la mayoría de los emprendimientos indígenas y mestizos, el Turismo Comunitario debe brindar un modelo de desarrollo alternativo, que priorice la integridad cultural y natural del Ecuador, por encima de la predominante “visión mercantilista de poder.” Al respecto, surge el principal interrogante de esta investigación: ¿existe unidad de criterios entre el sector indígena y el sector mestizo?

Palabras Clave: turismo, comunidad, integridad, desarrollo, mercantilismo.

Introducción

En el Ecuador, la descomposición del régimen de hacienda a raíz de los procesos de reformas agrarias de los años sesenta y setenta provocó dramáticas modificaciones en los modos de vida de los campesinos e indígenas. Aun así, buena parte de las instituciones comunitarias se mantuvieron y algunas comunidades incluso cobraron una nueva vitalidad. (Ruiz Ballesteros y Vintimilla, 2009) Por iniciativa de algunas ONG que trabajaban en la zona, incursionaron en la elaboración y venta de artesanías y no pocas se insertaron en nuevas e innovadoras soluciones de desarrollo sostenible a través del denominado turismo comunitario, un modelo que se caracteriza por el hecho de que las comunidades rurales indígenas o mestizas se encargan de al menos de una parte del control de esta actividad, recibiendo también una parte de los beneficios económicos (Ruiz Ballesteros, Hernández, Coca y Cantero, 2008).

Su rasgo distintivo es su dimensión humana y cultural orientada a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes. Se trata de una determinada forma de organización empresarial en el destino turístico, basada en pautas de autogestión de los recursos

patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados para el bienestar de sus miembros (Maldonado, 2006). Es un modelo que se caracteriza por que las comunidades rurales indígenas o mestizas se encargan de al menos una parte del control de esta actividad, recibiendo también una parte de los beneficios económicos (Ruiz Ballesteros, Hernández, Coca y Cantero, 2008), y se entendería mejor desde la economía social y las economías populares que desde el sector turístico tradicional, ya que su elemento definitorio es su organización comunitaria.

Ahora bien, debido al auge y a la falta de conocimientos en el desarrollo y la planificación del turismo en el ámbito comunitario, en 1990 inició sus actividades la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), una organización sin ánimo de lucro que reúne diversas iniciativas comunitarias que se desarrollan en el ámbito indígena o mestizo en las tres regiones continentales del Ecuador: Costa, Sierra y Amazonía.

Por su parte, el Ministerio de Turismo, con sede en la ciudad de Quito, impulsó en el año 2002 la Ley N° 97 de Turismo, que entre otros puntos promueve la iniciativa y participación indígena y campesina, con su cultura y sus tradiciones, preservando su identidad y protegiendo su ecosistema. Ante este escenario, muchos pensaron que el turismo comunitario se había convertido en una oportunidad para muchas comunidades de indígenas y mestizos ecuatorianos y en un modelo a seguir en otras regiones latinoamericanas. Sin embargo, después de más de tres décadas, esta actividad presenta hoy pocas comunidades con potencialidad de desarrollo y muchas experiencias marcadas por la incertidumbre, (Ruiz Ballesteros y Fedriani, 2009), además de un marcado desencuentro entre quienes apoyan la integridad cultural y natural como es el caso de los indígenas y una visión más cercana al mercantilismo y de puertas abiertas por parte de los mestizos.

Marco legal

El reconocimiento del turismo comunitario como un sector más de la actividad turística fue incorporado en la Ley de Turismo del Ecuador tras un esfuerzo y diálogo de 25 años entre las comunidades y el Estado. En esta Ley, su Capítulo II, “De las Actividades Turísticas y de Quienes las Ejercen”, Artículo 12, establece: “Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos”.

En el capítulo III, “Del Consejo Consultivo de Turismo”, se establece la creación de un organismo asesor de la actividad turística del Ecuador y se especifica que entre sus miembros con voz y voto estará “un representante de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE)” (Art. 14. Numeral 8). En el Plan Nacional de Desarrollo del Ecuador, llamado también Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013,³ el turismo comunitario está

considerado como eje transversal de la economía popular y solidaria. Asimismo, en el Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 (PLANDETUR 2020), el turismo comunitario es interpretado como un sector más de la actividad turística y por lo mismo con políticas y acciones propias, que ante todo respetan la especificidad cultural de las comunidades que forman Ecuador. La riqueza natural y cultural de las comunidades es también observada en el Plan Nacional de Marketing Turístico 2010-2014.

Además, el Ministerio de Turismo ha puesto en práctica el Programa Nacional de Capacitación en turismo comunitario en el cual las comunidades interesadas participan activamente. Por otra parte, tras 24 años de lucha y diálogo con el gobierno, las comunidades del Ecuador consiguieron expedir el Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitarios, el cual tiene el objetivo de normar su ejercicio. En el Artículo 2 de dicho reglamento se plantea que: “los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades: Alojamiento, alimentos y bebidas, trasportación turística, operación, organización de eventos, congresos y convenciones”.

El papel de la FEPTCE

Los movimientos indígenas y afro ecuatorianos, con el apoyo de autoridades municipales y nacionales, más el acompañamiento del Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT), fueron los impulsores de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. Las metas principales de esta federación, que, como se ha dicho, nació en los años noventa, son la promoción y el reforzamiento de las diferentes iniciativas turísticas comunitarias a escala nacional e internacional, así como la mejora de la calidad de vida de las comunidades mediante el desarrollo sostenible y el mantenimiento de la identidad cultural.

Para la FEPTCE, el turismo comunitario debe ser una actividad sustentable, que genere beneficios económicos para las comunidades involucradas, que contribuya a la conservación de la herencia natural y al fortalecimiento de la diversidad étnica y cultural. En la actualidad más de cien emprendimientos de turismo comunitario gestionados por comunidades indígenas o mestizos están relacionados a esta Federación y, a partir de consultas generadas desde el año 2009 en reuniones, foros, asambleas y debates internos, han redactado su propio Código de Operaciones o reglamentación interna, (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador [FEPTCE], 2013)

Con respecto a la relación que la Federación mantiene en la actualidad con otros actores del turismo comunitario en Ecuador, en el caso del Ministerio de Turismo es distante e inexistente. Sin embargo, y como hemos visto, la Ley N° 97 de Turismo (2002) reconoce el turismo comunitario y a la FEPTCE como órgano consultivo y en el año 2010 ambos organismos firmaron un acuerdo por el cual se estableció que ambas partes participarán en las discusiones de planes de desarrollo y elaboración de proyectos de interés común. No obstante, este acuerdo ha abierto un divorcio –conflicto entre la operación comunitaria y la operación turística

privada–, ya que por parte de los empresarios turísticos puede entenderse que se está asistiendo a una regulación del mercado turístico que los discrimina frente a las operaciones comunitarias; en definitiva, a una competencia desleal (Ruiz Ballesteros y Solís Carrión, 2007). Finalmente, existe una buena relación con la Universidad Andina Simón Bolívar, de la ciudad de Quito. Las aulas o salones de esta institución siempre están disponibles para determinados eventos de la Federación, como charlas formativas o entrega de diplomas de cursos relacionados con el turismo comunitario, los cuales están a cargo, únicamente, de formadores pertenecientes a la FEPTCE.

En una entrevista mantenida en el año 2014 con el Presidente de FEPTCE, Japón Quizhpe, manifestaba:

«Nuestro objetivo es no solo posicionar al turismo comunitario en los diferentes sectores del Estado ecuatoriano a través de políticas públicas claras que motiven la inversión del Estado, sino generar una conciencia nacional e internacional de que experiencias como las que se vienen implementado van más allá de la simple oferta turística. Es una forma de vida con identidad, con responsabilidad, con conciencia y compromiso no solo con nuestras futuras generaciones, sino con la vida de todo el planeta. (...) Nuestra organización debe brindar un modelo de desarrollo alternativo al de las comunidades indígenas, que priorice la integridad cultural y natural del Ecuador por encima de la predominante “visión mercantilista de poder”» Sería bueno realizar un análisis en profundidad de todo lo que pasó en la FEPTCE desde el principio, desde 1980. Lo que ocurre es que estamos cansados de que cualquiera que llegue quiera imponer sus ideas. Por ejemplo, hay quienes tienen otra visión del turismo comunitario, como es el caso de REDTURS; y los respetamos, pero no compartimos su visión mercantilista, (C. García Palacios, comunicación personal, 12 de julio de 2014).

Llegados a este punto es necesario hacer una pausa, ya que la denominada visión mercantilista de algunos protagonistas del turismo comunitario que manifiesta Darwin sería uno de los principales puntos de desencuentro en la Federación. Así, uno de los impulsores de este proyecto, Ariruma Kowi, ex subsecretario de Educación de los Pueblos Indígenas de Ecuador del Ministerio de Educación y actualmente Director del Área de Letras de la Universidad Andina Simón Bolívar de Quito nos dice:

«Siempre les ayudé, les propuse la creación de una agencia de turismo para integrar todos los emprendimientos, pero huyen del mercantilismo, como si fuese un tema tabú, ¿y así cómo van a lograr algo?» (C. García Palacios, comunicación personal, 7 de junio de 2014).

Por su parte, Germán Collahuazo, coordinador del emprendimiento Yunguilla, una reserva compuesta por cincuenta familias de campesinos y mestizos y es en la actualidad un modelo a seguir nos afirma:

Este tema del mercantilismo hay que abordarlo cuanto antes, ¡ya está bien! Nosotros estamos en la FEPTCE desde sus inicios, pero no somos indígenas, somos mestizos, y te aseguro que, siguiendo algunas pautas de la OIT y la REDTURS, de la cual algunos no quieren ni oír hablar, nos ha ido más que bien (C. García Palacios, comunicación personal, 18 de junio de 2014).

Para Nuvia Yanés, principal colaboradora y a cargo de la oficina de la FEPTCE en Quito, este es uno de los problemas más graves que enfrenta la Federación:

No disponemos de dinero, las ONG, excepto Ayuda en Acción, ya no nos ayudan y no sabemos cómo generarlo. Necesitamos gente, no podemos pagarle y no disponemos de un programa de voluntariado efectivo (C. García Palacios, comunicación personal, 11 de junio de 2014).

El papel de la OIT a través de REDTURS

La Red de Turismo Comunitario Sostenible de América Latina, en adelante REDTURS, es actualmente la principal alianza de redes nacionales de turismo comunitario que existe en la zona, abarca 15 países de América Latina. (Bolivia, Brasil, Colombia, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Perú, Panamá, Argentina, Ecuador, Costa Rica, Venezuela, El Salvador y Chile) REDTURS fue creada en el año 2001 bajo el auspicio y dinamización de la OIT, con la coordinación de Carlos Maldonado, experto en políticas de empleo y desarrollo empresarial, gestándose la idea de esta Red en el propio seno de algunas comunidades indígenas, quienes, alertadas por tener conocimiento de que a través de algunas ONG se estaban realizando algunos proyectos turísticos en la región, piden la intervención de la OIT para conocer cuáles serían los impactos positivos y negativos del turismo en el ámbito comunitario. REDTURS, entre sus objetivos principales, facilita el intercambio de información, difunde experiencia promocional y de mercado y ofrece acceso a servicios de desarrollo de empresas, por ejemplo, ofreciendo formación. Esta Red, tal como consta en su presentación institucional, pretende “apoyar a los procesos de formación y fortalecimiento de las redes de turismo comunitario de América Latina, con el fin de diversificar sus fuentes de empleo e ingreso, valorar su cultura y afianzar la cohesión social.” Para ello fomenta el diálogo social y alianzas entre organizaciones comunitarias, entidades públicas, empresas privadas, ONG, universidades y agencias de cooperación.

Por su parte, la OIT provee asistencia técnica y respaldo institucional con el fin de facilitar el acceso de los pequeños negocios rurales a servicios de desarrollo empresarial y a nuevos

mercados en condiciones de equidad. Por otra parte, la Red ha venido realizando una serie de reuniones técnicas a nivel nacional y regional para suministrar a los miembros de las comunidades indígenas las capacidades necesarias para promover el turismo en sus tierras nativas y al mismo tiempo respetar y proteger su cultura y patrimonio.

En otras palabras, REDTURS es la sede virtual de un proyecto de la OIT para apoyar a comunidades indígenas y rurales en la generación de empleos decentes y el desarrollo de economías más sólidas, con respeto al patrimonio cultural y los recursos naturales.

Hoy, para esta Red, el reto de las comunidades rurales de América Latina consiste en dotarse de estructuras y medios de presión política que les permitan incidir con mayor decisión en sus condiciones de vida y de bienestar, fomentando relaciones económicas e institucionales de un nuevo orden, puesto que sólo acrecentando su poder de negociación las organizaciones comunitarias lograrán, por un lado, impulsar políticas públicas que incentiven sus proyectos productivos y, por otro, suscribir acuerdos comerciales justos con operadores nacionales o transnacionales. Para hacer frente a este reto, desde la óptica de REDTURS, el primer imperativo consiste en alentar procesos asociativos que articulen eficientemente la oferta de servicios; procuren una inserción competitiva en los mercados y fomenten el uso sostenible del patrimonio comunitario. El segundo imperativo radica en mejorar la capacidad de gestión autónoma, tanto en el ámbito empresarial como en el ámbito organizativo, calificando para ello recursos humanos y líderes de una nueva generación.

Finalmente, uno de los objetivos fundamentales de REDTURS es "crear oportunidades de empleo decente para mujeres y hombres" en estas comunidades, que con frecuencia están ubicadas en lugares remotos, donde escasean las oportunidades de desarrollo económico.

Conclusiones

Resulta evidente que la situación actual de distintos enfoques o formas de hacer por parte de los principales actores implicados en el turismo comunitario de Ecuador, indígenas y mestizos, está ralentizado considerablemente el alcance de sus principales objetivos, al menos en lo que se refiere a la dotación de estructuras y medios de presión política que les permitan incidir con mayor decisión en sus condiciones de vida y de bienestar.

En todo caso, el turismo comunitario es hoy una realidad en Ecuador. Una realidad no exenta de contradicciones y algunas utopías. Es lógico que luego de más de cinco siglos de dominación y marginación, las comunidades indígenas vean con desconfianza todo lo que provenga del hombre blanco, pero no resulta menos cierto que las poblaciones mestizas también llevan años de sufrimiento y sometimiento por parte de los poderes económicos.

Por otra parte, y si bien es cierto que Ecuador es uno de los pocos países latinoamericanos que presenta una normativa específica para el turismo comunitario, la misma presenta algunas lagunas legales y no pocas contradicciones: El Ministerio de Turismo prestará todas las facilidades necesarias para el desarrollo del turismo comunitario. ¿De qué facilidades estamos hablando? Las comunidades que presten servicios turísticos no tendrán exclusividad de

operación ¿no se está abriendo una puerta peligrosa para que el sector privado obtenga beneficios económicos espurios, sin la autorización de dicha comunidad?

Pero afortunadamente soplan vientos de cambio. Luego de la finalización de este artículo, fue elegido Presidente de FEPTCE Galindo Parra Morales, proveniente de la comunidad de Yunguilla, una de las más críticas durante la presidencia anterior. Este hecho ha roto paradigmas en cuanto a la elección de representantes, pues el hecho de tener origen mestizo, demuestra la plurinacional y diversidad cultural que existe en el Ecuador, la cual se exhibe magníficamente y con orgullo en la estructura organizativa de la FEPCE.

El nuevo consejo se propone trabajar principalmente en la promoción y comercialización de las comunidades dedicadas a la actividad turística; así también, retomará la incidencia en el ámbito político y social con la finalidad de posesionar a la FEPTCE con mayor fuerza en el ámbito turístico nacional e internacional. Pero el reto principal de esta nueva etapa, será equilibrar la balanza entre el mercantilismo y la integridad cultural y natural, tarea nada fácil, pues, el común denominador de las comunidades participantes en el turismo comunitario, además del patrimonio natural y cultural, sigue siendo la pobreza.

Bibliografía

Federación Plurinacional de Turismo Comunitario (2007). Manual de calidad para la gestión del Turismo Comunitario del Ecuador. Quito: FEPTCE.

Ley N° 97. Registro Oficial Suplemento 733, Quito, Ecuador, 27 de diciembre de 2002. Última modificación: 6 de mayo de 2008.

Maldonado, C. (2006). Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta [Informe] / SEED Documento de trabajo núm. 79. Ginebra: OIT. Programa de desarrollo de pequeñas empresas. Departamento de creación de empleos y desarrollo de empresa.

Ochoa Parra, W. (2010). Proyecto: Código de operaciones de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador. Quito: FEPTCE.

Oficina Internacional del Trabajo (2001). Turismo Sostenible. Estado, comunidad y empresa frente al mercado. El caso de Ecuador. Lima: OIT.

Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios. Acuerdo Ministerial 16, Registro Oficial 154, Quito, Ecuador, 19 de marzo de 2010.

Ruiz Ballesteros, E. y Fedriani, E. (2009). Un análisis comparativo para el turismo comunitario: De la etnografía al grafo. En E. Ruiz Ballesteros y M. A. Vintimilla, Cultura, comunidad y turismo: Ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador. Quito: Abya-Yala.

Ruiz Ballesteros, E. y Vintimilla, M. A. (Coords.). (2009). Cultura, comunidad y turismo: Ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador. Quito: Abya-Yala.

Ruiz Ballesteros, E.; Hernández, M.; Coca, A.; Cantero, P. y del Campo, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. PASOS, Revista de turismo y patrimonio cultural, 6 (3):399-418.

SELECCIÓN DE ELEMENTOS SINGULARES PARA EL MAPA TURÍSTICO DE A CORUÑA

Diego Campos-Juanatey
Universidad de A Coruña
dcj.arquitect@gmail.com

Resumen: Una parte fundamental del diseño de los mapas turísticos de las ciudades es seleccionar y jerarquizar la información que se va a incluir. La selección de los elementos singulares que se van a resaltar sobre el resto se suele realizar en función del valor histórico-artístico-arquitectónico, importancia económico-social, o con el fin de publicitar algún elemento concreto. Estos mapas turísticos se suelen emplear para conocer la ciudad y desplazarse por ella, influyendo en el mapa mental de sus usuarios, motivo por el cual se considera recomendable jerarquizar la información del mapa teniendo en cuenta la estructura de los mapas mentales. En este trabajo se analiza la presencia de los elementos singulares de la ciudad de A Coruña en el mapa mental de alumnos universitarios de esta ciudad.

Palabras clave: Mapas turísticos. Mapas tú-estás-aquí, Elementos Singulares, Navegación, Diseño gráfico.

Abstract: Key steps in cities tourist maps design are selecting and prioritizing the information to be included in. This selection of singular elements that will be highlighted over the others is usually done based on their historical, artistic, architectural, economic and social values, or with the purpose of advertise any particular element. These tourist maps are often used to explore and get around the city. By mean of this, tourist maps influence on the users mental map, so seems recommended that those maps classify their information based on mental maps structure. In this paper we assess the presence of landmarks of the city of A Coruña in the mental map in university students from the same city.

Keywords: Tourist maps. You-are-here maps, Landmarks, Wayfinding, Graphic design.

Introducción

Los planos turísticos de las ciudades se suelen diseñar con una doble función, por un lado sirven para publicitar la ciudad y mostrar su atractivo turístico, y por otro, permitir su uso para desplazarse por la ciudad de forma cómoda. Dentro de esta función de planificación de recorridos por la ciudad, estos planos deben aplicar conceptos de los mapas You-Are-Here, y de los sistemas de señalización peatonal urbana.

Uno de los factores que se tienen en cuenta en estos mapas y sistemas de señalización es la división y estructuración de la ciudad siguiendo los esquemas de los mapas mentales, para facilitar la comprensión de la organización de la ciudad y favorecer su memorización (Applied Information Group, 2007; Bell, 2007).

En este estudio se ha analizado la presencia de los elementos singulares que configuran la ciudad de A Coruña, en el mapa mental de estudiantes universitarios de esta ciudad, con el fin de comprender la importancia de estos elementos a la hora de ser incluidos en su mapa turístico.

Elementos singulares que forman la ciudad de A Coruña

Se han seleccionado 33 elementos como singulares para destacar sobre el resto del mapa de la ciudad y así permitir comprender su organización y facilitar su memorización (ver Tabla 1).

Tabla 1
Elementos preseleccionados como organizadores de la ciudad de A Coruña

Elementos puntuales (edificios, monumentos, plazas, parques...)

Torre de Hércules
Castillo de San Antón
Estación de Tren
Estación de Autobús
Estadio de Riazor
Plaza de María Pita
Plaza de Pontevedra
Jardines Méndez Núñez
Parque Santa Margarita
Dique de Abrigo, torre de control marítimo

Elementos lineales (calles, avenidas, diques...)

Borde del Mar
Paseo Marítimo
Calle Real
Calle del Orzán
Calle de San Andrés
Calle Juan Flórez
Calle Juana de Vega
Avenida de Alfonso Molina
Avenida de Finisterre
Ronda de Nelle
Ronda de Outeiro

Elementos superficiales (barrios y zonas)

Playas
Puerto
Zona Vieja
Monte Alto
Pescadería
Ensanches
Polígono de Elviña
Polígono de los Rosales
Polígono de Adormideras
Polígono de Pocomaco
Campus Universitario
Monte de San Pedro

Aparición de los elementos singulares preseleccionados en el mapa mental o cognitivo de estudiantes universitarios de A Coruña

Se ha analizado la presencia de estos elementos preseleccionados en el mapa mental de A Coruña de estudiantes universitarios de esta ciudad, con el fin de comprender la importancia de estos elementos a la hora de ser empleados por los estudiantes en la planificación de sus desplazamientos.

- Participantes:

En esta investigación han participado 291 individuos, 135 eran estudiantes del grado de Arquitectura de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de A Coruña (77 mujeres y 58

hombres), y 156 eran estudiantes del grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE) de la Universidad de A Coruña (82 mujeres y 74 hombres) (ver Tabla 2). Todos los alumnos se encontraban en el segundo curso de sus respectivas carreras.

Tabla 2
Medias y desviaciones típicas de la Edad de los participantes en función del género y la carrera universitaria

EDAD de los participantes	Mujeres		Hombres		Total	
	M	SD	M	SD	M	SD
Arquitectura	19.71	1.26	19.91	1.64	19.80	1.43
ADE	21.25	2.30	21.49	2.30	21.37	2.29
Total	20.53	2.03	20.82	2.18	20.66	2.10

- Tarea propuesta:

La tarea que realizaron los estudiantes consistió en la confección, durante 5 minutos, de un dibujo, lo más detallado posible, de la ciudad de A Coruña (ver Figuras 1 y 2). También tenían que nombrar y numerar cada elemento a medida que los realizaban.

Se ha optado por limitar considerablemente el tiempo de la prueba para centrarnos únicamente en los elementos singulares de la ciudad, y evitar que el exceso de tiempo produzca un efecto tope, es decir, evitar que los alumnos representen más elementos que los que consideran más importantes debido a que les sobra tiempo.



Figura 1
Ejemplo de dibujo de la ciudad de A Coruña realizado por un alumno universitario



Figura 2
Ejemplo de dibujo de la ciudad de A Coruña realizado por un alumno universitario

- Registro de datos:

Una vez finalizada la tarea por los estudiantes universitarios, se calculó la media y desviación típica de los elementos representados de cada tipo: puntuales, lineales y superficiales (ver Tabla 3).

Tabla 3
Número de elementos representados en cada dibujo

	Elem. puntuales		Elem. lineales		Elem. superficiales	
	M	SD	M	SD	M	SD
Total	4.54	2.39	2.63	1.77	2.60	1.86

Estos datos indican que los participantes emplean más elementos puntuales que lineales y superficiales en su mapa mental, por lo que será recomendable introducir en el mapa turístico más elementos de este tipo.

También se contabilizó la presencia de los elementos preseleccionados ver Tabla 1) en los dibujos realizados por los participantes (ver Figura 1 y 2).

Tabla 4
Porcentajes de aparición de los elementos preseleccionados en los dibujos de los estudiantes

Elementos puntuales (edificios, monumentos, plazas, parques...)	Porcentajes
01 Torre de Hércules	83,7 %
02 Estadio de Riazor	42,9 %
03 Plaza de María Pita	40,2 %
04 Plaza de Pontevedra	38,5 %
05 Jardines Méndez Núñez	24,9 %
06 Castillo de San Antón	19,9 %
07 Dique de Abrigo, torre de control marítimo	18,3 %
08 Estación de Tren	9,0 %

09	Estación de Autobús	7,3 %
10	Parque Santa Margarita	6,3 %

Elementos lineales (calles, avenidas, diques...)

01	Borde del Mar	81,1 %
02	Paseo Marítimo	25,9 %
03	Avenida de Alfonso Molina	23,3 %
04	Calle Juan Flórez	19,6 %
05	Calle Real	16,6 %
06	Calle de San Andrés	16,6 %
07	Ronda de Outeiro	9,3 %
08	Avenida de Finisterre	6,6 %
09	Calle del Orzán	6,3 %
10	Ronda de Nelle	6,3 %
11	Calle Juana de Vega	3,0 %

Elementos superficiales (barrios y zonas)

01	Playas	67,4 %
02	Puerto	40,5 %
03	Zona Vieja	24,9 %
04	Monte de San Pedro	21,9 %
05	Polígono de Adormideras	13,0 %
06	Campus Universitario	11,3 %
07	Pescadería	11,0 %
08	Ensanches	9,6 %
09	Polígono de los Rosales	6,3 %
10	Monte Alto	4,7 %
11	Polígono de Elviña	2,3 %
12	Polígono de Pocomaco	1,0 %

Estos porcentajes (ver Tabla 4) indican la frecuencia con la que los participantes incluyeron los elementos preseleccionados en sus dibujos.

A la hora de interpretar estos porcentajes hay que tener en cuenta que de media cada participante representó 4,54 elementos puntuales, 2,63 elementos lineales, y 2,60 superficiales en su dibujo (ver Tabla 3), por lo que se podría afirmar que este porcentaje corresponde a la probabilidad de que los elementos puntuales preseleccionados estén entre los 5 elementos puntuales de la ciudad más significativos para los participantes, y los elementos lineales y superficiales entre los 3 más significativos de la ciudad.

Como las investigaciones previas (Álvarez Díaz, 2013; Brown, Lahar, & Mosley, 1998; Campos-Juanatey, Pérez-Fabello, & Tarrío, 2015a,b; Dopico, González, & Campos-Juanatey, 2015a,b; González, Dopico, & Campos-Juanatey, 2015) muestran la existencia de diferencias entre los mapas mentales de los estudiantes de arquitectura y los de otras carreras, en función de los años de permanencia en la ciudad, y del género, se han dividido los porcentajes por género, formación académica y tiempo de permanencia en la ciudad, para ver como estos porcentajes se ven afectados por estas variables (ver Tabla 5).

Tabla 5

Porcentajes de aparición de los elementos preseleccionados en los dibujos de los estudiantes, en función del género, formación académica, y tiempo que llevan los sujetos viviendo en la ciudad.

Elementos puntuales	Arq.	ADE	Muj.	Homb.	Baja Perm.	Alta Perm.	total
01 Torre de Hércules	81,5	85,5	82,9	84,7	81,1	86,7	83,7
02 Estadio de Riazor	37,0	47,6	33,5	54,0	36,1	50,3	42,9
03 Plaza de María Pita	54,1	28,9	42,7	37,2	42,4	37,8	40,2
04 Plaza de Pontevedra	48,9	30,1	36,0	41,6	45,6	30,8	38,5
05 Jardines Méndez Núñez	37,8	14,5	24,4	25,5	31,6	17,5	24,9
06 Castillo de San Antón	18,5	21,1	19,5	20,4	14,6	25,9	19,9
07 Dique de Abrigo	24,4	13,3	15,2	21,9	15,8	21,0	18,3
08 Estación de Tren	11,1	7,2	7,9	10,2	13,9	3,5	9,0
09 Estación de Autobús	8,1	6,6	7,3	7,3	10,1	4,2	7,3
10 Parque Santa Margarita	5,2	7,2	5,5	7,3	3,8	9,1	6,3
Elementos lineales							
01 Borde del Mar	89,6	74,1	75,6	87,6	81,6	80,4	81,1
02 Paseo Marítimo	23,7	27,7	28,0	23,4	20,3	32,2	25,9
03 Avenida de Alfonso Molina	34,8	13,9	21,3	25,5	29,1	16,8	23,3
04 Calle Juan Flórez	32,6	9,0	20,7	18,2	27,2	11,2	19,6
05 Calle Real	20,7	13,3	22,0	10,2	18,4	14,7	16,6
06 Calle de San Andrés	28,1	7,2	14,6	19,0	19,0	14,0	16,6
07 Ronda de Outeiro	10,4	8,4	8,5	10,2	11,4	7,0	9,3
08 Avenida de Finisterre	11,1	3,0	5,5	8,0	11,4	1,4	6,6
09 Calle del Orzán	9,6	3,6	6,1	6,6	8,9	3,5	6,3
10 Ronda de Nelle	8,9	4,2	4,9	8,0	8,2	4,2	6,3
11 Calle Juana de Vega	6,7	0,0	3,0	2,9	5,1	0,7	3,0
Elementos superficiales							
01 Playas	72,6	63,3	64,6	70,8	60,1	75,5	67,4
02 Puerto	46,7	35,5	38,4	43,1	39,9	41,3	40,5
03 Zona Vieja	45,9	7,8	23,8	26,3	30,4	18,9	24,9
04 Monte de San Pedro	13,3	28,9	23,8	19,7	14,6	30,1	21,9
05 Polígono de Adormideras	14,8	11,4	12,8	13,1	11,4	14,7	13,0
06 Campus Universitario	9,6	12,7	9,8	13,1	15,8	6,3	11,3
07 Pescadería	23,7	6,0	10,4	11,7	15,8	5,6	11,0
08 Ensanches	18,5	2,4	9,8	9,5	11,4	7,7	9,6
09 Polígono de los Rosales	5,9	6,6	8,5	3,6	5,7	7,0	6,3
10 Monte Alto	3,7	5,4	3,7	5,8	2,5	7,0	4,7
11 Polígono de Elviña	3,0	1,8	3,7	0,7	2,5	2,1	2,3
12 Polígono de Pocomaco	0,7	1,2	1,2	0,7	1,3	0,7	1,0

En esta investigación la diferencia en años entre los altos y los bajos en permanencia es muy baja, ya que al ser todos los alumnos de segundo curso y, en general, no ser de A Coruña, sino que vienen a estudiar, implica que casi todos llevan el mismo tiempo viviendo en la ciudad (2-3 años). De todas formas, es interesante ver cómo los núcleos de comunicación (estación de tren y autobús) son más importantes para los que llevan menos tiempo viviendo

en la ciudad. Esto apoya que en los mapas turísticos estos elementos tengan un mayor protagonismo, ya que son importantes para los turistas recién llegados.

Conclusiones

Los porcentajes de aparición de los elementos seleccionados en las representaciones del mapa mental indican su importancia para un grupo de personas determinado, e indica que estos elementos se suelen emplear como referencia al trazar rutas para desplazarse por la ciudad.

Es interesante combinar estos datos de la frecuencia de utilización de los elementos en la planificación de rutas, con los de la importancia histórico-artística y socio-económica, a la hora de jerarquizar la información de los mapas turísticos de las ciudades, ya que de esta manera se fortalecerán los mapas mentales de la ciudad de sus habitantes, y se facilitará la formación de los mismos en los nuevos visitantes.

Los mapas mentales bien configurados, además de permitir desplazarse sin necesidad de estar consultando un mapa de papel, aumenta la sensación de seguridad de la persona, al ser conocedora del entorno en el que se encuentra. Esta sensación de seguridad influye en el disfrute de la experiencia del turista.

Bibliografía

- Álvarez Díaz, G. (2013). *Mapas cognitivos de escolares mexicanos*. Saarbrücken: Editorial Académica Española.
- Applied Information Group (2007). *Legible London: The yellow book*. London. Transpost for London.
- Bell, A. (2007). Legible London. Developing a single wayfinding system for London. Comunicación presentada en el congreso *Walk 21*. Toronto. Disponible en <http://www.walk21.com/papers/Bell,%20Adrian%20Legible%20London%20Walk%2021%20Final.pdf>
- Brown, L. N., Lahar, C. J., & Mosley, J. L. (1998). Age and gender related differences in strategy use for route information. A map present direction giving paradigm. *Environment and Behavior*, 30, 123-143.
- Campos-Juanatey, D., Pérez-Fabello, M. J., & Tarrío Carrodegas, S. (2015a). El mapa cognitivo de los estudiantes de Bellas Artes I: El conocimiento de hitos urbanos. *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*, A1, 142-145.
- Campos-Juanatey, D., Pérez-Fabello, M. J., & Tarrío Carrodegas, S. (2015b). El mapa cognitivo de los estudiantes de Bellas Artes II: El conocimiento del centro histórico de Pontevedra. *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*, A1, 146-150.
- Dopico, J., González, M. A., & Campos-Juanatey, D. (2015a). ¿Influye la habilidad de rotar imágenes en el conocimiento de una ciudad? *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*, A1, 178-181.
- Dopico, J., González, M. A., & Campos-Juanatey, D. (2015b). Influencia de la familiaridad con una ciudad en su conocimiento *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*, A1, 174-177.
- González, M. A., Dopico, J., & Campos-Juanatey, D. (2015b). Diferencias en la imagen pública de la ciudad de A Coruña en función del tiempo de permanencia en la ciudad. *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*, A1, 187-191.

APRENDER A HACER EN GESTIÓN DE EVENTOS DESDE LA FORMACIÓN PROFESIONAL EN TURISMO

Dra. Mabel Font Aranda

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí

Ecuador

mabelfont@yahoo.es

Dra. Bisleivys Jiménez Valero

Universidad de Matanzas

Cuba

bisleivys.jimenez@umcc.cu

Resumen

El objetivo del trabajo, fue evidenciar cómo aprender a hacer en gestión de eventos desde la formación del especialista en turismo. En correspondencia, se muestran dos experiencias didácticas en escenarios diferentes, pero direccionadas a un mismo fin, el dominio de los modos de actuación profesional y la necesidad de educar a través de la instrucción. Se parte de que, una vía para el desarrollo turístico es la organización de eventos, por la necesidad de reunión e intercambio que muestran las personas y el interés por conocer los valores culturales, étnicos y de tradiciones, entre otros; también porque es urgente para Latinoamérica el empleo de herramientas que orienten la gestión de eventos, en favor de garantizar el éxito de la actividad. En el ámbito de las carreras de Turismo de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Ecuador y de la Universidad de Matanzas, Cuba, los estudiantes en el contexto social profesional afín; planificaron, organizaron, ejecutaron, controlaron y evaluaron diferentes eventos.

Palabras clave: gestión de eventos, desarrollo turístico, formación profesional

Introducción

Un proceso de aprendizaje es innovador y enriquecedor cuando los estudiantes son protagonistas, activos participantes y donde sistemáticamente se buscan alternativas en el vínculo con la vida y la profesión. Este posicionamiento, se ha puesto de manifiesto en las carreras de Turismo de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí "Manuel Félix López", Ecuador (ESPAM-MFL) y en la Universidad de Matanzas, Cuba; a través del proceso de enseñanza aprendizaje de la Gestión de Eventos. En diferentes escenarios y momentos, se logró involucrar a los estudiantes en la planificación, ejecución, control y evaluación de variados eventos que tuvieron lugar en el cantón Bolívar de la provincia Manabí, Ecuador y en el destino turístico Varadero de la provincia Matanzas, Cuba.

A partir de generar un espacio de aprendizaje y construcción de saberes, es posible lograr el perfeccionamiento del desarrollo de las distintas actividades, mayor participación de los actores, gestores y estudiantes universitarios, incrementándose el sentido de pertenencia. Por otra parte, como señala Ayala (2009), la gestión de eventos tiene un amplio margen de posibilidades para el desarrollo turístico de cualquier región, implica un menor riesgo en la degradación de los recursos naturales y contribuye a la revalorización y conservación de las expresiones culturales, históricas, tradicionales autóctonas de cada región.

La organización de eventos, puede ser una alternativa para el desarrollo de las comunidades, ya que deviene por la necesidad de reunión y comunicación entre las personas, y del

intercambio de valores culturales, patrimoniales, étnicos entre otros, de ahí que se ha convertido en una de las más importantes actividades sociales y económicas del mundo y crece a gran velocidad.

La relevancia es mayor, si se aplican los principios de un evento sostenible, que según el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), "es aquel diseñado, organizado y desarrollado de manera que se minimicen los potenciales impactos negativos ambientales, y que se deje un legado beneficioso para la comunidad anfitriona y todos los involucrados" (Lozano et al. 2014).

En tal sentido, a través de estas experiencias, se benefician los estudiantes de pregrado y postgrado universitarios vinculados a la actividad turística, dada la participación en procesos operativos e investigativos asociados a la gestión de eventos. Además, porque los resultados enriquecen el contenido de cursos y asignaturas afines. Ambas universidades se benefician porque se perfecciona la gestión de eventos con la participación de estudiantes. El sector turístico de los territorios, ya que se refleja en la preparación profesional de los involucrados en materia de gestión de eventos, modalidad que atrae numerosos segmentos de mercados en la actualidad.

El desarrollo de estos estilos de aprendizaje, contribuye a educar al futuro especialista a la vez que se instruye, y al vínculo del estudio con las prácticas profesional. Estos preceptos determinan el objetivo de partida: evidenciar cómo aprender a hacer en gestión de eventos desde la formación del especialista en turismo.

Desarrollo

Aprender a hacer

Cada vez es mayor la cantidad de información que es preciso procesar, crece aceleradamente el volumen de conocimientos teóricos y técnicos que serán abordados en los procesos de enseñanza aprendizajes y en la formación de futuros profesionales. En tal contexto, les corresponde a las instituciones educativas orientar cómo utilizar la información para el desarrollo de capacidades que permitan la ejecución de proyectos individuales y colectivos.

Desde la perspectiva anterior y con vigencia en la actualidad, en el Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el siglo XXI, Delors (1996) se plantea que *"la educación debe estructurarse en torno a cuatro aprendizajes fundamentales que en el transcurso de la vida serán para cada persona, en cierto sentido, los pilares del conocimiento: **aprender a conocer**, es decir, adquirir los instrumentos de la comprensión; **aprender a hacer**, para poder influir sobre el propio entorno; **aprender a vivir juntos**, para participar y cooperar con los demás en todas las actividades humanas; por último, **aprender a ser**, un proceso fundamental que recoge elementos de los tres anteriores"*.

En el Informe, se critica que la enseñanza se orienta esencialmente a aprender a conocer y, en menor medida, a aprender a hacer, mientras que aprender a ser y a vivir juntos generalmente son mera prolongación de las primeras.

Si bien, los cuatro pilares guardan estrecha relación, y en particular los dos primeros son indisolubles, para lo fines de exponer las experiencias de este trabajo, se pone énfasis en el saber hacer, *"está más estrechamente vinculado a la cuestión de la formación profesional: ¿cómo enseñar al estudiante a poner en práctica sus conocimientos y, al mismo tiempo, como adaptar la enseñanza al futuro mercado del trabajo, cuya evolución no es totalmente previsible?"* (Delors, 1996).

Recientemente sobre la base de Delors (1996) y en correspondencia con la aspirada filosofía del Buen Vivir declarada gubernamentalmente en Ecuador, Larrea (2014) señala que en función del Modelo Educativo Universitario que se debe asumir en el país, con enfoque de la complejidad sistémica, *"tanto docentes como estudiantes se convierten en **sujetos que aprenden**. En su propia experiencia educativa, van desarrollando habilidades del buen vivir*

*para fortalecer su **ser** como ciudadano intercultural, capacidades relativas al **saber** para aprender a conocer, a traducir y reconstruir conocimientos y saberes, a la vez que a generar su propia emancipación social; y, desempeños en el **saber hacer** para garantizar sus destrezas en la gestión del conocimiento y la profesión, incorporando creativamente valor social a sus acciones, constituyéndose en talento humano creativo y pertinente".*

Por su parte, en el Reglamento de Trabajo Docente y Metodológico (Resolución No. 210/07) del Ministerio de Educación Superior de Cuba, aprobado en 2007 se plantea en el Artículo 3:

"El modelo de formación de la educación superior cubana es de perfil amplio y se sustenta en dos ideas rectoras fundamentales:

-La unidad entre la educación y la instrucción, que expresa la necesidad de educar al hombre a la vez que se instruye.

-El vínculo del estudio con el trabajo, que consiste en asegurar desde el currículo el dominio de los modos de actuación del profesional, en relación directa con su actividad profesional".

Como se puede apreciar, también en las condiciones de Cuba, los postulados referidos a los pilares de la educación están vigentes y sostienen el modelo de formación universitaria, con énfasis en el saber hacer de los estudiantes desde el currículo, a la vez que se educa en valores humanos.

Se pretende estimular la formación del protagonismo como un complejo proceso donde se vincula el accionar pedagógico consecuente con los procesos constructivos que llevan a cabo los estudiantes desde su vivencialidad y recursos personales.

Para la comprensión de las experiencias, se emplea la propuesta realizada por Labarrere y Vargas (1999) quienes plantean tres etapas en el desarrollo del protagonismo. Una primera de exploración y orientación respecto a la situación (el contexto), en la que los alumnos construyen la representación inicial de aquello que será objeto de su acción; otra, de elaboración de finalidades y prospección de la acción, donde resultan relevantes el análisis de los qué, cómo, por qué y cuándo vinculados a la actividad que ha de realizarse, y una última de transformación efectiva y valoración, en que los alumnos se empeñan en el logro de las transformaciones previstas, valoran los resultados y trazan nuevas finalidades. Las etapas no se manifiestan de manera lineal, sino de una forma más compleja, recubriendo momentos de compactación, recurrencia, omisiones, etc.

En gestión de eventos

La gestión de los eventos a escala mundial se ha convertido en fuente imprescindible de desarrollo turístico, con objetivos empresariales muy bien definidos que han permitido intensificar los intercambios en diversas esferas. El reto para la proyección y ejecución de eventos exitosos, está dado por un entorno competitivo cada vez más agresivo, que demanda una mano de obra calificada, capaz de dar cumplimiento a las exigencias profesionales que posee actualmente la organización de dicha actividad.

Para Torrego y Paredes (2008) un evento es una actividad que acoge a un número de participantes que se juntan para celebrar un acontecimiento o reunión, con objetivos e intereses comunes para los participantes, tales como las celebraciones lúdico-festivas, las actividades deportivas, las reuniones y encuentros de negocios, entre muchos otros. Desde la perspectiva de Pérez et al. (2010), "es cualquier tipo de reunión profesional de corte científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religioso, promocional o de otra índole que facilite el intercambio de ideas, conocimientos, y/o experiencias entre los participantes".

Los eventos pueden adquirir diferentes formas, pero es necesario destacar que independientemente de cómo se clasifican, todos exigen los mismos requisitos; que se sintetizan en la confianza de que el destino o el personal encargado, brindan las garantías de la

profesionalidad necesaria, los servicios de excelencia, la infraestructura y condiciones de trabajo requeridos.

La realización de diferentes eventos ya sean culturales, científicos, médicos, turístico o de cualquier otro tipo se ha convertido en una opción de trabajo importante que cada día se hace notar más mostrando un impacto positivo en todas las esferas de la sociedad. Hoy los eventos engloban variadas formas de intercambio de experiencias de todo tipo entre personas, grupos e instituciones, aportando a sus participantes nuevos valores en su cultura, su satisfacción espiritual y sus relaciones; lo cual demuestra traer consigo múltiples beneficios ya sea individual o colectivo. Entre los beneficios de los eventos se pueden citar: la difusión y mejora el conocimiento, el contacto social y profesional, mitigación de la estacionalidad turística, intercambio de experiencias, entre otros.

Un evento efectivo depende de una adecuada planificación unido a una buena coordinación entre todas las partes que intervienen en su organización, destacándose como actores fundamentales al Organizador Profesional de Congresos (OPC) que, con su experiencia, conocimiento de la gerencia, capacitación continua y superación personal, direcciona las actividades; y por otro lado, se encuentra el Comité Organizador conformado por el grupo de personas con capacidad profesional, representante de una empresa, institución, docentes, y demás, responsable de diferentes niveles de decisión y resolución de problemas.

En la actividad turística los eventos constituyen una modalidad integradora que permite la formación de sólidas alianzas entre empresas de diferentes países y que reporta altos beneficios; dentro de los cuales según Rodríguez (2012) no se pueden ignorar los siguientes:

- Son generadores de los mayores ingresos dentro del conjunto de la actividad turística.
- Permite acceder a nuevos e importantes segmentos del mercado.
- Admite una adecuada diversificación de la oferta turística de cualquier destino.
- Propicia una explotación más lineal a las instalaciones turísticas y hoteleras.
- Constituyen los productos turísticos sobre los cuales descansa y complementa a la vez el turismo de ciudad.
- Induce nuevas inversiones y con ello nuevas fuentes de empleo.
- Contribuye a la elevación del nivel profesional y de servicios.
- Es el mejor promotor de un destino y que menos recursos demanda para esta función.

Para una adecuada gestión de un evento, se debe definir con certeza todas las cuestiones básicas que afectan al mismo, es decir; por qué se realiza, cuál será el objetivo del mismo, cuál será el tipo de evento que se llevará a cabo, quién será la persona encargada de dirigir el acto correspondiente, dónde se efectuará, así como, cuál será la fecha en que se llevará a cabo. El proceso atraviesa los mismos momentos clave, independientemente de su clasificación:

- Antes: planeación y organización del evento
- Durante: realización del evento
- Después: evaluación de los resultados

Por tanto, los estudiantes de la carrera de Turismo deben lograr una formación general integral; pues es evidente que manejar un evento como proceso de comunicación, gestionarlo como empresa y concebirlo como un producto turístico en sí, supone profesionalidad y conocimientos específicos.

Desde la formación profesional en turismo, experiencia en la ESPAM-MFL, Ecuador

En el Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador (PLANDETUR 2020), la gestión de eventos está proyectada hacia la expansión geográfica y de la actividad, lo que fomenta el establecimiento de empresas en lugares de vacaciones, prolongando las temporadas y manteniendo el empleo a tiempo completo en los destinos turísticos. También, se ha diagnosticado la competencia entre Quito y Guayaquil por la realización de eventos y convenciones, la capacidad en instalaciones y recursos técnicos para organización de eventos

internacionales, el gran potencial para captar turismo de eventos, ferias, congresos y convenciones (MINTUR, 2007). Además el turismo es parte de la nueva matriz productiva.

La ESPAM-MFL está ubicada a 5 km de la ciudad de Calceta, en un ambiente predominantemente rural, a 236,3 km de Guayaquil y 322,8 km de Quito, en este escenario podría concluirse poca relevancia para el desarrollo del turismo de evento. Sin embargo, la importancia de la gestión de esta actividad va mucho más allá de la connotación que pueda tener para el turismo internacional.

Vista la contribución de los eventos para el desarrollo de cualquier región, es viable como alternativa de desarrollo turístico de las comunidades locales, a fin de potenciar las capacidades e iniciativas, compartir y descubrir a profundidad sus tradiciones, costumbres, hábitos y disfrutar de los beneficios que genera. Este intercambio de cultura y conocimiento, solo es posible mediante la práctica de eventos comunitarios. A nivel local, los más desarrollados son los de carácter social como las fiestas, los festivales, carnavales, competencias deportivas, las actividades culturales, ya que forman parte de la vida diaria de las personas.

La experiencia vivida en el desarrollo de varios eventos durante los años 2011- 2013 en el ámbito de la ESPAM-MFL, permitió constatar la importancia de involucrar a los estudiantes de la carrera de Turismo en la gestión de eventos comunitarios, por el impacto social provincial y cantonal, y por la incidencia en la formación del profesional que se adiestra, adquiriendo herramientas para el emprendimiento.

Se siguieron los siguientes pasos para la gestión de diferentes eventos:

1-Reunión de carrera para precisar el evento a realizar y su objetivo. Por ejemplo 4to. Festival del Folclor Manabita.

2-Formación de comisiones para asignar responsabilidades, distribución de docentes y estudiantes según semestres (Tabla 1).

Tabla 1. Nombre de comisiones y responsabilidades

Comisión 1. Contacto con gestores de los cantones de Manabí
Comisión 2. Contactos y logros de auspicios económicos financieros y otros
Elaboración de una lista de posibles auspiciantes Sugerencia entre ellos de los proveedores de la ESPAM-MFL. Determinación del compromiso de la ESPAM-MFL con los auspiciantes Coordinación con la comisión de diseño y aseguramiento de los espacios físicos donde se ubicarán las propagandas o stand promocionales Aseguramiento oportuno de la efectividad de las ayudas, o sea antes de la realización del festival Otras que sean requeridas.
Comisión 3. Difusión y propaganda
Empleo adecuado, estricto y estratégico de materiales de difusión y propaganda, tales como afiches, trípticos, guindolas, señaléticas, carteles Elaboración de boletines en coordinación con la dirección de carrera Distribución y difusión de boletines informativos a través de diferentes medios Intervención en los medios televisivos y radiales Difusión del evento en Internet Elaboración y ubicación de señaléticas diversas en el recinto, áreas del festival y lugares estratégicos.
Comisión 4. Diseño de distribución del distrito ferial
Planificación del uso de todo el bosque Aseguramiento del número de stand suficientes Distribución óptima del espacio para cantones y por secciones: gastronómica, artesanías, juegos populares, vinculación con las comunidades, de las diferentes carreras, para cabalgar a caballos, exposiciones costumbres y tradiciones manabitas.

Comisión 5. Montaje y decoración recinto ferial y escenario
Estructuración de la plataforma del escenario. Decoración del fondo del escenario con cuestiones o asuntos folclóricos/costumbristas de Manabí, empleo de plantas y flores naturales Confección de gallardetes y adornos de papel recuperable Ubicación de adornos en todo el recinto ferial Otros que sean necesarias.
Comisión 6. Montaje y monitoreo de los stands
Aseguramiento del montaje de los stands Seguimiento a la participación de candidatas Comprometer presencia de Alcaldes (esas) Aseguramiento de la participación de grupos artísticos costumbristas del folclor del cantón. Resaltar en el stand aspectos: históricos, culturales, productivos, artesanales, costumbristas.
Comisión 7. Montaje, monitoreo y control de la exposición y venta de productos gastronómicos típicos manabitas
Orientación para que los stands de gastronomía cumplan con lo acordado en cuanto a los platos, bocados, dulces y bebidas típicas, tanto en calidad como cantidad Exigencia de la calidad de los productos servidos y cumplimiento de las reglas de higiene Control para que no se alteren precios Seguimiento a la puntualidad de la oferta de los platos convenidos, desde las 8h00 los desayunos, almuerzos a partir de las 11h00 Aseguramiento del abasto de agua para aseo, recipientes para la basura, mesas y sillas suficientes ubicados a la sombra Exigencia para que los alimentos estén protegidos, exista decoración y se muestre en carteles la oferta y los precios.
Comisión 8. Protocolo, recepción y atención a los invitados especiales y jurados.
Aseguramiento de: Mesas y asientos para candidatas e invitados especiales y mesas y sillas decoradas para jurados Coctel de bienvenida para candidatas e invitados especiales Vestidor con dos espejos grandes para la preparación de las candidatas Bandas o cintas, dos trofeos para ganadoras Carpetas, lapiceros y otros para jurados Asistir a candidatas en sus diferentes requerimientos Otras que sean necesarias.
Comisión 9. Control de la disciplina durante el festival
Formación de grupos estratégicos para el control del orden, la disciplina y el buen comportamiento. Elaboración de slogan (frases cortas motivadoras para lograr un buen comportamiento del público) Prohibición de consumo de licor Restricción a vendedores no autorizados dentro del recinto del festival Ordenamiento del estacionamiento de vehículos y uso de señaléticas con tal propósito. Otras que sean necesarias.
Comisión 10. Cintas, trofeos, regalos y motivos florales para candidatas y otros motivos.
Autogestión de cintas y trofeos para las triunfadoras Adquisición de motivo floral para cada una de las candidatas y motivos especiales para las dos ganadoras Otras que sean necesarias
Comisión 11. Higiene del recinto ferial y desmontaje
Control de la limpieza de los stands antes durante y después del festival Garantía del mantenimiento de la higiene durante el festival Determinación de espacios donde se debe depositar la basura Construcción de recipientes de basura con materiales del medio Organización de brigadas estudiantiles para el control de la basura. Elaboración de mensajes motivadores para no ensuciar el bosque, ubicarlos en lugares estratégicos Confección y ubicación de señaléticas para guiar hacia el depósito de basura Aseguramiento de servicios higiénicos limpios, realizando un cobro económico para mantener la limpieza integral Otras que sean necesarias.

Comisión 12. Organización, ejecución y premiación de juegos.
Aseguramiento del área de realización de los juegos Determinación de los juegos a ejecutar como: Caña encebada (cucaña), Ollas encantadas, Lidia de gallos, Los ensacados, Los tres pies, El huevo en la cuchara, Los atracones, Los trompos, Las bolichas, Las zumbadoras Aseguramiento de los premios a los ganadores
Comisión 13. Programa de animación artístico cultural.
Elaboración del programa artístico cultural Designación de estudiantes animadores Enlistar y comprometer a estudiantes y aficionados, en el desarrollo de las diferentes manifestaciones artísticas de los cantones y otras universidades. Aseguramiento y concreción de las diferentes manifestaciones artísticas Otras que sean necesarias.
Comisión 14. Atención a las comunidades
Determinación de las comunidades y organizaciones que se vinculan con la politécnica para que participen en el festival Convenios con los sectores de emprendimientos para la participación en el festival. Acuerdos de precios, cantidades y formas de vender los productos. Construcción de los stands Orientaciones generales del festival a los emprendedores Con tiempo coordinar cuales son los espacios disponibles para los grupos de vinculación Identificación de otras comunidades o grupos para que participen en el festival Estimulación para nuevas ofertas como bebidas, bocadillos, postres, dulces, jaleas, manjares, mistelas y otros; también con productos de artesanías diversas. Otras no previstas

Fuente. Álava y otros, 2011. Comisiones del 4to Festival del Folclor Manabita

3-Distribución de los stands para exponer y vender platos de la gastronomía típica manabita (Tabla 2).

Tabla 2. Oferta gastronómica para la exposición y venta por los estudiantes

NO.	SEMESTRE	NOMBRE DE LOS PLATOS O PRODUCTOS A EXPONER Y VENDER	CANTIDAD PARA LA VENTA	PRECIOS
1	4to.	VICHES:	Gramos	
		PESCADO	50	\$3,00
		CAMARÓN DE RÍO	50	\$3,00
		GUARICHE (con porción de arroz y plátano asado)	50	\$3,00
2	9no.	CALDO DE GALLINA CRIOLLA PATA AMARILLA PRESA ENTERA (con porción de arroz y plátano asado)	150	\$3,00
		ESTOFADO DE GALLINA CRIOLLA PATA AMARILLA PRESA ENTERA	150	\$3,00
3	6to.	TONGAS DE GALLINA CRIOLLA DE TAMAÑO GRANDE CON PRESA ENTERA	200	\$3,50
4	5to.	PLATOS DE SUERO BLANCO CON PLÁTANO VERDE, MADURO Y YUCA ASADA	200	\$2,50
5	7mo.	CEVICHES:		
		PESCADO	50	\$3,00
		CAMARÓN	50	\$3,00
		CONCHA	50	\$3,00
6	8vo.	ENTRIJOS:		
		MORCILLA CON SOPITA DE PLÁTANO	150	\$1,50
		ARROZ DE MENUDO	15	\$1,00
		LONGANIZA	100 libras	\$3,00
7	3ro.	FRITADA DE CHANCHO	200	\$1,50
		HORNEADO DE CABEZA DE CHANCHO (con porción de arroz blanco)	100	\$1,50
		CARNE PUNZADA DE CHANCHO CON ARROZ Y ENSALADA	100	\$2,00
		BOLLOS DE MANÍ CON CHANCHO	100	\$1,50
		SALPRIETA CON PLATANO Y MADURO ASADO (porción)	100	\$1,00
		MANÍ QUEBRADO CON PLÁTANO Y MADURO ASADO (porción)	100	\$1,00
8	1ero.	TORTA HORNEADA DE PLATANO, MANI Y CHANCHO	100	\$1,00
		ESTOFADO DE PATO CRIOLLO	50	\$3,00
		TORTILLAS DE MAÍZ HORNEADAS	200	\$0,30
		TORTILLAS DE YUCA HORNEADAS	200	\$0,30
		PANES DE ALMIDÓN RELLENOS DE QUESO HORNEADOS	200	\$0,30
		CORVICHES RELLENOS DE PESCADO, CAMARÓN O QUESO	200	\$0,30
		EMPANADAS DE PLÁTANO, DE QUESO, CAMARON, GUARICHE, GALLINA	100 C/U(500)	\$0,30
		CARNE DE CHANCHO Y RES		
9	2do.	CHAMES FRITOS Y PANDAOS	50	\$3,50
		TAMALES DE GALLINA CRIOLLA -PRESA ENTERA	50	\$3,50
		GREÑOSO DE GALLINA CRIOLLA (porción)	100	\$1,00
10	ASOCIACIÓN DE DOCENTES DE LA CARRERA DE TURISMO	VENTA DE LAS BEBIDAS QUE NO TIENEN QUE VENDER LOS DEMÁS STANDS	LO REQUERIDO	PRECIOS FESTIVAL
		SON DE EXCLUSIVA VENTA DE ESTE STAND		
		BOTELLAS DE AGUA		
		COLAS		
		CLUB COMO REFRIGERIO		

4-Distribución de los espacios

5-Búsqueda de recursos proveniente de gestores públicos y privados de la provincia, cantones y parroquias.

6-Propuesta de actividades a incluir en el programa de promoción.

7-Ejecución del evento, cada semestre es responsable de un Stan y las diferentes comisiones son responsables de que se desarrolle el evento según planificación.

8-Conclusiones, aspectos positivos y negativos.

Algunas evidencias...

A través de la radio se expresaron las siguientes palabras por el entonces director de la carrera Ingeniería en Turismo de la ESPAM-MFL Lic. Eumeny Álava Párraga:

"El folclor, que abarca los saberes ancestrales de los pueblos, como: música, poesía, vestimenta, vivienda, comida, artesanía, objetos de uso, medicina y una diversidad de expresiones culturales como: creencias, costumbres y tradiciones..."

Eso será el 4to. Festival del Folclor Manabita, que la politécnica de Manabí ESPAM – MFL, a través de su carrera de Ingeniería en Turismo estará brindando al culto pueblo de Bolívar, Manabí, Ecuador y el mundo.

Domingo 21 de agosto- desde las 8 a 18h00 en el Bosque del campus politécnico – recinto "El Limón" – Calceta, Manabí"





Evidencias fotográficas del desarrollo del 4to Festival del Folclor Manabita

Desde la formación profesional en turismo, experiencia en la Universidad de Matanzas, Cuba

En Cuba, la gestión de eventos se fundamenta, en el incremento de las relaciones internacionales económicas y políticas, las necesidades comunicativas en áreas de la ciencia, la técnica, la educación, la salud, y la cultura; desarrolladas en los últimos años. Armónicamente, los Lineamientos de la Política Económica y Social vigentes, estimulan esta modalidad; a lo que se agrega la seguridad ciudadana, los atractivos naturales, culturales e históricos, la hospitalidad de los habitantes, las facilidades de acceso, la disposición de instalaciones, que contribuyen al posicionamiento del país como destino de eventos.

La Universidad de Matanzas se ubica en la provincia de igual nombre, colinda con la Vía Blanca, autopista que lleva a Varadero (35 km), principal destino turístico de sol y playa de Cuba, que cuenta con más de 22 km de playa y 53 hoteles. Se deduce, cuán importante es la preparación del estudiante de turismo en materia de gestión de eventos, para enfrentar la diversidad de opciones que en este ámbito se le planteará una vez graduado.

La experiencia vivida en la ESPAM-FML, despertó la preocupación por la carencia de materias afines en la carrera de Turismo de la Universidad de Matanzas, proponiéndose a partir del año 2013 la incorporación del curso optativo "Gestión de Eventos" en el quinto año de la carrera. Esta inserción en el currículo y la forma de organización permitió la participación activa de los estudiantes en la gestión de principales eventos desarrollados en la Universidad de Matanzas y en escenarios donde tendrá lugar actividad laboral, el curso incorpora modos de actuación y eleva la preparación profesional en este ámbito. Además, permite concatenar los aspectos expuestos en el Reglamento de Trabajo Docente y Metodológico, en los Lineamientos de la Política para el Turismo y los preceptos teóricos metodológicos. Las tablas 2 y 3 muestran los aspectos principales que caracterizan el curso optativo.

Tabla 2. Descripción del curso optativo

Plan de estudio D: Curso diurno.	
Carrera: Licenciatura en Turismo	
Disciplina: Turismo y Viajes	
Asignatura: Gestión de Eventos	
Total de horas curso: 32	
Año: 5to	Semestre: 1ro
Examen final: no (Evaluación sistemática)	

Tabla 3: Esquema de la planificación del proceso docente.

TEMA Y TEMÁTICA	No. Actividad	Forma de enseñanza	Duración Horas	Lugar
TEMA 1. Organización del curso	1		2	
TEMÁTICA: Necesidad del curso. Planificación del curso. Bibliografía. Evaluación y conformación de equipos de trabajo.	1	Conferencia-1	2	Aula
TEMA 2. Introducción a la gestión de eventos	2-5		8	
TEMÁTICA: Acerca de la gestión de eventos a nivel mundial y en Cuba.	2	Conferencia-2	2	Aula
TEMÁTICA: Conceptualización y tipologías de eventos.	3	Taller-1	2	Aula
TEMÁTICA: Actores en la gestión de eventos.	4	Taller-2	2	Aula
TEMÁTICA: Actores en la gestión de eventos.	5	Taller-3	2	Aula
TEMA 3. Planeamiento de eventos	6-7		4	
TEMÁTICA: Pasos para el planeamiento de eventos.	6	Conferencia-3	2	Aula
TEMÁTICA: El presupuesto para el evento	7	Clase Práctica-2	2	Aula
TEMA 4: Casos de estudio	8-16		18	
TEMÁTICA: La gestión de eventos en la modalidad todo incluido	8	Investigación y Taller-4 Conversatorio	2	Hotel Meliá Varadero
TEMÁTICA: Eventos científicos académicos. Planificación, Protocolo y Aplicación práctica al Día de la Carrera y la Jornada Científico Estudiantil.	9	Investigación y Taller-5	2	En distintas entidades de Varadero
TEMÁTICA: Eventos científicos académicos.	10	Conversatorio	2	Aula
TEMÁTICA: Eventos comerciales y empresariales. Planificación y protocolo.	11	Investigación y Taller-6	2	Plaza América
TEMÁTICA: Eventos comerciales y empresariales	12	Conversatorio	2	Aula
TEMÁTICA: Eventos culturales. Planificación y protocolo.	13	Investigación y Taller-7	2	Aula
TEMÁTICA: Eventos culturales	14	Conversatorio	2	Aula
TEMÁTICA: Eventos especiales (sociales). Planificación y protocolo.	15	Investigación y Taller-8	2	Aula
TEMÁTICA: Eventos especiales (Bodas)	16	Conversatorio	2	Aula

Fuente: Elaboración propia.

Las siguientes fotografías constituyen evidencia de la gestión de eventos en la modalidad Todo Incluido, en un conversatorio con el especialista Vladimir Padrón Alpizar. Jefe de Ventas del hotel Meliá Varadero.



Figura 1: Conversatorio con especialistas.

La actividad de mayor impacto fue la número nueve relacionada con la temática: Eventos científicos académicos: Planificación, Protocolo y Aplicación práctica al Día de la Carrera. Además de los procesos académicos que dotaron a los estudiantes de herramientas para la gestión de eventos, se les entregó la siguiente guía de acciones.

Guía para la organización de un evento estudiantil

Reunión periódica formalizada de convocatoria pública, con calendario fijo, de carácter científico para la presentación de análisis y debate de temas de interés de la especialidad.

Aspectos procedimentales

Convocatoria:

Debe ser realizada en forma pública por la Organización Científica, o Institución reconocida.

Organización

Duración de 1 día.

Selección de un equipo organizador y un responsable principal.

Participan: Conferencistas, expositores, asistentes acreditados e invitados especiales.

Temario: Definido, reglamentado, revisado, con un tiempo de duración predeterminado y su sistema de discusión definitivo por los organizadores. Podrán realizarse conferencias, exposiciones de temas oficiales o libres y mesas redondas.

Certificación: Se otorgará a los organizadores, conferencistas, expositores, participantes y asistentes acreditados.

Clausura: Después del análisis y debate de los temas presentados.

Acciones antes del evento

1-Recabar un archivo o base de datos con información de los integrantes del comité organizador, crear varios comités y precisar: nombre, dirección, matrícula, teléfono, carrera, celular y correo electrónico de sus miembros.

2-Proyecto/Precisar fecha.

3- Fijar los temas/Elegir conferencistas.

4-Junta con director de carrera y profesores para escuchar sugerencias. Establecer un sistema de consultas y apoyo de colaboración.

5-Monitorear las actividades de cada comité, apoyar en los preparativos necesarios a los mismos.

6- Llevar control de los documentos importantes, convocar a junta, llevar anotaciones a las juntas.

7-Determinar el presupuesto y la fuente de obtención.

- 8-Elaborar lista de posibles patrocinadores y entregarla a finanzas.
- 9- Elaborar carta de petición, concertar citas con posibles patrocinadores, preparar campaña financiera
- 10- Notificar invitados especiales y mandar invitación a los conferencistas, solicitar sus currículums y requisitos audiovisuales.
- 11- Diseñar el logo, posters y material impreso.
- 12- Reservar recinto de las conferencias y locales de presentación de trabajos científicos.
- 13- Invitar alumnos de la UMCC de otras carreras y de otras Universidades.
- 14- Gestionar necesidades de equipo audiovisual.
- 15- Organizar fiesta de fin de Jornada Científico Estudiantil.
- 16- Elaborar programa del evento e itinerario de conferencista.
- 17- Definir y contratar hospedaje, transportación y alimentación.
- 18- Contratar intérpretes si es necesario.
- 19- Preparar “coffee breaks” para los recesos.
- 20- Planear tour por el campus.
- 21- Hacer invitaciones y enviarlas, hacer reconocimientos.
- 22- Diseñar y desarrollar campañas publicitarias, hacer posters y comenzar la promoción.
- 23- Conseguir equipo de seguridad y comunicación. Preparar botiquín.
- 24- Preparar venta en stands y cuenta para depósitos de foráneos.
- 25- Elaborar programa, aprobarlo y divulgarlo.
- 26- Gestionar citas en programas de radio y TV/ Usar los medios de divulgación de la UMCC.
- 27- Preparar decoración y uniforme de anfitriones.
- 28- Realizar el protocolo, elegir maestros de ceremonias y ensayar con ellos.

Durante el evento

- 29- Precisar la llegada de los conferencistas, su atención y tener listo sus reconocimientos.
- 30- Recepción de invitados especiales, conferencistas, medios de divulgación y participantes.
- 31- Checar el audio, video e iluminación.
- 32- Tener el material listo para cada conferencia.
- 33- Coordinar maestros de ceremonia y logística.
- 34- Entregar programa a los participantes, realizar correcciones si es preciso.
- 35- Arreglar el lugar y recibir proveedores (música, comida, bebida).
- 36- Verificar y controlar todos los accesos de entrada y salida al lugar de conferencia. Saber dónde se ubican los extinguidores y saber usarlos. Tener a la mano el botiquín y los teléfonos de emergencia.
- 37- Ejecutar y controlar el trabajo de las comisiones y las plenarias.

Después del evento

- 38- Recoger y organizar todos los espacios utilizados.
- 39- Elaborar reporte financiero del evento
- 40- Informe de actividades y balance.
- 41- Emitir carta de agradecimiento a los conferencistas.
- 42- Emitir carta de agradecimiento a los patrocinadores.
- 43- Agradecer la cooperación de los profesores.

Para esta actividad se formaron cuatro equipos y se le asignó un orden al azar para la planificación, organización, ejecución, control y evaluación del evento “Día de la Carrera de Turismo” una vez al mes.



Evidencias fotográficas del desarrollo de distintos días de la carrera, durante los meses de septiembre, octubre, noviembre de 2013 y enero de 2014.

A continuación, se muestra un ejemplo de relatoría del primer equipo de estudiantes.

Relatoría: Día de la Carrera 26 de septiembre de 2013.

Para la realización de la actividad primeramente el equipo se trazó un plan, en el cual se expresaron los objetivos que cada integrante debía cumplir y con ello la consumación en parte del objetivo final: Lograr que la actividad se llevara a cabo con éxito e inspirara a los demás equipos a elevar el nivel de las actividades venideras.

El local escogido fue el teatro Julio Antonio Mella de la Universidad de Matanzas por su capacidad de acoger a numerosos estudiantes. Antes que todo, contamos con el apoyo de los estudiantes de los demás años de la carrera, quienes se unieron al evento una vez iniciado. Todos los estudiantes supieron de la fecha de realización de la actividad, dos semanas antes de su celebración. Invitamos al equipo de profesores que día a día más que enseñarnos, vivían con nosotros en esta ardua y noble tarea que es la educación.

Con el objetivo de acentuar el nivel instructivo para la actividad convidamos a la Ing. Zulema Afa Tolinson Organizadora de Eventos de Plaza América, a impartir una conferencia, lo que causó total aceptación en la multitud.

Desde el inicio, una de las líneas de actuación se orientó hacia la invitación de personas que trabajasen en el sector turístico, ahí fue cuando por gestión propia logramos que el administrador del restaurante "El Rancho" nos apoyara en la actividad:

Fueron días con antelación los que nos unieron a esa entidad del Grupo Pamares, Israelio elevó las expectativas, noche tras noche recibíamos todo tipo de apoyo de su restaurante, incluso en nuestros conversatorios, planificábamos lo que haríamos en próximas sesiones para lograr un resultado impactante y renovador.

En la mañana de la actividad, el equipo se asentó en la puerta de la Universidad para motivar no solo a los estudiantes de turismo a que participasen, sino también a los estudiantes de otras carreras.

El propio administrador, dialogó con el público acerca de la historia de su restaurante y el ascenso que este había experimentado gracias al esfuerzo del personal y la exigencia de la competencia ofrecida por los restaurantes particulares en el polo turístico de Varadero. A esta exposición se agregó una presentación en PowerPoint realizado por el equipo, con imágenes frescas del tema.

Se realizaron presentaciones de dos tipos de tragos cubanos (Mojito) y luego cada estudiante tuvo la posibilidad de degustar uno. Para esta actividad la cristalería llegó a nosotros un día antes la cual fue brillada y bien colocada por el equipo antes y después de la actividad. Luego una estudiante realizó el ritual del tabaco despertando gran sorpresa entre los estudiantes. El empeño del administrador bastó para que se lanzara una rifa donde se llegaron a ofrecer tres mesas gratis para comer en su restaurante y otras dos en un restaurante privado de Matanzas. Y para cerrar con broche de oro, el grupo musical del propio restaurante nos hizo bailar a todo, incluso al administrador.

En la jornada del mediodía decidimos proveer de una merienda a los estudiantes, aprovechando el tiempo en un juego de fútbol entre los distintos años de la carrera. También se escuchó música en el parque situado a la entrada de la Universidad, lo que creó un clima favorecedor.

En la tarde, toda la masa estudiantil se dirigió a la playa Buey Vaca, para festejar por todo lo alto el día de la carrera. El audio de esta actividad fue alquilado a la entidad del campismo Canímar, quien en su servicio nos proveyó de transportación también, ante la imposibilidad del transporte universitario, puesto que el horario no se adecuaba para la prestación del servicio. Estando allí, preparamos una caldosa y bailamos todos en un ambiente veraniego y juvenil.

La actividad fue todo un éxito gracias a muchas personalidades, por eso decidimos agradecerles mediante diplomas.

La unión y organización fueron maravillosas, aunque el rasgo distintivo de la actividad fue la gran innovación que envolvió desde un inicio y aunque luego tengamos nuestras fotos y videos, el grato recuerdo siempre será lo mejor de aquella fiesta estudiantil.

Conclusiones

Aprende a hacer en gestión de eventos desde la formación profesional en turismo, significa la participación activa y consciente de los estudiantes a partir de la orientación del docente hacia los modos de actuación profesional y en vinculación directa con la práctica social.

La gestión de eventos adquiere connotación en la actualidad, es antídoto de la estacionalidad, porque se puede desarrollar en diversidad de escenarios y momentos, provocando el desplazamiento de variados segmentos de mercados turísticos nacionales e internacionales.

En las condiciones de la ESPAM-FML, de Manabí, Ecuador se evidenció el interés e involucramiento de estudiantes y docentes en el desarrollo de diferentes eventos propios de espacios rurales comunitarios, convirtiéndose en lugar de concentración de diversidad artístico cultural.

En la Universidad de Matanzas los estudiantes de la carrera de Turismo, se mostraron muy motivados con el curso, se ha logrado la participación de todos los grupos de los diferentes años, así como el intercambio con trabajadores y especialistas de la producción y los servicios del destino Varadero.

A decir de uno de los equipos del quinto año de la carrera Licenciatura en Turismo: Se evidenció un aumento considerable de la motivación y de las expectativas de los estudiantes con la celebración del Día de la Carrera, lo que se comprobó con la asistencia y las opiniones realizadas por estos una vez finalizado cada evento.

Bibliografía

Ayala, C. y otros. (2009). Modalidades turísticas. Características y situación actual. Editorial Félix Varela. La Habana. Cuba.

Boffil, Y. (2014). Manual de procedimientos para la gestión de eventos sociales en función del desarrollo turístico local. Trabajo de Diploma en opción al Título de Licenciado en Turismo. Universidad de Matanzas, Cuba.

Delors, J. (1996.): "Los cuatro pilares de la educación" en La educación encierra un tesoro. Informe a la UNESCO de la Comisión internacional sobre la educación para el siglo XXI, Madrid, España: Santillana/UNESCO. pp. 91-103.
http://www.unesco.org/education/pdf/DELORS_S.PDF

Font M. y Jiménez B. (2013). Programa de la asignatura Gestión de Eventos y Protocolo. Carrera de Licenciatura en Turismo. Facultad de Ciencias Económicas e Informática. Universidad de Matanzas.

Labarrere y Vargas. (1999). La escuela desde una perspectiva cultural connotaciones para los procesos de desarrollo. Facultad de Ciencias de la Educación Universidad Pedagógica "Enrique J. Varona". La Habana.

Larrea, E. (2014). El Currículo de la Educación Superior desde la complejidad sistémica, Quito-Ecuador.

Lozano, R.; Fuentes, V.; Sánchez C. y Martín, P. (2014). Manual de eventos sostenibles. Fundación Oxígeno. Consultado: 16 de enero de 2016. Disponible en: <http://eventossostenibles.org/wp-content/uploads/2014/03/Manual-ES-v4.pdf>

Magro, José. (2015). ISO 20121. Gestión de la sostenibilidad en eventos. AENOR. Consultado: 16 de enero de 2016. Disponible en: file:///C:/Users/Usuario/Downloads/1386_AENOR_SOSTENIBILIDAD_DE_EVENTOS_ISO.pdf

MES. (2007). Reglamento de Trabajo Docente y Metodológico. Resolución No. 210/07. La Habana. Cuba.

Ministerio de Turismo. 2007. Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador sostenible para Ecuador (PLANDETUR 2020). Quito.

PCC. (2011). Lineamientos Económicos y Sociales del Partido y la Revolución. VI Congreso del Partido Comunista de Cuba. La Habana, Cuba.

Rodríguez, E. (2012). El turismo de eventos y de incentivos: Historia, actualidad, tendencias y la experiencia de Cuba. Editorial Félix Varela. La Habana. Cuba.

Torrego, A. y Paredes, G. (2008). Eventos Sostenibles. Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible. Fundación CONAMA. Del 1 al 5 de diciembre de 2008. Palacio Municipal de Congresos del Campo de Las Naciones. Madrid.

LA ACTITUD Y LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE EN DESTINOS DE TURISMO. EL CASO DE LA FRONTERA DE REPÚBLICA DOMINICANA Y REPÚBLICA DE HAITÍ

Francisco Orgaz Agüera¹

Universidad Tecnológica de Santiago, República Dominicana
franorgaz@utesa.edu

RESUMEN

El turismo fronterizo es el desplazamiento temporal de personas hacia zonas contiguas a la línea divisoria entre dos países. Esta actividad fomenta el desarrollo económico de estas regiones geográficas. El objetivo de esta investigación es analizar los visitantes de la frontera de República Dominicana y Haití. Se proponen los resultados de un estudio empírico que demuestran correlaciones positivas entre el factor actitud hacia el turismo fronterizo y los factores valor percibido por el turista y satisfacción del visitante en el destino. También, se proponen implicaciones para la gestión.

Palabras clave: turismo fronterizo, fronteras, actitud, valor percibido, satisfacción, República Dominicana, República de Haití.

ABSTRACT

The relationship between the visitor attitude and satisfaction in border tourism destinations. Border tourism is the temporary movement of people to areas adjacent to the dividing line between two countries. This activity promotes the economic development of these geographical regions. The aim of this research is to analyze visitors to the border of the Dominican Republic and Haiti. The results of an empirical study showing positive correlations between the attitude factor toward the border tourism and factors perceived value by the tourist and visitor satisfaction at the destination. The implications for management are also proposed.

Keywords: border tourism, borders, attitude, perceived value, satisfaction, Dominican Republic, Haiti Republic.

¹ Vicerrector de Producción e Investigación Científica de la Universidad Tecnológica de Santiago (UTESA). Doctor en turismo por la Universidad de Sevilla, España.

I. INTRODUCCIÓN

La frontera es una línea de separación y de contacto entre dos o más Estados, manifestándose ante la existencia de una evidente discontinuidad entre los espacios de cada país, si bien, dicha discontinuidad puede no solamente ser territorial, sino que también, puede deberse a una relevancia cultural, económica, religiosa, etc., por lo que estas culturas no tienen por qué coincidir exactamente con las fronteras geográficas habituales (Lacoste, 1993; Giménez, 2007). Según Marcu (2015), las fronteras son un elemento esencial para la movilidad de las personas entre los distintos países. En algunas partes del mundo, estas zonas geográficas se convierten en destinos turísticos, apareciendo lo que se denomina como turismo fronterizo. Aunque, y siguiendo a Martínez y Valdés (1982), a diferencia de otras tipologías turísticas, en el turismo fronterizo se ve más acentuada la disparidad económica a través de una línea que separa a dos países, siendo esto un escenario que le confiere al turismo sus características propias y su evolución *sui generis*. En estas zonas geográficas destaca la variedad de culturas (cada país tiene su propia cultura), empezando a desempeñar un papel importante aquellos elementos de la oferta turística que permiten al viajero experimentar un crecimiento cultural (Hernández-Mogollón *et al.*, 2015).

Bringas (2004:8) define turismo fronterizo como “el desplazamiento temporal de personas fuera de su lugar de residencia habitual hacia las ciudades contiguas a la línea divisoria entre dos países, originado por motivos de ocio, diversión, descanso, salud, negocios, visitas a familiares y/o amigos, religión, eventos sociales o realización de compras, entre otros, cuya estancia no exceda un año y que comprometa al menos una pernocta en el lugar visitado. Esta modalidad surgió en la década de los años 80, con las primeras publicaciones sobre esta temática (Martínez y Valdés, 1982; Bringas, 1991; Anguiano, 1991), destacando los estudios sobre la Frontera Norte de Estados Unidos y México (Martínez, 1994; Verduzco *et al.*, 1995). Posteriormente, el abanico de investigaciones sobre el turismo en zonas fronterizas aumentó, desarrollándose estudios en la frontera mexicano-guatemalteca (Campos y Odgers, 2012), americano-canadiense (Konrad, 2015), paraguayo-brasileña (Banducci, 2009), hispano-lusa (Vázquez, 2015; Hortelano, 2015), anglo-galesa (Saxena y Ilbery, 2010) o namibio-angoleña (Röder *et al.*, 2015), entre muchas otras.

Para la Organización Mundial del Turismo son turistas fronterizos aquellos quienes permanecen en la frontera de 24 a 72 horas (Valenzuela, 2003), si bien, dentro de esta definición no se deja claro si los turistas que permanecen más de tres noches en la frontera son o no turistas, incluso no señala si, en el caso de que sobrepasaran esas 72 horas en la zona fronteriza, entrarían en la categoría de turismo receptivo o de internamiento (Orgaz y Moral, 2014). Bringas y González (2003) identificaron dos tipos de turistas que visitan las zonas fronterizas: el primero de ellos hace referencia a un turista tradicional, el cual viaja para satisfacer sus necesidades de esparcimiento, y el segundo, aquel que viaja por motivos de negocio. Valenzuela (2003) señala que el turismo fronterizo no solo se encuentra definido por la vecindad fronteriza, los restaurantes o los hoteles, sino que es una continua interacción entre los distintos actores, produciéndose integraciones prácticas y experiencias tanto para los turistas como para los residentes.

La Teoría del Intercambio Social implica, desde una perspectiva turística, que la actitud del residente hacia la industria turística, y su consecuente apoyo a su desarrollo, estará influenciado por el resultado de la evaluación de los costes y beneficios generados por la actividad turística en su destino (Andreck *et al.*, 2005). Por tanto, el espacio turístico fronterizo no solo es concebido por sus atributos físicos, sino que también a través de componentes simbólicos, surgiendo de esta manera el concepto de construcción social del espacio turístico, el cual es definido por las relaciones e interacciones que se generan entre turistas y anfitriones, teniendo también roles importantes otros actores como instituciones públicas y privadas, que posibilitan el desarrollo del turismo, generando por ende, relaciones entre el espacio donde se inserta la actividad turística y los diferentes *stakeholders*.

Los destinos turísticos fronterizos suelen caracterizarse por las ventajas políticas y socioeconómicas que ofrece, tales como menores impuestos o políticas más permisivas, favoreciendo esto el desarrollo de ciertos tipos de turismo (Gelbman y Timothy, 2011). Según Timothy (2001), algunos ejemplos de destino con ventajas son Llívia (España), Campione (Italia) o Jungholz (Austria). Timothy y Tosun (2003) también mencionan obstáculos encontrados en los límites internacionales, que pueden afectar al flujo de turistas, diferenciando

entre dos tipos de barreras: barreras físicas, siendo estas las típicas fortificaciones o alambradas; y barreras psicológicas, pudiendo aparecer diferentes circunstancias tales como diferencias socio-culturales a ambos lados de la frontera, diferentes políticas o circunstancias económicas diferentes en cada uno de los países o zonas fronterizas. Siguiendo a Konrad (2015), han surgido posiciones entre los viajeros acerca de la frontera, distinguiendo entre viajeros que abogan por la necesidad de una frontera de forma necesaria, para una división y que de esa forma genere seguridad; y otra corriente de viajeros que defienden que las fronteras se han convertido en un problema para el tráfico y que tiene a generar cambios impredecibles.

Bringas y Verduzco (2008) consideran la seguridad como un elemento importante en los destinos fronterizos, apareciendo tres dimensiones claramente delimitadas: la seguridad poblacional, relacionada con los eventos y situaciones que podrían poner en peligro a las personas y a sus respectivas propiedades; la seguridad urbana y regional, a través de la vigilancia, control y castigo; y la seguridad nacional, la cual tiene un fin claro, como es el de atender a los problemas estructurales y aspectos internacionales que pudieran arriesgar la viabilidad nacional. Así, las fronteras marcan los límites legales de la soberanía nacional de un determinado país, o los límites donde un Estado puede ejercer su autoridad soberana (Gelbman y Timothy, 2011). Muchas de esas zonas fronterizas están económicamente marginadas y aisladas geográficamente, debido fundamentalmente a su distancia con las zonas centrales (Wast-Walter *et al.*, 2003), apareciendo diferencias entre poblaciones fronterizas con el desarrollo de diferentes economías, culturas o estilos de vida (Rumley y Minghi, 1991). En ocasiones, las diferencias pueden ser positivas, generando beneficios que afectan al crecimiento fronterizo (Koschatzky 2000; Hoeckman *et al.* 2008).

El objetivo de esta investigación es contrastar empíricamente la relación entre el factor actitud hacia el turismo fronterizo y el valor y la satisfacción del visitante en el destino. Este es, pues, un tema de investigación pertinente, puesto que la escasez de estudios en este campo, y sobre esta tipología de turismo, es notoria. Así, la presente investigación es relevante, pues busca evidencia empírica en temas muy poco abordados sobre la relación existente entre las variables actitudes hacia el turismo en la frontera, el valor percibido por el visitante y la satisfacción del mismo. Para abordar este tema de investigación se realiza, en primer lugar, una revisión teórica de la literatura relevante para, a continuación, plantear un modelo y diseñar-aplicar un instrumento cuantitativo, con la misión de contrastar empíricamente la relación existente entre las variables mencionadas. Finalmente, se analizan los resultados y se consideran sus implicaciones para la gestión del destino turístico.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

A medida que el público se ha concienciado más sobre la importancia de la protección y conservación de los recursos culturales y naturales, los estudios se han ido centrando en las formas de promover actitudes positivas hacia diversos elementos (Tikka *et al.*, 2000). Según Zhan y Lei (2012), el conocimiento del medio ambiente afecta positivamente las actitudes hacia las acciones ambientales, promoviendo eficazmente las actitudes positivas hacia la actividad turística en el destino; además, la mejora de la calidad del medio ambiente local aumenta el atractivo visual para los turistas que visitan el área geográfica, fomentando también la mejora de los valores estéticos, recreativos y la calidad de vida de los residentes.

El turismo en las zonas fronterizas puede generar beneficios que fomenta el crecimiento fronterizo (Koschatzky 2000; Hoeckman *et al.* 2008). Entre las actitudes positivas, la actividad turística genera oportunidades de empleo (Gu y Ryan, 2008), mejora la economía local (Gursoy y Rutherford, 2004), contribuye a aumentar el nivel de vida de la población local (Ahmed y Krohn, 1992) y mejora las oportunidades de inversión en nuevos negocios (Dyer *et al.*, 2007). La actividad turística también fomenta las actividades culturales, mejorando la herencia cultural (Stronza y Gordillo, 2008), la promoción de parques naturales (McCool y Martin, 1994), el aumento de las oportunidades de ocio (Perdue *et al.*, 1990), el aumento de las instalaciones recreativas (Dyer *et al.*, 2007) y la generación de oportunidades para los intercambios culturales entre visitantes y anfitriones (Besculides *et al.*, 2002).

El turismo también genera actitudes negativas, destacando el aumento del coste de la vida (Látková y Vogt, 2012), el aumento del precio de la tierra y de las viviendas (Lord *et al.*, 2011) y

la escasez de bienes (Belisle y Hoy, 1980). El turismo puede provocar que las culturas y tradiciones locales sean afectadas por otras culturas como la Occidental (Weaver y Lawton, 2004), una percepción negativa del turismo por la comunidad local (Ap y Crompton, 1998), el aumento de la tasa de criminalidad (Lankford, 1996), la congestión del tráfico rodado (Gursoy y Rutherford, 2004), el aumento de la prostitución en el área (Nunkoo y Ramkissoon, 2011), el incremento del vandalismo (Dyer *et al.*, 2007), el agotamiento de la vida salvaje (Ahmed y Krohn, 1992), contaminación medioambiental (Nunkoo y Rarmkissoon, 2011), generación de basuras, aglomeraciones y congestión del tráfico (Látková y Vogt, 2012) y degradación ecológica (Sheldon y Var, 1984).

Las actitudes, tanto positivas como negativas, se relacionan con la importancia del valor de un destino turístico, que se ha manifestado con frecuencia en la comercialización y la literatura del turismo, siendo el valor un antecedente de la satisfacción del cliente, la disposición a comprar, repetición de compra y lealtad a la marca (Yoon *et al.*, 2010). En este sentido, McDougall y Levesque (2000) probaron un modelo en el que se identificaron las relaciones entre valor, la satisfacción y la intención de conducta a través de cuatro tipos diferentes de empresas de servicios. Por su parte, Lee *et al.* (2007) exploraron en su estudio los efectos de tres valores percibidos sobre la satisfacción de los participantes en viajes de la Zona Desmilitarizada de Corea (DMZ), influyendo positivamente los tres valores para la satisfacción final del turista. Por tanto, el efecto positivo del valor en la satisfacción puede ser interpretada desde la lógica de que el valor del recurso desencadena la satisfacción del cliente (Yoon *et al.*, 2010).

La satisfacción influye en la evaluación a largo plazo de la calidad del servicio percibida por la demanda (Alén y Fraiz, 2006), aunque, para McAlexander *et al.* (1994) es imposible concluir cuál de ellas antecede a la otra, pero, en todo momento existe una relación entre ambas. En este aspecto, son numerosos los destinos y organizaciones que desarrollan encuestas de satisfacción dirigidas a los turistas (Zabkar *et al.*, 2010). Según Mazanec *et al.* (2007), mientras el destino sea competitivo, la satisfacción de los turistas serán más alta, y por tanto, esto puede ayudar a aumentar el número de visitantes y de ingresos al destino. Para Yoon y Uysal (2005), la comercialización exitosa del destino ayuda a que los turistas lo elijan y a que, una vez haya disfrutado de los productos y/o servicios, si la satisfacción ha sido buena, puedan regresar. Cronin y Taylor (1992) proponen determinar la calidad y satisfacción del servicio a través de las percepciones de la demanda.

Por su parte, Cooper *et al.* (1993) desarrollaron el modelo de las “Cuatro As” para analizar la oferta de un destino turístico (*Attractions, Access, Amenities and Ancillary Services*), aunque posteriormente, Buhalis (2000) lo llevó a las “Seis As” (*Attractions, Accessibility, Amenities, Available packages, Activities and Ancillary Services*). Este último modelo ha sido utilizado por otros autores para evaluar la satisfacción del viaje (Cole y Illum, 2006), llegando Hui *et al.* (2007) a concluir que estos atributos son los que generan que un destino cree satisfacción o insatisfacción en los grupos de turistas, aunque dependerán de las diferentes regiones geográficas de estos. Por tanto, el grado de satisfacción de los consumidores con un destino turístico determinado depende las expectativas del consumidor con respecto a los atributos del destino, y la medida en que se cumplen esas expectativas (Clemons y Woodruff, 1992).

A partir de la revisión anterior, se formulan las siguientes hipótesis:

H1. *Existe relación significativa entre la actitud del visitante hacia el destino fronterizo y el valor del destino.*

H2. *Existe relación significativa entre el valor del destino fronterizo percibido por el visitante y su satisfacción hacia el destino.*

III.

ÁREA DE ESTUDIO Y METODOLOGÍA

El área de estudio de esta investigación es la frontera norte dominico-haitiana, en concreto, la provincia de Dajabón (figura 1). Esta zona geográfica se localiza al noroeste de República Dominicana, haciendo frontera con la República de Haití. Dajabón es la principal provincia de la Isla en referencia a tránsito fronterizo entre los dos países (Orgaz y López-Guzmán, 2015). En términos económicos, la provincia de Dajabón destaca por el comercio en el Mercado Binacional, que se desarrolla todos los lunes y viernes del año; esta actividad consiste en la

compra-venta de productos (sobre todo textiles y del hogar) por parte de la población haitiana y dominicana. En referencia al turismo, la provincia de Dajabón cuenta con importantes recursos histórico-patrimoniales, culturales y naturales, además de buenas infraestructuras que hacen posible que se realice la actividad turística en la actualidad, si bien, este destino fronterizo aún no ha despegado, y sigue estando a la sombra de otros destinos de la Isla.

Figura 1. Localización de la provincia de Dajabón.



Fuente: elaboración propia, a partir de Google Maps.

El método elegido para la recogida de los datos ha sido la entrevista personal apoyada en un cuestionario estructurado. En esta fase se elaboró un instrumento útil con el fin de recoger la información necesaria para lograr los objetivos de esta investigación. Dentro de las opciones con las que se contaba para recabar la información, se ha optado por el diseño de un cuestionario cerrado para ser auto-administrado. Con el fin de garantizar la validez del cuestionario, la formulación de los ítems se basan en ítems seleccionados de investigaciones previas (Turner, 2008; Gelbman y Timothy 2010; Yoo *et al.*, 2010; Sullivan *et al.*, 2012; Zhang y Lai, 2012; Cong, 2016). A partir de este conjunto inicial de ítems, se siguió un proceso de depuración en dos fases. Primero, un investigador especializado en turismo analizó los ítems propuestos; segundo, el cuestionario resultante fue revisado por un responsable de la actividad turística de la región fronteriza. De esta forma, se comprobó dos veces la validez de los ítems que forman los constructos del modelo planteado en esta investigación (figura 2).

Figura 2. Modelo de la investigación.



Fuente: elaboración propia.

Posteriormente, se prestó especial atención al proceso de traducción de los ítems propuestos del inglés original al español y francés, buscando su adaptación al contexto y su equivalencia en el lenguaje en cuanto al significado, matices y connotaciones. El cuestionario más aplicado fue el de lengua inglesa, debido a que la mayor parte de los turistas de origen no latinoamericano o de España lo preferían para responder las preguntas. Por otro lado, algunos turistas no respondieron porque no conocían perfectamente ninguno de los tres idiomas, y por tanto, a estos visitantes no se le aplicaba la encuesta. Las encuestas se realizaron de forma personal a los turistas que visitaban algunos de los recursos turísticos de la provincia. Previamente a la aplicación de la encuesta, el encuestador informaba al turista del objetivo de

la investigación y le pedía su colaboración en la misma. El turista completó el cuestionario con total autonomía y de forma anónima.

El cuestionario responde a tres partes claramente diferenciadas. La primera trata sobre las actitudes del turista hacia el turismo en zonas fronterizas; la segunda, sobre el valor del destino turístico y la satisfacción del visitante; y la tercera, sobre las características sociodemográficas de los turistas. De esta manera, el número total de ítems fue de 20, tras el proceso de depuración de ítems a través del cálculo del coeficiente alfa de *Cronbach* para cada constructo. El trabajo de campo se realizó durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2015, mediante un muestreo aleatorio simple. Se realizó un pretest de 20 encuestas. En total, el número de cuestionarios válidos fue de 583, obteniendo un nivel de confianza del 95%. En la tabla 1 se muestra la ficha técnica de la investigación.

Tabla 1. Ficha técnica de la investigación.

Población	Turistas internacionales
Área geográfica	Provincia de Dajabón (Frontera norte dominico-haitiana)
Temporalidad	Julio, agosto y septiembre, 2015
Procedimiento	Muestreo Aleatorio Simple
Nivel de confianza	95%
Cuestionarios válidos	583

Fuente: elaboración propia.

Las preguntas de la primera y segunda parte del cuestionario fueron respondidas a través de una escala de *Likert* de cinco puntos. Por su parte, la mayoría de los ítems relacionados con el perfil sociodemográfico del turista eran cerrados, aunque había preguntas que se respondían abiertamente. El índice del alfa de *Cronbach* de total de ítems es de 0,759 y, por tanto, es aceptable, puesto que Nunally y Bernstein (1994) consideran aceptable una escala si su alfa de *Cronbach* está por encima de 0,7. Los datos de esta investigación se han tabulado y analizado utilizando el sistema estadístico *IBM SPSS 19*.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Obtenida la información, conviene realizar un análisis preliminar descriptivo de los datos obtenidos, así como un análisis de media según los datos sociodemográficos con cada uno de los constructos pertenecientes al modelo. Así, se puede determinar las características sociodemográficas de la muestra analizada, así como las estadísticas descriptivas de cada uno de los ítems que constituyen los constructos.

La tabla 2 muestra las variables sociodemográficas de los encuestados. Así, la muestra está compuesta en un 52,5% por hombres y en 47,5% por mujeres, siendo un 56,3% soltero/a y un 57,1% con niveles de estudios de bachiller o inferior. Con respecto a la edad, un 91,6% de la muestra está comprendida entre 18 y 44 años, con lo cual se puede deducir que los principales grupos de visitantes son relativamente jóvenes. Por su parte, un 41,3% son trabajadores por cuenta propia y el 61,3% han visitado previamente el destino fronterizo de Dajabón. El 35,6% de los visitantes son dominicanos; de los extranjeros, destaca Estados Unidos con un 24,7% de los visitantes. El 45,5% de los encuestados viajan con compañeros de trabajo o amigos. El 18,9% de los visitantes son excursionistas, destacando los turistas que se alojan una noche (32,9%) y 8 o más días (28,7%). El 84,3% se aloja en República Dominicana. Se ha detectado asociación entre el sexo y la actividad laboral (coeficiente *Chi-cuadrado* de *Pearson* = 22,040; $p = 0,001$) y entre el sexo y los acompañantes del viaje (coeficiente *Chi-cuadrado* de *Pearson* = 8,097; $p = 0,044$).

Tabla 2. Variables sociodemográficas de los encuestados.

Variables		%	Variables		%
Sexo (N=571)	Hombre	52,5	Nivel estudios (N=521)	Bachiller o inferior	57,1
	Mujer	47,5		Licenciado	34,5
				Máster	6,3
				Doctorado	2,1
Edad	18 a 25 años	23,7	País de	Rep. Dominicana	35,6

(N=532)	26 a 34 años 35 a 44 años 45 a 54 años 55 a 64 años 65 años o más	35,5 32,4 6 0 2,4	origen (N=554)	EE.UU Rep. Haiti México Puerto Rico Otros	24,7 14,8 6,1 4,2 14,6
Estado Civil (N=531)	Soltero Casado	56,3 43,7	Actividad laboral (N=506)	Estudiante Trabajador cuenta propia Trabajador cuenta ajena Desempleado Jubilado Ama de casa	29,4 41,3 19,2 3,8 1,4 4,9
País de alojamiento (N=541)	Rep. Dominicana Rep. Haití	84,3 15,7	Primera vez en destino (N=531)	Sí No	38,8 61,2
Cómo viaja (N=525)	Solo Comp. trabajo/amigos Pareja Pareja e hijos	29,1 45,5 14,9 10,5	Duración del viaje (N=507)	1 día, 0 noches 2 días, 1 noche 3 a 7 días 8 o más días	18,9 32,9 19,5 28,7

Fuente: elaboración propia.

También se realizaron las estadísticas descriptivas de cada uno de los ítems que constituyen los distintos constructos. La tabla 3 proporciona la frecuencia, los porcentajes y la media en escala *Likert* por cada ítem, en relación al constructo actitud hacia el turismo fronterizo. Los individuos presentan en todos los constructos analizados, niveles de implicación medios, con una puntuación entre 3,5 y 3,85 puntos de la escala de *Likert* de 5 puntos. El alfa de *Cronbach* del constructo actitud hacia el turismo fronterizo es 0,744. Se ha detectado asociación entre el sexo y la variable “el desarrollo del turismo fronterizo debe centrarse en la cultura local” (coeficiente *Chi-cuadrado* de *Pearson* = 19,468; $p = 0,001$).

Tabla 3. Ítems del constructo de actitud sobre el turismo fronterizo.

Ítem			1	2	3	4	5	Media <i>Likert</i>
AC1	El turismo fronterizo debe basarse en disfrutar y apreciar las características naturales o culturales de un destino	FR	32	77	153	151	157	3,57
		%	5,6	13,5	26,8	26,5	27,5	
AC2	El desarrollo del turismo fronterizo debe centrarse en la cultura local	FR	62	47	141	126	181	3,57
		%	11,1	8,4	25,3	22,6	32,5	
AC3	El turismo fronterizo fomenta la participación de la población en esta actividad turística	FR	27	56	120	139	218	3,83
		%	4,8	10	21,4	24,8	38,9	
AC4	Parte de los ingresos procedentes del turismo fronterizo deberán financiar la conservación de los recursos turísticos de la frontera en la región	FR	25	39	118	208	180	3,84
		%	4,4	6,8	20,7	36,5	31,6	
AC5	El turismo fronterizo debe fomentar la cooperación entre los países fronterizos	FR	32	57	113	149	222	3,82
		%	5,6	9,9	19,7	26	38,7	

Fuente: elaboración propia.

La tabla 4 proporciona la frecuencia, los porcentajes y la media en escala de *Likert* por cada ítem, en relación al valor del destino fronterizo² y la satisfacción del visitante con el destino. Por la información que revela la tabla, los individuos presentan, en general, en todos los constructos analizados, niveles de implicación medios-altos (puntuación de 3,45 y 4,12 puntos en la escala de *Likert* de 5 puntos). El alfa de *Cronbach* del constructo valor del destino fronterizo es 0,693; y, del constructo satisfacción con el destino es 0,662. Se ha detectado asociación entre el sexo y las siguientes variables: “este destino me ofrece más valor que otra

² Tras el Alfa de *Cronbach* se eliminó el ítem llamado VA1 (*Este destino de turismo fronterizo era peor de lo que yo me esperaba*), debido a que su correlación elemento-total corregida era menor a 0,3.

áreas fronterizas visitadas” (coeficiente *Chi-cuadrado* de *Pearson* = 13,132; $p = 0,011$) y “estoy satisfecho con mi visita a República Dominicana” (coeficiente *Chi-cuadrado* de *Pearson* = 13,405; $p = 0,009$).

Tabla 4. Ítems de los constructos valor del destino y satisfacción del visitante.

Item			1	2	3	4	5	Media Likert
VA2	Este destino ofrece más valor de lo esperado	FR	23	99	178	89	148	3,45
		%	4,3	18,4	33,1	16,6	27,6	
VA3	Este destino me ofrece más valor que otra áreas fronterizas visitadas	FR	21	54	135	164	151	3,70
		%	4	10,3	25,7	31,2	28,8	
SA1	Estoy satisfecho con la visita a la frontera dominico-haitiana	FR	15	56	103	182	184	3,86
		%	2,8	10,4	19,1	33,7	34,1	
SA2	Estoy feliz por visitar esta región fronteriza	FR	3	31	122	160	208	4,03
		%	0,6	5,9	23,3	30,5	39,7	
SA3	Estoy satisfecho con mi visita a República Dominicana	FR	6	29	119	108	257	4,12
		%	1,2	5,6	22,9	20,8	49,5	
SA4	Estoy satisfecho con mi visita a República de Haití	FR	25	44	124	177	131	3,69
		%	5	8,8	24,8	35,3	26,1	

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con la tabla 5, todas las variables analizadas sobre la actitud del visitante hacia el turismo fronterizo muestran una significativa y positiva correlación con el valor del destino turístico. Esto se ha podido comprobar a través de un análisis *Spearman*, donde se relaciona cada ítem del constructo actitud del visitante hacia el turismo fronterizo con el valor percibido del destino. Por tanto, la hipótesis H1 (*existe relación significativa entre la actitud del visitante hacia el destino fronterizo y el valor del destino*) es soportada en esta investigación. Así, la variable referente a la actitud del visitante que tiene una mayor influencia sobre el valor del destino fronterizo es “el turismo fronterizo fomenta la participación de la población en esta actividad turística”, seguida de la variable “el turismo fronterizo debe fomentar la cooperación entre los países fronterizos”. Esto confirma los resultados de Echtner y Ritchie (2003), Yoon *et al.* (2010) y Ramseook-Munhurrum *et al.* (2015), donde se muestra una relación positiva entre actitud del visitante y valor.

Tabla 5. Relación entre actitud hacia el turismo fronterizo y el valor del destino.

Ítem	Correlación con VA2	Correlación con VA3
AC1	0,186**	0,120**
AC2	0,030	0,271**
AC3	0,223**	0,239**
AC4	0,078	0,169**
AC5	0,168**	0,186**

Fuente: elaboración propia.

*La correlación es significativa al 1%.

**La correlación es significativa al 5%.

Como se observa en la tabla 6, todas las variables analizadas sobre el valor del destino fronterizo percibido por el visitante muestran una significativa y positiva correlación con la satisfacción con la visita al destino fronterizo. Esto se ha podido comprobar a través de un análisis *Spearman*, donde se relaciona cada ítem del constructo valor del destino fronterizo con los ítems del constructo satisfacción de la visita. Por tanto, la hipótesis H2 (*existe relación significativa entre el valor del destino fronterizo percibido por el visitante y su satisfacción hacia el destino*) es soportada en esta investigación. Así, la variable referente al valor del destino fronterizo percibido por el visitante que tiene una mayor influencia sobre la satisfacción con la visita al destino fronterizo es “estoy feliz por visitar esta región fronteriza”, seguida de la variable “estoy satisfecho con la visita a la frontera dominico-haitiana”. Esto confirma los resultados de Bajs (2013) y Ramseook-Munhurrum *et al.* (2015), donde se muestra una

relación positiva entre valor percibido y satisfacción del visitante. McDougall y Levesque (2000), Lee *et al.*, (2007) y Yoon *et al.* (2010) también probaron la relación positiva entre valor percibido y la satisfacción del visitante.

Tabla 6. Relación entre el valor del destino turístico fronterizo y la satisfacción del visitante.

Item	Correlación con SA1	Correlación con SA2	Correlación con SA3	Correlación con SA4
VA2	0,443**	0,392**	0,281**	0,272**
VA3	0,366**	0,432**	0,269**	0,238**

Fuente: elaboración propia.

*La correlación es significativa al 1%.

**La correlación es significativa al 5%.

Por último, se debe destacar que el 61,4% de los visitantes están satisfechos o muy satisfechos con la visita a la República de Haití; el 67,8% están satisfechos o muy satisfechos con la visita a la frontera dominico-haitiana; el 70,2% están felices o muy felices por visitar esta región fronteriza; y, el 70,3% están satisfechos o muy satisfechos con la visita a República Dominicana. En este sentido, existen estudios que han demostrado que una buena imagen del destino genera una buena satisfacción (Chen y Tsai, 2007; Castro *et al.*, 2007; Chi y Qu, 2008; Prayag, 2009; Zhang *et al.*, 2014).

V. CONCLUSIONES

El turismo se está convirtiendo en un sector importante para el desarrollo económico de las zonas fronterizas. De esta manera, en este artículo se presentan los resultados de una investigación realizada en la frontera dominico-haitiana, en concreto, en el principal punto de encuentro y entrada entre República Dominicana y República de Haití: la provincia de Dajabón (República Dominicana). De esta forma, los principales resultados de esta investigación muestran que existe relación significativa entre la actitud del visitante hacia el turismo fronterizo y el valor del destino fronterizo, y entre el valor del destino fronterizo percibido por el visitante y su satisfacción con el destino. Por tanto, este estudio soporta la relación que afirma que la actitud afecta al valor y la satisfacción percibida. Estas relaciones se han confirmado a través del modelo propuesto, validado a través de los ítems de cada constructo planteado. Además, en referencia a la satisfacción de los visitantes con el destino fronterizo de República Dominicana y República de Haití, se muestra que la mayoría de visitantes tienen una buena satisfacción con el destino fronterizo.

En cuanto a las aplicaciones prácticas de esta investigación, se considera que estos resultados pueden ser interesantes tanto para las administraciones públicas implicadas en el sector turístico de la frontera dominico-haitiana como para las diferentes empresas relacionadas con la actividad turística localizadas en este destino caribeño, debido a que les pueden proporcionar una información adecuada para vertebrar nuevas propuestas y productos turístico en la frontera. Además, los gestores de este destino deben seguir apostando por el desarrollo del turismo, de forma sostenible, puesto que genera una importante satisfacción entre los visitantes. Así, también se debe apostar por la responsabilidad social corporativa de las empresas turísticas, buscando mejorar la educación de los empleados y de las comunidades locales, debido a que un alto valor percibido mejorará la satisfacción de los visitantes.

Las principales limitaciones de esta investigación se encuentran en la temporalidad del estudio, teniendo que reforzar la investigación con un trabajo de campo en otros meses para determinar si existen o no diferencias entre las percepciones de los visitantes que recibe el destino en diferentes momentos temporales. Otra limitación es que el estudio está planteado únicamente desde el punto de vista de la demanda que visita el destino fronterizo, dificultando la difusión de los descubrimientos a otros grupos de *stakeholders*, como la población local o los empleados de las empresas turísticas. Por último, es posible que el cuestionario haya podido generar alguna incidencia en la calidad de las respuestas de los encuestados (por falta de tiempo para completarlo, por ejemplo) y, para salvar en la medida de lo posible este inconveniente, el proceso de depuración realizado ha sido muy exhaustivo, quedando eliminado cualquier cuestionario que presentara dudas en la veracidad de sus respuestas.

Como futuras líneas de investigación, resultaría atractivo llevar a cabo nuevas investigaciones cuyo diseño fuera longitudinal respecto al tiempo para conocer como varían, no sólo, las actitudes de los visitantes con respecto al valor del destino turístico, sino también observar otras como motivación del visitante. También se propone replicar el cuestionario en otros ámbitos para poder validarlo externamente, y así conocer su eventual utilidad para medir las percepciones de otros *stakeholders*, pudiendo elaborar un modelo de cuestionario para medir de forma periódica y sistemática las actitudes del visitante en zonas fronterizas, estableciendo en su caso medidas correctoras y/o de mejora, haciendo posible la prestación de un servicio adaptado a las necesidades de la sociedad actual. Además, se podría utilizar este modelo en otras tipologías turísticas, e incluso, en otros servicios, debido a que los ítems propuestos son fácilmente adaptables a otros contextos. Por último, otra posible línea de investigación futura sería plantear nuevas hipótesis donde se analizaran las diferencias de actitudes para diversos segmentos de interés del destino, como por ejemplo, conocer si hay diferencias significativas entre las actitudes de la demanda turística, población local, empleados o administradores locales respecto al valor y la satisfacción percibida.

VI. AGRADECIMIENTOS

Los autores de esta investigación quisieran agradecer el apoyo que han recibido para la realización del trabajo de campo por parte de la Universidad Tecnológica de Santiago (UTESA) en el municipio de Dajabón.

VII. BIBLIOGRAFÍA

AHMED, Z.U. y KROHN, F.B. (1992): Marketing India as a tourist destination in North America-challenges and opportunities. *International Journal of Hospitality Management*, vol. 11, nº 2, 89-98.

ALÉN GONZÁLEZ, M.E. y FRAIZ BREA, J.A. (2006): Evaluación de la relación existente entre la calidad de servicio, la satisfacción y las intenciones de comportamiento en el ámbito del turismo termal. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, vol. 15, nº 3, 171-184.

ANDERECK, K.L., VALENTINE, K.M., KNOPF, R.C. y VOGT, C.A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, vol. 32, nº 4, 1056-1076.

ANGUIANO, E. (1991): Tijuana: migración indocumentada y servicios turísticos, en *Grupos de visitantes y actividades turísticas en Tijuana* (Bringas, N. y Carrillo, J.). Tijuana, México. El Colegio de la Frontera Norte, 107-122.

AP, J. y CROMPTON, J. (1988): Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of Travel Research*, vol. 37, 120-130.

BAJS, I. P. (2015): Tourist Perceived Value, Relationship to Satisfaction, and Behavioral Intentions The Example of the Croatian Tourist Destination Dubrovnik. *Journal of Travel Research*, vol. 54, nº 1, 122-134.

BANDUCCI JÚNIOR, A. (2011): Turismo e frontera: integração cultural e tensoes identitárias na divisa do Brasil com o Paraguai. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 9, nº 3, 7-18.

BELISLE, F.J. y HOY, D.R. (1980): The perceived impact of tourism by residents: A case study in Santa Maria, Columbia. *Annals of Tourism Research*, vol. 7, nº 1, 83-101.

BESCUVIDES, A., LEE, M. E., y MCCORMICK, P. J. (2002): Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of tourism research*, vol. 29, nº 2, 303-319.

BRINGAS, N. (1991): Diagnóstico del sector turístico en Tijuana y La participación de la población estadounidense de origen mexicano y anglosajón en la composición de los grupos de visitantes a Tijuana, en *Grupos de visitantes y actividades turísticas en Tijuana* (Bringas, N. y Carrillo, J.). Tijuana, México. El Colegio de la Frontera Norte, 17-68.

- BRINGAS, N. (2004): *Turismo fronterizo: caracterización y posibilidades de desarrollo*. Tijuana, México. COLEF-CESTUR.
- BRINGAS, N. y GONZÁLEZ A. J. (2003): Algunos aspectos sobre el turismo en la frontera norte de México, en *Por las Fronteras del Norte. Una aproximación cultural a la frontera México-Estados Unidos*. México. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 272-301.
- BRINGAS, N. y VERDUZCO, B. (2008): La construcción de la frontera norte como destino turístico en un contexto de alertas de seguridad. *Región y Sociedad*, vol. 20, n° 2, 3-36.
- BUHALIS, D. y LICATA, M. C. (2002): The future of eTourism intermediaries. *Tourism Management*, vol. 23, n° 3, 207-209.
- CAMPOS DELGADO, A.E. y ODGERS ORTÍZ, O. (2012): Rossing the Border: Mobility as a resource in the Tijuana/San Diego and Tecún Unmán/Tepachula regions. *Estudios Fronterizos*, vol. 13, n° 26, 9-32.
- CASTRO, C.B., ARMARIO, E.M. y RUIZ, D.M. (2007): The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination image and tourists' future behaviour. *Tourism Management*, vol. 28, n° 1, 175–187.
- CHEN, C.-F. y TSAI, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioural intentions?. *Tourism Management*, vol. 28, 1115–1122.
- CHI, C.G-Q y QU, H. (2008): Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, vol. 29, 624-636.
- CLEMONS, D.S. y WOODRUFF, R.B. (1992): Broadening the view of consumer (dis) satisfaction: a proposed means-end disconfirmation model of CS/D. *Marketing Theory and Applications*, (Winter), 209-216.
- COLE, S. T. ILLUM, S. F. (2006): Examining the mediating role of festival visitors' satisfaction in the relationship between service quality and behavioral intentions. *Journal of Vacation Marketing*, vol. 12, n° 2, 160-173.
- CONG, L.C. (2016): A formative model of the relationship between destination quality, tourist satisfaction and intentional loyalty: An empirical test in Vietnam. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol. 26, 50-62.
- COOPER, C.; FLETCHER, J.; GILBERT, D. y WANHILL, S. (1993): *In Tourism: Principles and practice*. Harlow. Longman Scientific & Technical.
- CRONIN, J.J. y TAYLOR, S.A. (1992): Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, vol. 56, n° 3, 55-68.
- DYER, P., GURSOY, D., SHARMA, B. y CARTER, J. (2007): Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, vol. 28, 409-422.
- ECHTNER, C.M. y RITCHIE, J.R.B. (2003): The meaning and measurement of destination image. *Journal of Tourism Studies*, vol. 14, n° 1, 37–48.
- GELBMAN, A. y TIMOTHY, D.J. (2011): Border complexity, tourism and international enclaves: a case study. *Annals of Tourism Research*, vol. 38, n° 1, 110-131.
- GIMENEZ, G. (2007): La frontera norte como representacion y referente culturalen Mexico. *Cultura y Representaciones Sociales*, vol. 2, n° 3.
- GU, H. y RYAN, C. (2008): Place attachment, identity and community impacts of tourism – The case of Beijing Hutong. *Tourism Management*, vol. 29, 637-647.
- GURSOY, D. y RUTHERFORD, D. G. (2004): Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, vol. 31, 495-516.

- HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN, J.M., DI-CLEMENTO, E. y LÓPEZ-GUZMÁN, T.J. (2015): El turismo gastronómico como experiencia cultural. El caso práctico de la ciudad de Cáceres (España). *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 68, 407-427.
- HOECKMAN, J., FRENKEN K. y VAN OORT, F. (2008): The geography of collaborative knowledge production in Europe. *Annals of Regional Science*, vol. 43, 721-738.
- HORTELANO MÍNGUEZ, L.A. (2015): Patrimonio territorial como activo turístico en la «Raya» de Castilla y León con Portugal. *Cuadernos de Turismo*, nº 36, 247-268.
- HUI, T.K.; WAN, D. y HO, A. (2007): Tourists' satisfaction, recommendation and revisiting Singapore. *Tourism Management*, vol. 28, pp. 965-975.
- KONRAD, V. (2015): Evolving Canada-United States cross-border mobility in the Cascade Gateway. *Research in Transportation Business & Management*, vol. 16, 121-130.
- KOSCHATZKY, K. (2000): A River is a River – Cross-border Networking between Baden and Alsace. *European Planning Studies*, vol. 8, 429-449.
- LACOSTE, Y. (1993): *Dictionnaire de geopolitique*. Paris. Flammarion.
- LANKFORD, S.V. (1996): Crime and tourism: A study of perceptions in the Pacific Northwest, en *Tourism, crime and international security issues* (Pizam, A. y Mansfeld, Y.). 51-58.
- LÁTKOVÁ, P. y VOGT, C.A. (2012): Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research*, vol. 51, nº 1, 50-67.
- LEE, C.K.; YOON, Y.S. y LEE, S.K. (2007): Investigating the relationships among perceived value, satisfaction, and recommendations: the case of the Korean DMZ. *Tourism Management*, vol. 28, nº 1, 204-214.
- MARCU, S. (2015): Entre la (re)fronterización y la frontera red: prácticas de movilidad transfronteriza de los inmigrantes de la Europa del este en España. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 69, 541-546.
- MARTINEZ, O. J. (1994): *Border people: Life and society in the US–Mexico borderlands*. Tucson, EE.UU. University of Arizona Press.
- MARTÍNEZ, O. J. y VALDÉS, C. (1982): *Ciudad Juárez: el auge de una ciudad fronteriza a partir de 1848*. México. Fondo de Cultura Económica.
- MAZANEC, J.A.; WOEBER, K. y ZINS, A.H. (2007): Tourism destination competitiveness: from definition to explanation?. *Journal of Travel Research*, vol. 46, 86-95.
- MCALEXANDER, J.H.; KALDENBERG, D.O. y KOENIG, H.F. (1994): Service quality measurement. *Journal of Health Care Marketing*, vol. 14, nº 3, 34-44.
- McCOOL, S.F. y MARTIN, S.R. (1994): Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research*, vol. 32, nº 3, 29-34.
- MCDUGALL, G. y LEVESQUE, T. (2000): Customer satisfaction and future intentions: the role of perceived value and service quality. *Journal of Services Marketing*, vol. 14, nº 5, 392-410.
- NUNNALLY, J. C. y BERNSTEIN, I. H. (1994): *Psychometric theory* (3rd ed.). New York. McGrawHill.
- NUNKOO, R. y RAMKISSOON, H. (2011): Developing a community support model for tourism. *Annals of Tourism Research*, vol. 38, nº 3, 964-988.
- ORGAZ AGÜERA, F. y LÓPEZ-GUZMÁN, T. (2015): Análisis del perfil, motivaciones y valoraciones de los turistas gastronómicos. El caso de la República Dominicana. *ARA Journal*, vol. 5, nº 1, 43-52.
- ORGAZ AGÜERA, F. y MORAL CUADRA, S. (2014): El mercado binacional como recurso turístico en la frontera dominico-haitiana. Un análisis cuantitativo. *Investigaciones Turísticas*, vol. 8 (Julio-Diciembre), 46-62.

- PERDUE, R. R., LONG, P.T. y ALLEN, L. (1990): Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, vol. 17, 586-599.
- PRAYAG, G. (2009): Tourist's evaluation of destination image, satisfaction and future behavioural intentions – The case of Mauritius. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, vol. 26, 836-853.
- RAMSEOOK-MUNHURRUM, P., SEEBALUCKA, V.N. y NAIDOOA, P. (2015): Examining the structural relationships of destination image, perceived value, tourist satisfaction and loyalty: case of Mauritius. *Procedia, Social and Behavioral Sciences*, vol. 175, 252-259.
- RÖDER, A., PRÖPEP, M., STELLMES, M., SCHNEIBEL, A. y HILL, J. (2015): Assessing urban growth and rural land use transformations in a cross-border situation in Northern Namibia and Southern Angola. *Land Use Policy*, vol. 42, 340-354.
- RUMLEY, D., y MINGHI, J. V. (1991): *The geography of border landscapes*. New York, EE.UU. Routledge.
- SAXENA, G. y ILBERY, B. (2010): Developing integrated rural tourism: Actor practices in the English/Welsh border. *Journal of Rural Studies*, vol. 26, 260-271.
- SHELDON, P.J. y VAR T. (1984): Resident Attitudes to Tourism in North Wales. *Tourism Management*, vol. 5, nº 1, 40-47.
- STRONZA, A. y GORDILLO, J. (2008): Community views of ecotourism. *Annals of Tourism Research*, vol. 35, nº 2, 448-468.
- SULLIVAN, P., BONN, M. A., BHARDWAJ, V. y DUPONT, A. (2012): Mexican national cross-border shopping: Exploration of retail tourism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 19, nº 6, 596-604.
- TIKKA, P.M.; KUITUNEN, M.T. y TYNYS, S.M. (2000): Effects of educational background on students' attitudes, activity levels, and knowledge concerning the environment. *Journal of Environmental Education*, vol. 31, nº 3, 12-19.
- TIMOTHY, D. J. (2001): *Tourism and political boundaries*. London, Reino Unido. Routledge.
- TIMOTHY, D.J. y TOSUN, C. (2003): Tourists' perceptions of the Canada-USA border as a barrier to tourism at the International Peace Garden. *Tourism Management*, vol. 24, 411-421.
- TURNER, L. (2008): Cross-border dental care: 'dental tourism' and patient mobility. *British dental journal*, vol. 204, nº 10, 553-554.
- VALENZUELA ARCE, J.M. (2003): *Por las fronteras del norte. Una aproximación cultural a la frontera México-Estados Unidos*. México. Fondo de Cultura Económico.
- VÁZQUEZ, F.J.C. (2015): Repasando la frontera hispano-portuguesa: conflicto, interacción y cooperación transfronteriza. *Estudios Fronterizos*, vol. 16, nº 31, 65-89.
- VERDUZCO, B., BRINGAS, N. y VALENZUELA, M. (1995): *La ciudad compartida. Desarrollo urbano, comercio y turismo en la región Tijuana-San Diego*. Tijuana, México. Universidad de Guadalajara y El Colegio de la Frontera Norte.
- WASTL-WALTER, D., VARADI, M. M. y VEIDER, F. (2003): Coping with marginality: To stay or to go. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, vol. 29, nº 5, 797-817.
- WEAVER, D. B. y LAWTON, L. J. (2004): Visitor attitudes toward tourism development and product integration in an Australian urban-rural fringe. *Journal of Travel Research*, vol. 42, nº 3, 286-296.
- YOON, Y.S. y UYSAL, M. (2005): An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, vol. 26, 45-56.
- YOON, Y.S.; LEE, J.S. y LEE, C.K. (2010): Measuring festival quality and value affecting visitors' satisfaction and loyalty using a structural approach. *International Journal of Hospitality Management*, vol. 29, nº 2, 335-342.

ZABKAR, V.; BRENCIC, M.M. y DMITROVIC, T. (2010): Modelling perceived quality, visitor satisfaction and behavioural intentions at the destination level. *Tourism Management*, vol. 31, nº 4, 537-546.

ZHANG, H. y LEI, S.L. (2012): A structural model of residents' intention to participate in ecotourism: The case of a wetland community. *Tourism Management*, vol. 33, nº 4, 916-925.

ZHANG, H., FU, X., CAI, L.A. y LU, L. (2014): Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis. *Tourism Management*, vol. 40, 213-223.

ANÁLISIS DEL INTERCAMBIO TURÍSTICO ENTRE ECUADOR Y JAPÓN EN EL ÁMBITO DEL DESARROLLO LOCAL COMO POTENCIA TURÍSTICA

Ing. Guido Poveda Burgos, MBA¹
Docente Titular Universidad de Guayaquil, Ecuador
guido.povedabu@ug.edu.ec

Resumen:

Ecuador y Japón celebraron el 22 de Enero la llegada del primer voluntario nipón a la mitad del mundo quien hace 25 años fue el primero que inició la colaboración entre los dos Países.

En la actualidad a lo largo de este cuarto de siglo de intercambio también se han beneficiado las áreas de la administración, negocios, turismo, bienestar social, agricultura, silvicultura y pesca; obras públicas, servicios básicos y manufactura.

En un encuentro entre Guillaume Long y el embajador Hitoshi Noda uno de los temas tratados entre el Secretario de Estado y el funcionario asiático fue el desarrollo de las relaciones de intercambio y cooperación en materia cultural entre Ecuador y Japón.

Durante el encuentro Hitoshi Noda enfatizó que en el año 2018 se conmemora el centenario del establecimiento de las relaciones bilaterales entre Ecuador y Japón, para lo cual se tiene previsto la realización de una serie de eventos culturales y artísticos en ambos países.

Estos dos Países en la actualidad tienen buenas relaciones diplomáticas bilaterales así como en aspecto económico con acuerdos comerciales y acuerdos de cooperación y en el aspecto turístico, ya que sus relaciones se han tomado fuerza en los últimos tiempos.

Palabras clave: Intercambio, turismo, relaciones diplomáticas bilaterales, fortalecimiento, inversión, biodiversidad, características.

ABSTRACT:

Ecuador and Japan held on January 22 arrival of the first Japanese volunteer half the world who 25 years ago was the first who initiated the collaboration between the two countries.

Today along this quarter century of trade have also benefited the areas of administration, business, tourism, social welfare, agriculture, forestry and fisheries; public works, utilities and manufacturing.

In a meeting between Guillaume Long and Ambassador Hitoshi Noda one of the issues discussed between the Secretary of State and the Asian official was the development of trade relations and cultural cooperation between Ecuador and Japan.

During the meeting Hitoshi Noda stressed that in 2018 the centenary of the establishment of bilateral relations between Ecuador and Japan, for which it is planned to carry out a series of cultural and artistic events in both countries is commemorated.

¹ Docente de la Universidad de Guayaquil. Ing. Comercial, Magister en Administración y Dirección de Empresas

These two countries currently have good bilateral diplomatic relations as well as economic aspect with trade agreements and cooperation agreements and the tourism aspect, since their relations have gained strength in recent times.

KEYWORDS: Exchange, tourism, bilateral diplomatic relations, strengthening, investment, biodiversity, features.

Introducción

Ecuador y Japón actualmente tienen buenas relaciones diplomáticas bilaterales tanto en el aspecto económico con acuerdos comerciales y acuerdos de cooperación al igual que en el aspecto turístico, ya que las relaciones se han fortalecido en los últimos tiempos.

El Presidente de la República el Eco. Rafael Correa realizó una visita a Japón después de 8 años, el motivo de la visita fue para tratar temas relacionados con el medio ambiente, la reforma de la ONU, entre otros temas.

“Se realizó la visita del Presidente Correa al cabo de 8 años después de la visita que hizo el Presidente Noboa en el 2002. En la reunión con el Primer Ministro del Japón, se trataron temas tales como la inversión, la reforma de la ONU, la desnuclearización, la 10ma. Conferencia de Partes sobre la Biodiversidad (COP10), temas de medioambiente y el Presidente Correa manifestó el apoyo para que Japón sea miembro permanente del Consejo de Seguridad de la ONU”. (Embajada de Japón)

Ecuador y Japón se preparan para celebrar en el año 2018 el centenario del establecimiento de sus relaciones diplomáticas bilaterales.

El fortalecimiento de las relaciones entre ambos países ha sido muy favorable para cada una de las partes. Un resultado de esa buena relación es la ayuda que brindó el Gobierno de Japón cuando se solidarizó con el país mediante la entrega de toneladas de artículos para los damnificados por el terremoto en el país sucedido el 16 de abril del presente año.

“La entrega se realizó en la Terminal de Cargas Ecuador, en el norte de Guayaquil. El embajador de Japón, Hitoshi Noda, dijo que esperaba que la contribución de su país sirva para atender de una forma integral a las víctimas de sismo de 7,8 grados de magnitud”.

Turismo en ambos países

Turismo en Ecuador

De acuerdo con el Ministerio de Turismo en el año 2016, Galápagos se está implementando en acoger turistas y aumentar los deportes acuáticos y también realizar un posible crucero a través de las islas.

TORTUGA BAY

Bahía Tortuga es una playa de arenas blancas y aguas turquesa, quizás entre las más hermosas de las islas Galápagos y recibe la masiva visita de tortugas marinas en época de anidación.

Imagen: Letrero en Tortuga Bay



Fuente: fotografía tomada por Guido Poveda en Noviembre del 2014

Está ubicada en la zona sur de la isla de Santa Cruz y se llega luego de una caminata de cuarenta y cinco minutos por un sendero entre bosques de cactus de tunas.

Gastronomía.-Una comida muy popular en Galápagos es el viche, una especie de sopa espesa hecha a base de pescado y acompañada con plátanos verdes.

Atractivos.- Existen dos playas en el sector. Playa Brava que es la más amplia y mide dos kilómetros de extensión; sus aguas son ideales para el surf y es uno de los destinos internacionales para este deporte. Por otro lado, Playa Mansa asemeja una gran piscina rodeada de manglar y arena blanca, en esta se practica kayak, buceo y snorkel.

Biodiversidad.- Entre las dos playas existe un bosque de tunas por el nombre científico de este cactus, que se recorre por un sendero rodeado de tunos.

PARQUE NACIONAL YASUNÍ (AMAZONÍA)

Yasuní es el área protegida más grande del Ecuador continental y resguarda una impresionante biodiversidad en el corazón del bosque húmedo tropical amazónico. Además Yasuní protege parte del territorio de la nacionalidad Waorani, los Tagaeri, los Taromenane y otros pueblos indígenas en aislamiento voluntario.

Gastronomía.- El Maito de carachama es un pescado envuelto en hojas de bijao y que se sirve acompañado de yuca cocinada y encurtido.

Imagen: plato de maito de carachama



Fuente: fotografía tomada de internet

Biodiversidad.- En el Yasuní se han reportado cifras de biodiversidad sorprendentes para varios grupos de flora y fauna, nunca antes registradas en área protegida alguna.

Atractivos.- El mayor atractivo del parque es el bosque húmedo tropical de tierra firme y las lagunas de Tambococha, Jatuncocha y Añangu.

TREN CRUCERO (ANDES)

Nuestro excepcional tren pasa por hermosos paisajes desde los Andes hasta el Pacífico. Recorriendo atractivos naturales como la Avenida de los Volcanes, la Nariz del Diablo y el Bosque Nublado, la transición entre Sierra y Costa.

Atractivos.- Desde el tren se pueden contemplar los hermosos paisajes que nos ofrece nuestro viaje desde los Andes hasta el Pacífico. Recorriendo atractivos naturales como la Avenida de los Volcanes, la Nariz del Diablo y el Bosque Nublado, la transición entre Sierra y Costa.

Rutas.- Tren Crucero recorre las rutas Quito-Guayaquil o Quito-Guayaquil en 4 días y 3 noches; Guayaquil-Alausí o Quito-Alausí en 3 días y 2 noches; Alausí-Guayaquil o Alausí-Quito en 2 días y una noche.

Imagen: afiche promocional del tren crucero



Fuente: fotografía tomada de internet

Se fortalece inversión turística en Ecuador

Un total de USD 211 millones es el monto que empresarios privados invirtieron en el sector turístico en Ecuador durante el 2014, siendo Guayas, Manabí, Pichincha y Azuay las provincias donde se hizo una mayor inversión, especialmente en el sector hotelero.

El potencial turístico que posee el Ecuador es enorme, lo cual lo convierte en un destino atractivo para invertir, no sólo en sus urbes principales, sino también en el resto de ciudades en

las cuales la posibilidad de establecer hoteles de lujo, resorts u hoteles medios de excelente nivel y calidad, es factible.

Grandes cadenas hoteleras como Accor, Hilton, Wyndham e Intercontinental también apuestan por el Ecuador. Es por eso que se estima que invertirán aproximadamente USD 700 millones en los próximos dos años para proyectos turísticos en Quito y Guayaquil, según manifestó Arturo García, presidente de la Conferencia Sudamericana de Inversión en Hotelería y Turismo.

Así por ejemplo, Wyndham Hotel Group, la empresa hotelera más grande del mundo con más de 7.500 hoteles, anunció la firma de un acuerdo de franquicia para el Wyndham Quito Airport Grand Condor, la primera propiedad de Wyndham Hotels and Resorts en la capital del Ecuador.

Entre otras importantes inversiones en hoteles dentro del territorio nacional, constan Karibao en Guayas (USD 700 millones), Las Olas en Guayas (USD 550 millones), Torres Elite en Pichincha (USD 250 millones), San Juanito en Santa Elena (USD 100 millones) y Swissotel en Guayas (USD 75 millones), así lo indicó la Subsecretaría de Inversión y Fomento Turístico del Mintur.

El Ministerio de Turismo estima que empresarios turísticos privados tienen previsto realizar una inversión de cerca de USD 2.160 millones en infraestructura hotelera en Ecuador hasta el 2020.

TURISMO EN JAPON

Actualmente el turismo es un factor fundamental en la economía de los diferentes países, por lo tanto se puede decir que el turismo se ha convertido en un pilar fundamental en la economía de los países.

Japón es un país desarrollado y con gran influencia en el mercado mundial en diferentes áreas y el turismo no es la excepción, Japón posee diversos lugares turísticos visitado con gran afluencia por turistas de todo el mundo, entre los lugares más visitados tenemos:

Planificación turística en el Japón Meiji

En Japón se observa cómo históricamente la intervención gubernamental y el control centralizado de las industrias de gran potencial económico ha sido una estrategia habitual desde los inicios de su industrialización durante la era Meiji a finales del s.XIX (Hane, 2000:116-121). Aunque en un primer momento dicho desarrollo industrial se centraría principalmente en la expansión de sectores como el textil, el de la minería o en la creación de nuevas infraestructuras, principalmente ferroviarias y navales, Soshiroda (2005) sugiere que dicha planificación gubernamental existía también en la industria turística japonesa, aunque con matices y altibajos en lo que a su intensidad se refiere.

Si bien en los inicios de Meiji la presencia extranjera en Japón se siguió delimitando por medio de restricciones gubernamentales, esto en realidad no supuso una continuación directa del aislacionismo Tokugawa, sino una medida de minimización de la fricción social en un contexto sociopolítico delicado y de transición. Sin embargo ante la progresiva apertura del país y la recepción de un número cada vez mayor de turistas extranjeros el sector privado encabezó por cuenta propia una iniciativa por la creación de más y mejores infraestructuras turísticas. Esto marcaría el inicio de la Welcome Society o Kihin Kai en 1893, la cual si bien buscaría aprovecharse del gran potencial del turismo como fuente importante de capital también desempeñaba una función política triple (Soshiroda 2005: 1101): 1) mostrar Japón internacionalmente como un país moderno y civilizado; 2) ganar la suficiente notoriedad internacional como para poder renegociar tratados internacionales firmados a principios de Meiji y considerados contrarios a los intereses de Japón (p.ej. el Tratado Harris de 1858); y 3) contribuir a la modernización del país mediante la implantación de estrategias y prácticas occidentales consideradas potencialmente beneficiosas política y económicamente.²

TOKIO

Tokio es la más excitante de las metrópolis de Asia. Aquí es donde las tradiciones de los siglos pasados coexisten con los elementos siempre en movimiento de la cultura urbana más reciente, irradiando todos ellos una fiebre y una energía muy particular.

Imagen: vista panorámica de Tokyo

² Mecanismos de autorrepresentación en la promoción turística de Japón (siglos XIX-XXI)



Fuente: fotografía tomada de internet

En Tokio también podemos encontrar Marunouchi la zona comercial más grande de Japón, aquí se pueden observar un gran número de edificios, tiendas de moda, cafeterías, además se encuentra Ginza famosa por su elegancia de boutiques.

El Palacio Imperial conocido en la antigüedad como el Castillo de Edo, el Nijubashi un elegante puente con dos arcos es aquel que conduce a la entrada principal que en algunos casos está abierta al público. Se puede observar el Jardín Este (Higashi Gyoen) que es embellecido por una diversidad de flores según la estación del año, esto lo hace un lugar de descanso ideal para todos.

Tokyo Disney Resort, el parque temático que más les gusta a los japoneses, se accede a éste a partir de la estación Maihama, a 17 minutos en tren desde la estación de Tokio.

El monte Takao tiene 599 metros de altitud y está situado al oeste de Tokio. Es rico en naturaleza y cuenta con la consideración de parque nacional. A una hora más o menos del centro de Tokio, es un punto de encuentro muy popular para los amantes del senderismo. El colorido de las hojas otoñales en noviembre o las ciruelas en flor en febrero son momentos particularmente bellos y atraen mucha gente a disfrutar de este espectáculo.

KIOTO

Kioto ha sido la capital de Japón durante más de mil años y se fue convirtiendo a lo largo de esos siglos en la cuna de una gran parte de todo lo más elaborado que el país fue produciendo en el ámbito de las artes, de la cultura, de la religión o de las ideas.

El Shinkansen (tren bala) enlaza Tokio con Kioto en 2 h 40, y la ciudad está a 1 h 15 del Aeropuerto Internacional de Kansai, al lado de Osaka. En el centro de Kioto, ustedes descubrirán el Palacio imperial, cuya arquitectura es famosa por haber alcanzado la quintaesencia de la simplicidad de las formas. (A saber: para entrar deben hacer una reserva,

presentando su pasaporte, 20 minutos antes de las 10 h o 14 h para las visitas con guía). Cerca del palacio, se encuentra el Castillo de Nijo, con la más suntuosa arquitectura. Fue la residencia del shogún Tokugawa Leyasu durante sus escasas visitas a la ciudad.

La Villa imperial de Katsura, situada en los barrios oeste de Kioto, está considerada como uno de los más hermosos ejemplos de la arquitectura y del jardín paisajista tradicionales de Japón. La Villa imperial de Shugakuin fue construida en el siglo XVII por el shogunato de Tokugawa a fin de servir de retiro al Emperador GoMizunoo. Para visitar ambos lugares, hay que pedir una autorización a la Agencia de la Casa imperial. Hagan su solicitud lo antes posible. Arashiyama, a 20 minutos en tren desde el centro de Kioto, cuenta con un gran número de templos y tenderetes. Aprenderán lo fácil que es hacer una visita a pie o en bicicleta, y su paseo resultará una delicia los días que hace buen tiempo.

OTRAS REGIONES

Los Alpes japoneses están formados por una cadena de montañas volcánicas que corren del norte al sur atravesando la parte central y la más extensa de Honshu. Su belleza y su estructura irregular les han merecido ser comparados a menudo con los Alpes europeos.

La parte norte está en el corazón del Parque Nacional de Chubu Sangaku (Alpes japoneses). Nagano es célebre en el mundo entero desde que allí se celebraron los Juegos Olímpicos de Invierno en 1998. Sus montañas ofrecen en invierno unas espléndidas pistas de esquí y la temperatura fresca que allí reina en verano es ideal para la marcha y las caminatas.

El Templo Zenkoji, en el centro de Nagano y uno de los primeros centros de la fe budista, ha sido un lugar de muchísima veneración durante 1400 años. El edificio principal, imponente, es un tesoro nacional.

Intercambio turístico

Entre los intercambios turísticos que se han dado entre ambos países tenemos los mencionados a continuación:

Luxury Travel Market (ILTM) Japan 2015.

Este evento se realizó en la ciudad de Kyoto del 16 al 18 de marzo del 2015. El cual contó con la presencia del Ministerio de Turismo. Japón buscó introducir al país entre los principales destinos de turismo de lujo del mundo. Esta es una importante estrategia debido a

que Japón constituye un mercado de oportunidad para Ecuador puesto que es un lugar estratégico para diversificar y especializar la demanda de turistas.

La Subsecretaria de Mercados del Ministerio de Turismo, María Cristina Rivadeneira, fue la representante de la Institución en el evento y cumplió una apretada agenda de actividades que incluyó reuniones con la prensa japonesa especializada, tour operadores locales y realizó el levantamiento de insumos para coordinar futuras acciones del Ministerio con el país asiático.

Esta feria ILTM Japón se especializa en el turismo de alto nivel. Su anterior edición contó con la participación de más de 100 compradores y expositores del sector turístico y se realizaron más de 3.000 citas de negocios. Algunos de los países participantes fueron Singapur, Sudáfrica, Argentina, Australia, Países Bajos, Alemania, China, Malasia, Canadá, Estados Unidos y Reino Unido.³

Japan Grand Prix International Orchid Festival.

En este festival una flor ecuatoriana recibió un galardón en la exposición de Orquídeas que contó con 80.000 orquídeas procedentes de 24 países del mundo, las mismas que son cultivadas por coleccionistas japoneses.

El Festival Internacional de Orquídeas de Japón considerada la exposición de orquídeas anual que se realiza en febrero es la más importante del mundo debido a que reúne a los amantes de las orquídeas y es visitada por más de 300.000 personas de diferentes países en el lapso de ocho días.

La planta ganadora este año fue la *Epidendrum atcazoicum* también conocida como bifalce, la cual fue expuesta por un coleccionista japonés.

Este reconocimiento permite reafirmar que Ecuador es el país de las orquídeas gracias a su posición geográfica y la presencia de la cordillera de los Andes que determina la existencia de una enorme variedad de bosques y microclimas.(Ministerio de Turismo, 2014).

³ Ministerio del Turismo. Noticias. Ministerio de Turismo participó en el International Luxury Travel Market en Japón. Quito, (19-03-2015)

Imagen: Japan Grand Prix International Orchid Festival



Fuente: fotografía tomada de internet

Características de la planta ganadora:

La Planta es originaria de Ecuador, provincia del Azuay, parroquia Molleturo. La cual crece a una altura de 1.800 a 2.500 metros cuya temperatura está entre los 14 y 22 grados. Estas orquídeas florecen de febrero a junio y crece en el Bosque montañoso y nuboso.

Imagen: Orquídea Epidendrum atacazoicum



Fuente: fotografía tomada de internet

La orquídea es considerada una de las flores más atractivas del mundo por sus atributos curativos y ornamentales, se la encuentra desde los trópicos hasta lugares tan inhóspitos y remotos como los altos páramos de las montañas. La gran diversidad en formas, tamaños y

colores de la familia de las orquidáceas, le han categorizado como la familia más extensa dentro de la botánica exótica y ornamental.⁴

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

EL UNIVERSO. (23 de ABRIL de 2016). Japón realizó la entrega de 15 toneladas de donativos para Manabí. EL UNIVERSO. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/04/23/nota/5540445/japon-realizo-entrega-15-toneladas-donativos-manabi>

EMBAJADA DE JAPON EN ECUADOR. (2010). LA VISITA DEL SEÑOR PRESIDENTE RAFAEL CORREA A JAPÓN. Obtenido de http://www.ec.emb-japan.go.jp/presidente_correa_es.htm

Japan Travel and Tourism Association, JTAA (2015) (Kyoukai no gaiyou / Historia de la compañía) [En línea] Disponible en JTAA. <http://www.nihon-kankou.or.jp/home/gaiyou/history.html> [Consultado el 12 de marzo de 2015].

Japan National Tourism Association (2015) Japan Anime Map. [En línea] Disponible en JNTO. <http://www.jnto.go.jp/eng/animemap/> [Consultado el 20 de marzo de 2015].

Japan Tourism Agency, JTA (2014) White paper on tourism in Japan, 2014. [En línea] Disponible en JTA. <http://www.mlit.go.jp/kankocho/en/siryou/whitepaper.html> [Consultado el 13 de marzo de 2015].

Japonés, O. N. (28 de junio de 2016). Obtenido de <http://www.jnto.go.jp/>

Ministerio de Turismo. (2014). Orquídea ecuatoriana triunfa en Tokio-Japón. Obtenido de MINISTERIO DE TURISMO.

Recording Industry Association of Japan, "Nendo betsu Mirion Serā Ichiran", página web de Recording Industry Association of Japan, sección Kakurui Sōkei, 31 de diciembre de 2002. [www.riaj.or.jp/data/others/million_list/2002.html, consultado el 12 de mayo de 2013.]

Reuters, "South Korea's Pop-cultural exports Hallyu, yeah! A 'Korean wave' washes Warmly over Asia", The Economist, 25 de enero de 2010. [www.economist.com/node/15385735, consultado el 17 de mayo de 2013.]

⁴ Ministerio del Turismo. Noticias. Orquídea ecuatoriana triunfa en Tokio-Japón. Quito (28-02-2014)

FACTORES ECONÓMICOS QUE CONDICIONAN EL DESARROLLO DE DESTINOS TURÍSTICOS EMERGENTES TRANSFRONTERIZOS. Estudios de caso: Destino Iguazú Cataratas y Posadas – Encarnación.

Liliana Maria Dieckow
Universidad Nacional de Misiones (UNaM)
Posadas, Misiones, Argentina
lilianadie@gmail.com

Resumen

Esta ponencia presenta resultados parciales de dos proyectos de investigación universitarios y expone los principales factores económicos que condicionan a las ciudades de apoyo y a los destinos turísticos emergentes de trans frontera para su desarrollo y competitividad. Se aborda un análisis desde el método cualitativo mediante entrevistas y fuentes secundarias (especialmente estadísticas y artículos de diarios).

Se observa como influyen las condiciones de base económico - productivas y de políticas económicas y turísticas en el crecimiento espontáneo de las ciudades de apoyo y en el desarrollo de los destinos transfronterizos. Se destacan la integración social y el comercio informal, además de la articulación física mediante puentes y la promoción y planificación estratégica integrada, pero se evidencia la dificultad de integración y articulación en materia turística, especialmente en el desarrollo del destino, manifestándose en asimetrías y competencia, más que integración y complementariedad.

Palabras clave: destinos turísticos emergentes, transfrontera, factores económicos.

Introducción

Con las diferentes modalidades de oferta turística y tendencias de la demanda, surgen nuevos destinos turísticos y a la vez se rediseñan destinos que tradicionalmente se orientaban a ciertos tipos de visitantes y que en la actualidad cambian o mutan sus perfiles de mercado.

Así surge la temática de los destinos emergentes, lugares que atraen a gran cantidad de visitantes pero cuya oferta todavía no se encuentra en excelentes condiciones de ser anfitrión.

La problemática de los destinos turísticos emergentes es un tema muy interesante de analizar en términos generales y más aún si los mismos se encuentran en áreas de trans frontera bi o tri nacional como por ejemplo el destino de compras, turismo de reuniones, de carnaval y verano de Posadas-Encarnación o el destino natural, de compras y de reuniones de las Cataratas del Iguazú (Puerto Iguazú, Foz y Ciudad del Este) Así, esta ponencia expone resultados parciales de dos proyectos de investigación titulados "*Estudio de Calidad de los Servicios Turísticos e imagen del Destino Iguazú Cataratas*" UNaM- ANPCyT PICTO (PICTO 2006 N° 37038) y "*Diagnóstico del destino turístico Posadas - Encarnación (2015-2017)*" Código: 16H/416.

Las preguntas que se buscan responder son: ¿Cuáles son los factores económicos que influyen en estos destinos emergentes transfronterizos?, ¿Cómo es el comportamiento de la demanda en estos destinos?, ¿Cuánto repercuten las asimetrías y el tipo de cambio en los destinos transfronterizos?

Los objetivos son:

Objetivo general:

Analizar la problemática económica de los destinos turísticos emergentes de trans frontera.

Objetivos específicos:

- 1) Analizar la problemática de los pueblos de frontera que se han transformado en destinos emergentes transfronterizos
- 2) Identificar los factores económicos de oferta y demanda que condicionan a los destinos emergentes transfronterizos y sus consecuencias.
- 3) Evaluar la influencia de las asimetrías y del tipo de cambio en éstos destinos emergentes de frontera.

Para comenzar se abordará un breve encuadre teórico conceptual.

En primer lugar se destaca que se considera al **turismo como una actividad económica**, pues dice que esta expresión recoge casi por completo los elementos definitorios relacionados al abordaje económico del turismo. Para ello, se referencia a la Secretaría de las Naciones Unidas para el

Comercio y Desarrollo que lo considera como el conjunto de actividades industriales y comerciales que producen bienes y servicios consumidos total o parcialmente por visitantes extranjeros o por turistas nacionales. (Figuerola, M.; 1990: 17-18 in Dieckow, L.; e.a.; 2012:11)

Por su parte, el **destino turístico**, según Jafar Jafari, (2000) es un lugar que está en una fase muy avanzada de desarrollo, ya que lo asocia a *unidades geográficas amplias, que reciben un gran número de visitantes y que además tienen una economía dependiente de las transacciones que realizan los turistas*. En esta definición quedarían excluidos los destinos con menor evolución turística, como pueden ser los destinos emergentes.

Por otro lado, Avila y Barrado (2005) consideran al destino turístico como *un espacio físico y social con unas determinadas características y calidades que ofrece una yuxtaposición de valores ambientales, territoriales, sociales y culturales, que brinda una vivencia integral al visitante*.

Lucía Tamagni (in Dieckow, L.; e.a.; 2012: 64) cita a Crouch y Ritchie (2003) quienes agregan a la definición la dimensión de la *gestión* definiendo al destino turístico como *“el espacio o ámbito geográfico con rasgos propios de clima, cultura, atractivos, infraestructuras, servicios, equipamientos, precio, imagen y gestión, los cuáles, en términos de mercado, se posicionan en la mente de los consumidores”*.

Tamagni también menciona a Joseph Valls (2004: 19) *“quien considera que un espacio para ser calificado como destino turístico debe cumplir con algunas condiciones, entre ellas que tenga vocación de planificación y pueda disponer de cierta capacidad administrativa para desarrollarla. Es decir que el destino, además de unidades territoriales básicas como pueden ser ciudades, provincias, regiones, y países, pueden además abarcar una o varias naciones; una o varias regiones o provincias, un lugar, una asociación de municipios, etc. Las condiciones que debe cumplir el destino para ser considerado como tal son en primer lugar, que las unidades de gestión turística se configuren de acuerdo con ciertas características que podrán ser históricas, geográficas, antropológicas, sociológicas, u otro motivo integrador. En segundo lugar el destino debe tener la capacidad de motivar a los mercados meta para la visita; deben estar en condiciones de presentar una oferta estructurada de productos y servicios acorde a las necesidades y deseos de los mercados objetivo y que además puedan ser comercializados de manera integral. Finalmente, el destino debiera estar amparado por la presencia de una marca fuerte, atractiva, que facilite su identificación en los mercados”*. (Tamagni, L.; in Dieckow, L.; e.a.; 2012: 64-65)

Para Enrique Bigné, *“los destinos son combinaciones de productos turísticos, que ofrecen una experiencia integrada a los turistas. Tradicionalmente, los destinos se consideraban como una zona bien definida geográficamente como un país, una isla, o una ciudad. Sin embargo, cada vez más se reconoce que un destino puede ser un concepto percibido, es decir, que pueden interpretarse subjetivamente por parte de los consumidores en función de su itinerario de viaje, formación cultural, motivo de visita, nivel de educación y experiencia previa.”* (Bigné, E.; 2000:30 in Dieckow, L.; e.a.; 2012:13)

Según Oreja (2000) existen dos factores al considerar el concepto de destino turístico: el ámbito espacial y su percepción como soporte de productos turísticos. Destaca asimismo su naturaleza multidimensional al señalar que los mismos engloban numerosas dimensiones del entorno, industria, tecnologías, estrategias, estructuras, ideologías, individuos, procesos, prácticas, creencias y resultados. (Oreja in Parra López, E.; 2006:62 in Dieckow, L.; e.a.; 2012:13). Por su parte, para Camisón (1998) el destino es un espacio en el que confluyen agentes, iniciativas y experiencias que acaban moldeando un lugar como atractivo para la demanda turística. Este destino está compuesto por una red de empresas especializadas en diferentes parcelas de satisfacción del ocio, a partir de las cuales toma entidad un espacio como ámbito capaz de suministrar uno o más productos turísticos. (Camisón in Parra López, E.; 2006:62 in Dieckow, L.; e.a.; 2012:13)

Finalmente, Ejarque sostiene que el destino turístico *“será un territorio que con una marca, un precio y por lo tanto, un lugar en el mercado mantiene durante una gran parte del año un flujo de visitantes y de turistas lo suficientemente numeroso como para convertir a esta actividad en una de las bases de su economía”* Esto indica la necesidad de que un destino tenga un volumen mínimo de visitantes, sin embargo también debe considerarse la aparición de nuevas formas de turismo compatibles con la idea de sostenibilidad económica como el destino turístico no tradicional (sin turismo de masas) (Ejarque, J.; 2014: 29)

Otro concepto es el de los **destinos emergentes**. Para Lucía Tamagni, *“en general se denominan a aquellos que aún no han alcanzado una evolución importante en su desarrollo, no solamente en relación a la puesta en valor y transformación de atractivos en productos y ofertas comerciales, sino también al hecho de ser percibidos por los mercados como destinos no tradicionales o novedosos”*. (Tamagni, L.; in Dieckow, L.; e.a.; 2012: 65-66)

Tamagni también recuerda que muchas veces se relacionan a los destinos emergentes como una etapa del ciclo de vida de los productos y destinos planteado por Butler (1980), considerándolo en función del número de llegadas de visitantes a lo largo del tiempo. Se considera de este modo que un destino turístico tiene un ciclo de evolución similar al de los productos/servicios, y comprende: exploración, implicación de autoridades locales, desarrollo, consolidación, estancamiento y declive o rejuvenecimiento. Según este modelo, cada etapa requiere de una gestión especializada que influirá en la calidad percibida por el visitante. Mientras que los destinos turísticos portadores de marcas ya posicionadas en los mercados atraviesan ciclos de madurez y se lo suele denominar “destinos tradicionales”, aquellos que están en etapa de preparación o iniciando su desarrollo son llamados “emergentes”. (Tamagni, L.; in Dieckow, L.; e.a.; 2012: 66)

Tamagni destaca que *“a pesar de la concepción determinista que posee el modelo de ciclo de vida de los productos, y las numerosas críticas que ha recibido su aplicación al campo del turismo, sigue siendo de utilidad como herramienta de reflexión estratégica para ayudar a decisiones vinculadas a la gestión de los destinos turísticos, específicamente en lo que concierne a la imagen y calidad percibida por sus visitantes”*. (Tamagni, L.; in Dieckow, L.; e.a.; 2012:66)

A diferencia de los modelos de desarrollo turístico que impregnaron el pensamiento de los años 60 y 70 en Europa y con rebote en América Latina y el Caribe, centrados en el turismo de masas, y que perdieron vigencia a finales de la década de los 80, la planificación turística del nuevo siglo se basa en el desarrollo local y la sustentabilidad medio ambiental. Los destinos turísticos emergentes están concebidos bajo este último paradigma, propiciando la autenticidad, la singularidad, los espacios no degradados, la experiencia de los viajeros y el fortalecimiento de las identidades locales. (Tamagni, Zanfardini, Espinosa, & al, 2010 in Tamagni, L.; in Dieckow, L.; e.a.; 2012: 66-67)

Concretamente, en Argentina, la SECTUR¹ entiende por destino emergente *“a aquellos sitios que por sus características naturales y/o culturales presentan potencialidad para atraer turistas tanto nacionales como internacionales, pero que no han alcanzado aún este objetivo debido a problemas de competitividad, o bien a que la oferta turística carece de una puesta en valor adecuada o está desarticulada*. Como puede apreciarse, la definición tiene eje en la potencialidad turística de un territorio y está sustentada fuertemente en el desarrollo local. En este sentido, el organismo nacional de turismo argentino posee un programa denominado PROFODE² cuyo principal objetivo es *“disparar procesos de desarrollo en destinos turísticos emergentes”* atendiendo a re-direccionar los flujos turísticos para el crecimiento equilibrado en el territorio nacional. Asimismo el programa tiene sus ejes rectores en la construcción de un modelo local con inclusión social y desarrollo sustentable; con el afianzamiento de la identidad local y la interculturalidad, el respecto por el patrimonio natural y cultural y la mejora de la calidad de vida de la población local. (Tamagni, L.; in Dieckow, L.; e.a.; 2012: 67)

Destaca Tamagni que en un estudio evaluativo del PROFODE realizado por Toselli (2009) la autora expresa también que el turismo puede convertirse en uno de los motores factibles de promover un verdadero proceso de desarrollo local en los destinos emergentes, ya sea como actividad económica principal o complementaria. (Tamagni, L.; in Dieckow, L.; e.a.; 2012: 67)

Rodolfo Bertoncello sostiene que la mirada turística cambia a lo largo del tiempo y en las distintas sociedades, lo que por lógica lleva a que también lo hagan los atractivos y lugares turísticos (por ejemplo los destinos de sol y playa y los de turismo rural).

A medida que cambia la forma de pensar y practicar el turismo, y la función que se asigna a esta práctica, también cambian los atractivos turísticos que permiten realizarlo y los lugares de destino turístico donde llevarlos a cabo. (Bertoncello, R.; 2009:8-9 in Dieckow, L.; e.a.; 2012: 14)

En la actualidad, el turismo de las “4S” (sol, mar, arena y sexo) esta pasando a las “4L” (paisaje, descanso y disfrute), destacándose la experiencia, el aprendizaje del turista, el entretenimiento, la diversión y el disfrute. Hay una tendencia hacia el turismo activo (Ejarque, J.; 2014:45) que lleva al surgimiento de nuevos destinos, motivaciones y actividades.

Ya en el año 2000, Sergio Molina destacaba que los importantes recursos turísticos con que cuenta un lugar no son suficientes para emprender el desarrollo o alcanzar resultados favorables. Se debe tener además una capacidad emprendedora y un entorno social e institucional favorable que transforme esos recursos en desarrollo. Se necesitan además políticas a mediano y largo plazo, implementar normas y programas de desarrollo, realizar una integración territorial para potenciar los esfuerzos, conservar y poner el valor los recursos- atractivos, desarrollar y mejorar los productos, analizar la

¹ Secretaría de Turismo. Ministerio de Turismo de la República Argentina

² Programa de fortalecimiento y estímulo a destinos turísticos emergentes. En <http://www.turismo.gov.ar/esp/institucional/profode/profode.htm>

cobertura y el alcance del mercado, mejorar la imagen, desarrollar las infraestructuras, formar los recursos humanos, impulsar la inversión, entre otros.

De allí, que la actividad turística tenga como sus componentes centrales a: **“los actores, sistema, satisfactores y espacio, (éstos) deben reunir ciertas características consecuencia de decisiones humanas (subjetivas) las que serán diferentes según la ideología de quienes las tomen. No hay espacios ni satisfactores turísticos objetivos, ajenos a los valores e intereses de que conforman cosmovisiones y aspiraciones de las personas... como tampoco existe la capacidad competitiva objetiva ajena a las personas que las proponen y experimentan.** (Capece, G.; 2007:19 in Dieckow, L.; e.a.; 2012:16)

Los **actores**, si bien tienen diferentes acepciones, se los podría definir como personas o grupos con intereses en el escenario en que se desarrolla la actividad turística. Podrán ser empresarios, funcionarios públicos y población en general.

Respecto del **sistema turístico**, éste es abierto (permite la entrada de otros actores y actividades, e influye sobre otras actividades), es influenciado por el contexto, (existencia de sistemas turísticos homeostáticos y con baja adaptación), de alta permeabilidad, descentralizado ya que no posee un núcleo que lo comande con intercambios de flujos con el contexto, armónico pues necesita que se mantenga un alto nivel de compatibilidad con su entorno, con gran número de variables que generan acciones, interacciones y reacciones. Es dinámico, con retroalimentaciones constantes, es caótico debido a la alta sensibilidad de las condiciones iniciales, es no lineal por las sinergias y flexibilidad; es decir es dinámico y dialéctico. (Capece, G.; 2007: 47-48 in Dieckow, L.; e.a.; 2012:16)

Los **satisfactores** son los productos turísticos. En el lenguaje popular se lo entiende de diversas formas: como actividad, modalidad de turismo, o un destino y hasta algunos lo confunden con paquete o un servicio de una empresa privada. Sin embargo, desde lo técnico, el producto turístico es una combinación de prestaciones e infraestructuras que los turistas consumen en pos del logro de algún beneficio, forzando a veces la existencia de un producto como algo general o universal.

El **espacio** es un área imaginaria surgida del relato – y como tal cambiante- que las personas construyen respecto de las localizaciones de las fuerzas, atracciones, servicios, infraestructuras, y consecuencias que requieren y visualizan al desarrollar las actividades propias del quehacer turístico. La parte del espacio por excelencia es el destino, el que se configura en el territorio de acogida de los visitantes, punto donde nuevamente volvemos al debate acerca de quien define el espacio y destino turístico, los actores locales o los foráneos. (Capece G.; in Dieckow, L.; e.a.; 2012:16). En los casos en estudio de esta ponencia se trata de la **trans frontera**. Roberto Abinzano concibe a los espacios de frontera, *“no como una línea divisoria que separa y/o contacta subsistemas nacionales diferentes, ni como una membrana que selecciona flujos de diversa índole (personas, mercancías, mensajes, etcétera), sino como un espacio de considerables (y muy variables) dimensiones donde los efectos de las fronteras internacionales (límites) se hacen sentir en forma permanente siendo consubstanciales con la vida social misma de esas regiones, con las identidades culturales, con las actividades, proyectos y expectativas de la mayoría de la población”* (...) *“Si antes las fronteras sirvieron para limitar, separar, bloquear, impedir, etc., hoy su papel se ha invertido: deben servir para unir, cooperar, integrar, y complementar.”* (Abinzano, Roberto; S/D). El término Transfrontera alude a lo trans como un concepto que permite expandir los límites del territorio y la identidad, y se plantea como un espacio de creación colectiva.

Por último, el **Desarrollo turístico** que es la *“provisión y mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista y definido de una manera más general, también puede incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos, (...) la forma que puede asumir el desarrollo turístico varía enormemente de una situación a otra, de un contexto a otro, debido a que no existe un tipo único de desarrollo turístico.”*(Pearce, Douglas; 1988:14 in Dieckow, L.; e.a.; 2012:16)

Gustavo Capece dice que *“El destino en cuanto producto turístico integral es el resultado de los procesos de transformación y comercialización que concretan los habitantes, personas, empresas e instituciones que interactúan en el espacio turístico de acogida, y es percibido por los turistas como un conjunto con ciertos rasgos de homogeneidad”.* (Capece, G.; 2007: 166 in Dieckow, L.; e.a.; 2012:16)

Finalmente, la OMT (1999: 26); manifiesta su preocupación sobre este particular, señalando que: *“el turismo no ha de suponer la implantación de nuevas relaciones sociales, nuevos valores culturales o nuevas costumbres ajenas a la comunidad. Para lograr un desarrollo turístico equilibrado y sostenible se requiere que el basamento social y cultural previo tenga a la comunidad que la oriente e impregne la concepción de los proyectos y la ejecución de los productos turísticos”*, situación que mediante la

construcción de enclaves es prácticamente imposible de llevar a la práctica. (OMT in Dieckow, L.; e.a.; 2012:18)

Metodología

Esta ponencia descriptiva, se basó en fuentes secundarias de estadísticas oficiales y de diarios. Asimismo, se utilizaron fuentes primarias, mediante método cualitativo a partir de entrevistas realizadas entre los años 2015 y 2016.

Resultados

Destino Iguazú Cataratas

Fotografías N° 1 y 2: Río Iguazú y Cataratas del Iguazú.



Fuente: Google.com

Mapas N°1y N°2:localización del destino Iguazú Cataratas.



Fuente: Google.com y Google Earth

El destino Iguazú Cataratas (situado en la triple frontera de las Repúblicas de Argentina, Brasil y Paraguay) cuenta con un atractivo de relevancia internacional que son las Cataratas del Iguazú, que se encuentran 21 km aguas arriba de la confluencia del río Iguazú con el río Paraná, y la cabecera de la erosión retrocedente son precisamente los espectaculares y tremendamente poderosos saltos de la Garganta del Diablo. Las Cataratas del Río Iguazú comprenden hoy día un conjunto de 275 caídas de agua establecidos en un barranco de lava formado hace 120 millones de años. Alvar Núñez Cabeza de Vaca las reconoció en 1542 y la película “La Misión” las hizo trascender en la pantalla mundial. (<http://www.eltribuno.info/geologia-las-cataratas-del-iguazu-n248801>). Estas Cataratas están protegidos en dos jurisdicciones nacionales: el Parque Nacional Iguazú –PNI- (Argentina) y el Parque Nacional Foz – PNF- (Brasil) y tres ciudades de apoyo que son Puerto Iguazú (Argentina), Foz (Brasil) y Ciudad del Este (Paraguay). Las Cataratas del Iguazú son Patrimonio Natural de la Humanidad (UNESCO, 1992) y una de las Siete Maravillas Naturales (2011) según la consultora New 7 Wonders de Suiza. Sin embargo, para muchos visitantes, el destino se relaciona a uno solo de los países y una ciudad de apoyo, no reconociendo la situación transfronteriza. Asimismo, desde los gobiernos locales, provinciales y nacionales, el trabajo conjunto es muy relativo, destacándose como ejemplo que recién en agosto de 2011 se elaboró el primer folleto conjunto del destino binacional.

Del lado argentino, la ciudad de apoyo Puerto Iguazú tiene casi un siglo, con muchos cambios de gestión y jurisdicción. El primer hotel se inauguró en 1922, año en el cual también se construyó el

circuito inferior de las Cataratas. Luego, en el año 1928 el Gobierno Nacional de Argentina compró las tierras con el fin de crear el Parque Nacional y una zona militar. Luego en 1934 con la sanción de la Ley Nº 12.103 de los Parques Nacionales de la República Argentina se creó el Parque Nacional Iguazú (segundo parque nacional del país). En mayo de 1937 se inauguró el edificio de la Intendencia del Parque Nacional Iguazú (diseñado por el famoso arquitecto A. Bustillo). Entonces la Intendencia del Parque Nacional Iguazú fue responsable también del pueblo hasta la creación de su Comisión de Fomento en 1951.

La creación de la primera Comisión de Fomento de Puerto Iguazú se aprobó por decreto del Presidente de la Nación el 24 de abril de 1951, en el mismo se sustituía el nombre de "Iguazú" para el puerto ubicado en el Departamento Iguazú, del Territorio Nacional de Misiones, por el de "Puerto Eva Perón". De esta manera se creó la Comisión de Fomento de Eva Perón, a cargo de 8.000 ha. A partir del derrocamiento del Gobierno de Perón se substituye el nombre Eva Perón por Puerto Aguirre. El 12 de julio de 1960 cambia el nombre nuevamente pasando de Puerto Aguirre al definitivo Puerto Iguazú. En el año 1940, se procedió a la urbanización del pueblo, con el trazado de calles, emplazamiento de edificios públicos. Dos años después cuando se crea el Departamento Iguazú, separado del Departamento Frontera. En 1.941 por un decreto del Poder Ejecutivo Nacional se fijan los límites del Parque Nacional Iguazú y los límites del trazado del pueblo de Puerto Aguirre, hasta ese entonces en jurisdicción del Parque. (Areco de Saldías, 1999: 25).

Actualmente, el Parque Nacional Iguazú argentino ocupa una superficie de 67.300 ha. con un eje fluvial a lo largo de 50km. por el Río Iguazú. Presenta dos secciones bien definidas: la *reserva* (6.000 ha) de acceso a los turistas y el *Área intangible*. Se entiende por *Área Cataratas* al sector de Reserva del Parque Nacional Iguazú. En esta área se pueden desarrollar las actividades turísticas, que desde el año 1995 (por 99 años) se encuentra concesionado a la empresa Iguazú Argentina S.A. Carlos E. Enríquez y otros (Es una Unión Transitoria de empresas –UTE- formada por capitales provinciales), concesionaria de todos los servicios en el parque (trenes, gastronomía, circuitos), el Hotel Sheraton y otros prestadores de servicios de turismo de naturaleza de origen local que ofrecen excursiones de turismo de naturaleza. Es un área que recibe gran cantidad de visitantes (aproximadamente 1,2 millones de personas por año, con una capacidad de carga de 12 mil personas por día), lo cual exigió ya desde el año 1987 elaborar un Plan de Manejo del Parque Nacional Iguazú de la Administración de Parques Nacionales (APN).

Las ciudades de apoyo del parque, Puerto Iguazú (Argentina) y Foz (Brasil) presentan grandes diferencias entre ellas, denotando sus asimetrías económicas, sociales y ambientales. Puerto Iguazú, que dista 15 Km. del Parque Nacional Iguazú, surge como puesto fronterizo de soberanía hacia el año 1881 e incrementa progresivamente su población mediante crecimiento vegetativo³, constituyéndose en la ciudad de mayor población del norte de la provincia (INDEC, Censos de población 1960, 1970, 1990, 2001). Desde sus inicios, Puerto Iguazú fue considerada como centro de control político económicos de frontera debido a su condición de articulación tri nacional o triple frontera (Argentina, Brasil y Paraguay) y la necesidad geopolítica de controlar el área a partir de tres funciones tradicionales: función militar para la defensa territorial, conservación de la flora y fauna y facilidades para el turismo, muchas veces, con tareas, decisiones superpuestas y antagónicas.

Sin embargo, las relaciones cotidianas en la frontera (relaciones comerciales informales, parentescos, tráficos vecinales) y los nuevos proyectos económicos ligados al MERCOSUR, destacan asimetrías, desequilibrios y necesidades de Puerto Iguazú respecto de su par Brasileño, presentando dificultades en los servicios básicos como agua potable (solo lo posee el 36% de la población) y cloacas, baja potencia eléctrica (que genera cortes frecuentes), la disposición final de los residuos a cielo abierto, de accesibilidad como servicios de Internet, telefonía, caminos, deficiente transporte público urbano, pocos avances tecnológicos y educativos (Puerto Iguazú aún no cuenta con Universidad aunque se dictan varias carreras de la universidad pública allí. Por su parte, Foz es sede de cuatro universidades.

En el año 1968, en búsqueda de un reordenamiento interno, se presenta el *Plan de Desarrollo Turístico para el Municipio de Iguazú*. Este plan funcionó como material complementario para el diseño y expansión urbana aunque los problemas estructurales permanecieron: superposición jurisdiccional, ausencia de un plan nacional y provincial coordinados para crear el espacio turístico como territorio distinto con liderazgo y autoridad política, económica y social, indefinición jurídica de los terrenos (que facilita la posesión ilegal), inestabilidad habitacional que incide en la ausencia de equipamiento e infraestructura urbana, estímulos de organización comunitaria, carencia de productos locales, dependencia de los movimientos pendulares del tipo de cambio. (Cammarata-Celman;170)

³ Puerto Iguazú tuvo un crecimiento poblacional acelerado en la década de 1980, creció un 183% hasta el año 1991 (una tasa de crecimiento medio del 10% anual).

Estas asimetrías se incrementaron aún más a partir del año 1980 con la inversión parcial en la planta hotelera, lo cual pronto generó los llamados *hoteles fantasma* en el acceso a la ciudad de Puerto Iguazú (estructuras hoteleras que no fueron concluidas por el tipo de cambio desfavorable por más de una década), afectando la imagen de Puerto Iguazú y la futura demanda de turistas que va definiendo el perfil de *enclave* para el sector de las Cataratas argentinas. (Cammarata, e.a.: 7).

La ciudad de Puerto Iguazú - que es parte de una de las provincias (Misiones) más pobres y marginales de la Argentina- cuenta en la actualidad con más de 8.300 plazas hoteleras, frente a Foz Do Iguazú que posee más de 27 mil plazas. Se evidencia también la falta de ofertas recreativas y de actividades nocturnas, lo que obliga a los huéspedes a trasladarse a las ciudades de Foz o Ciudad del Este (con las dificultades que conlleva el paso de frontera y los trámites de aduana). En Puerto Iguazú, desde el año 2007 se ha incrementado el alojamiento de turistas extranjeros en un 40% (leral.org, 9/12/15)

La debilidad de esta situación se asocia a la incapacidad presupuestaria del municipio para resolver estos problemas y el escaso poder de negociación frente a los grupos inversores -mayoritariamente foráneos como las cadenas hoteleras-, además del escaso espacio físico que posee el municipio, encerrado entre dos espacios de jurisdicción nacional como los son el Parque Nacional Iguazú y los dominios del Ejército Nacional. Esto lleva a una situación de búsqueda de soluciones individuales por parte de los hoteleros ante estos problemas (perforaciones propias para agua potable, grupos electrógenos propios, transfers, entre otros).

Del lado brasileño la ciudad de Foz- al igual que su gemela paraguaya Ciudad del Este- que forman parte de los Estados más ricos de ambos países (Paraná, en Brasil y Alto Paraná en Paraguay) tuvieron un gran impulso en la década de 1980 en cuanto al crecimiento urbano y desarrollo de infraestructuras gracias a las obras de la Central Hidroeléctrica de Itaipú sobre el río Paraná, próximo a ambas ciudades. Sin embargo, Foz presenta actualmente el problema de la inseguridad (robos) y por poseer un acceso y vista panorámica menos privilegiada de las Cataratas, debiendo incluir en sus atractivos turísticos la Represa de Itaipú y el Parque Das Aves.

Tabla N°1: Comparación entre los dos parques nacionales y sus ciudades de apoyo

Aspectos	Parque nacional Iguazú (Argentina)	Parque Nacional Foz (Brasil)
Año de creación	Ley N° 12.103 de 1934	Decreto federal N° 1035 de 10 de enero de 1939
Superficie	67.300 ha	180.000 há.
Demanda turística actual	Cataratas: 1. 200.000 personas al año	Cataratas: 1.200.000 personas en 2010
Declaración UNESCO	En el año 1992 fue declarado Patrimonio Natural Mundial de la Humanidad por la UNESCO	En 1986, el Parque fue declarado Patrimonio Mundial Natural de la Humanidad por la UNESCO
Ciudad de apoyo	Puerto Iguazú	Foz do Iguassu

Se evidencian las diferencias en superficie entre ambos parques, aunque coinciden en el volumen de afluencia turística.

Por su parte, las tres ciudades de servicios o de apoyo también presentan diferencias:

Tabla N°2: comparación de las tres ciudades de apoyo

	Ciudad de Pto. Iguazú (Argentina)	Ciudad de Foz (Brasil)	Ciudad del Este (Paraguay)
Fundación oficial de la ciudad	1951	En 1910 esta población se convirtió en la “Vila Iguazú” y estaba administrada por el municipio de Guarapuava. Cuatro años más tarde se emancipó y fue fundado el “municipio de Vila Iguazu”, que se convertiría en el año 1918 en el actual municipio de “Foz do Iguazu”.	3 de febrero de 1957, con el nombre de “Puerto Flor de Liz” luego, . “Puerto Presidente Stroessner”, en honor al dictador Alfredo Stroessner, hasta el golpe de estado del 3 de febrero de 1989 donde pasó a llamarse “Ciudad del este”.
Población actual	42.849 habitantes (IPEC 2012)	255.987 habitantes (2012)	312. 652 habitantes (2012)
Actividad económica	Turismo, comercio, Duty free shop, Compañía minera SRL	Comercio y turismo Soja.	Comercio (paseros), contrabando, soja.
Articulación	Puente Tancredo Neves (IGR- FOZ) (año 1985)	Puente de La Amistad entre Foz ciudad del Este (año 1965)	-----
Impulso turístico	1985: Emitur. Inversiones turísticas. Hoteles Fantasma	1980: Represa de Itaipú	1980: Represa de Itaipú
Plazas hoteleras actuales	8.300 plazas	27.780 plazas	18 hoteles (1700 plazas)
Atractivo principal	Cataratas del Iguazú Garganta del diablo	Parcialmente las cataratas del Iguazú. Helicóptero. Represa de Itaipú	Ciudad de compras Represa de Itaipú

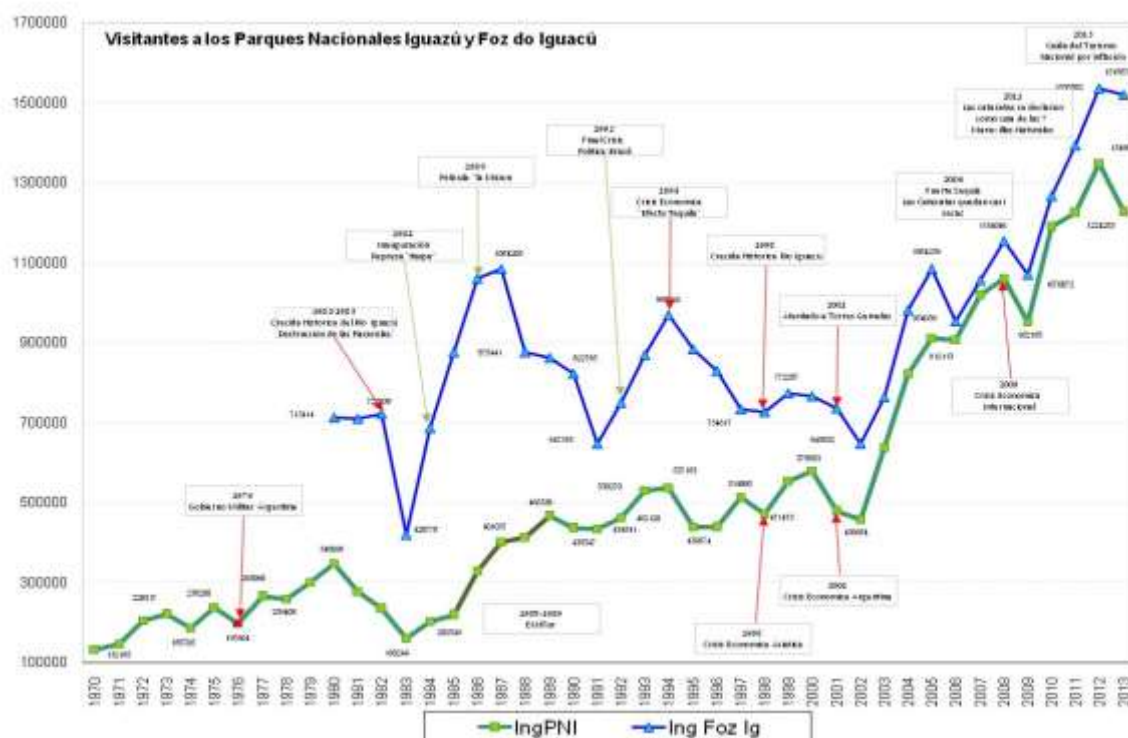
Fuente: elaboración propia en base a fuentes secundarias.

Se observan grandes diferencias entre las ciudades de apoyo en relación a su población, plazas hoteleras y modalidad de turismo que más desarrolla. Otro dato importante es que solo el 25% de los que visitan el Parque Nacional Iguazú (Argentina) contrata algún servicio en la ciudad de Puerto Iguazú (por la calidad y precios de los hoteles de Foz y por el “proyecto de las 600 ha” o “Selva Iriapú” que es un enclave turístico próximo a las Cataratas, pero relativamente alejado de la ciudad de Iguazú). Solo el 15% de los que visitan el Parque Nacional Foz, también visita el Parque Nacional Iguazú (por problemas en la Aduana- Migraciones en el puente Tancredo Neves y por el tipo de cambio entre el Real brasileño y el Peso argentino). Tanto Puerto Iguazú como Foz cuentan con un Boureau de convenciones.

Respecto a la cantidad de personas que pasan diariamente el puente internacional Tancredo Neves (Une Puerto Iguazú y Foz) se destaca que son alrededor de 39 mil personas las que lo utilizan en el receso invernal el puente internacional de manera diaria. <http://misionesonline.net/2015/07/21/puerto-iguazu-unas-39-mil-personas-transitan-diariamente-por-el-puente-internacional-tancredo-neves/> Para el año 2015 se esperaba que a este ritmo crucen en todo el mes alrededor de un millón de personas. (<http://www.elterritorio.com.ar/nota4.aspx?c=5926219659943996> 23/01/15)

Finalmente, Ciudad del Este (Paraguay) es una ciudad que creció mediante la construcción de la represa de Itaipú (Río Paraná). Presenta notables diferencias de clases sociales, aunque es una ciudad muy importante desde el punto de vista económico y demográfico en el Paraguay. Hoy día es una ciudad de compras de electrónicos y tecnologías en general además de indumentaria, es un lugar de turismo de compras con visitantes brasileños y argentinos que provienen desde las capitales nacionales y diversos estados. Cuenta con un centro y Boureau de convenciones y varios shoppings y se proyecta la construcción de un gran parque temático de hielo y agua.

Gráfico N°1 : Evolución de la demanda de visitantes a ambos parques.



Fuente: elaboración propia en base a fuentes secundarias.

Se observa claramente el aumento de la demanda turística al destino y se evidencian ciertas fluctuaciones anuales de demanda en ambos Parques.

Como destaca la bibliografía relacionada al tema, el turismo es una actividad económica muy sensible ante diferentes variables económicas, sociales, políticas y ambientales, algunas de las cuales se han identificado en este gráfico: Se destacan por ejemplo:

a) Los **efectos ambientales**: las inundaciones en 1992-1993. Estas inundaciones del río Iguazú destruyeron las pasarelas de madera, debiendo luego la “Unión Transitoria de Empresas (UTE) Iguazú Argentina” concesionaria del Parque Nacional Iguazú hacerlas de metal y plegables.

b) Los **efectos de crisis económico- políticas internacionales**: en 1994 con el “efecto Tequila”, en 1998 la crisis asiática y sus efectos transnacionales, en 2001 el atentado a las Torres Gemelas en Nueva York.

c) La **Gestión turística**: También se observan ciertos cambios en la demanda turística exclusivamente vinculados al lado argentino: desde 1985 a 1989 la gestión provincial de promoción turística del EMITUR (Empresa Misionera de Turismo, ente mixto) incrementó la afluencia de visitantes al parque Iguazú. En contraste, la crisis político económica del 2001 retrajo la afluencia de visitantes. Gestiones posteriores intentaron alcanzar los resultados de la gestión del EMITUR, logrando resultados próximos en la actualidad.

d) La **Política económica**: La década de la Convertibilidad (1peso = 1dolar) en Argentina (1991-2001) que permitió a los argentinos viajar al exterior y hacer menos turismo doméstico, si bien evidencia pocos cambios en la afluencia a las Cataratas, generó en Puerto Iguazú una notable disminución de turistas que se alojaron allí, ocasionando una crisis en el sector empresario local (hotelero y de agentes de viajes locales) con endeudamientos y deterioro de infraestructuras y equipamientos. En Brasil se destacan la crisis de 1992 con la caída del Presidente de la Nación brasileña, el Sr. Collor de Melo y la caída de la moneda nacional frente al dólar en 2001. El registro de demanda de la ciudad de Puerto Iguazú representó en el 2006 un 6,5% menos del igual período 2005, las razones que se atribuyen según los empresarios se asocia a los bajos niveles de agua registrados en el 2006 en las Cataratas del Iguazú, dado que se cancelaron varios contingentes de extranjeros debido a una inadecuada promoción de agencias de viajes y del gobierno nacional. (Cammarata, e.a.; 2007). Sin embargo, los brasileños promocionaron la visita al destino “como nunca más lo verá: las cataratas sin agua.” Otro factor clave para la disminución en la ocupación hotelera se atribuye a que el turismo que atrae la región fue el de tipo “gasolero o económico”, grupos familiares de ingresos medios, o bien de jóvenes. También la implementación de la tasa migratoria a mediados del 2006 creó conflictos múltiples en el comercio local. En los años 2014 y 2015 se tuvo varias cotizaciones del cambio peso=

dólar en Argentina (oficial, blu, turista, tarjeta, etc.) cotizándose entre los \$3,0 a \$5,0 cada dólar. En diciembre de 2015 con el cambio de gobierno nacional se produjo la devaluación del peso argentino, pasando a valer entre \$13 a \$15,50 cada dólar entre diciembre de 2015 y junio de 2016.

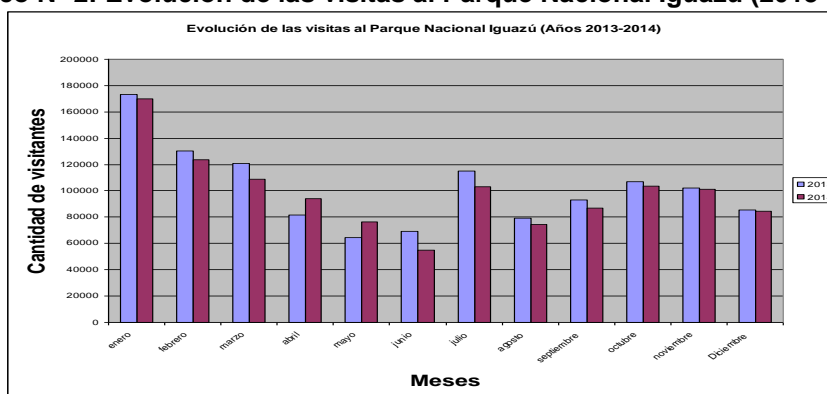
e) Las **Enfermedades**: la fiebre amarilla afectó a ambos centros de apoyo, reduciendo parcialmente la afluencia de visitantes. En enero de 2008 cayeron el 30% de las reservas hoteleras de Puerto Iguazú y en Semana Santa la demanda turística disminuyó a 39 mil visitantes de los históricos 45 mil. Desde 2014 se observan casos de dengue en la región, que si bien no disminuyen la demanda, son señal de alerta. Nuevamente en el año 2015 surge otra enfermedad que el Dengue que retraería la demanda del destino en el verano de 2016.

La declaración de Maravilla del Mundo plantea la posibilidad de incrementar la afluencia, lo cual deberá ser analizado en términos de la capacidad de carga. Sin embargo hubo una disminución en al demanda posterior a la declaración por otros factores como las enfermedades citadas.

Otro factor a tener en cuenta son los efectos que la proyectada construcción de la represa de Corpus (aguas abajo sobre el río Paraná) podría ocasionar a las Cataratas del Iguazú.

Los ciclos anuales de temporada alta (julio y enero) y baja se evidencian claramente en las entradas al Parque nacional argentino:

Gráfico Nº 2: Evolución de las visitas al Parque Nacional Iguazú (2013- 2014).



Fuente: Cuerpo de guardaparques Centro Operativo Cataratas y Uso Público Intendencia Parque Nacional Iguazú (diciembre 2014)

En este gráfico se observa el comportamiento de las visitas al Parque Nacional Iguazú a lo largo de los meses en los años 2013 y 2014. En el año 2014 se registraron 1.188.563 visitas al parque distribuidas por un 56% de argentinos, un 14% de turistas del Mercosur (brasileños, uruguayos, paraguayos y venezolanos) y un 30% de extranjeros fuera del Mercosur, entre los cuales los mayores contingentes provinieron de Estados Unidos, Francia, Alemania, España y Japón (<http://www.iguazuargentina.com/cataratas-del-iguazu-una-vez-mas-el-destino-del-millon/14/01/15>).

En el año 2015 hubo 1.349.804 visitas que superaron en un 2,36% al 2012 que mantenía el podio y en un 16,25% al año 2014. Casi el 60% de los turistas ingresados al Parque Nacional Iguazú son argentinos, mientras que hubo un 26% de extranjeros y un 14% de visitantes del Mercosur. (<http://iguazu-noticias.com/2016/01/01/cerro-el-2015-con-record-historico-de-visitas-al-parque-nacional-iguazu/11/07/16>)

El Intendente actual de la ciudad de Puerto Iguazú Sr. Claudio Filippa, destacó que aunque no precisó los números, reconoció que se sintió el impacto en la cantidad de visitantes. *“El dengue afectó al turismo pero tanto, por el hecho de que el turismo es una actividad muy sensible a los temas como este. En general si hoy disminuyó un poquito el turismo con respecto a enero del año pasado, se debe más que nada a lo que implica la transición en el gobierno. Además, a esta problemática se suma a la falta de agua y electricidad, dos servicios que no se prestan con eficiencia en Iguazú”*. El propio Filippa aceptó que se trata de un grave problema que aún persiste (<http://misionescuatro.com/provinciales/dengue-repelente-los-turistas-iguazu/11/01/16>)

Por otra parte, en relación a la Semana Santa del año 2016, los diarios nacionales destacan: *“El tan temido rebrote del dengue que se esperaba en Puerto Iguazú para Semana Santa finalmente no llegó y el sector turístico festeja. Con el 75% de las plazas hoteleras reservadas, se espera la llegada de unas 25.000 personas a partir de hoy para disfrutar de las espectaculares Cataratas del Iguazú. El presidente del Ente Municipal de Turismo de Puerto Iguazú, Leopoldo Lucas, dijo que las reservas*

superan el 75% de las plazas disponibles en los hoteles de cuatro y cinco estrellas. Estimó que la afluencia será buena y aseguró que los visitantes se encontrarán con muchas promociones y descuentos".
 (http://www.clarin.com/sociedad/rebote-dengue-llego-Catarataspleno_0_1545445780.html 23/03/16)

Destino Posadas- Encarnación

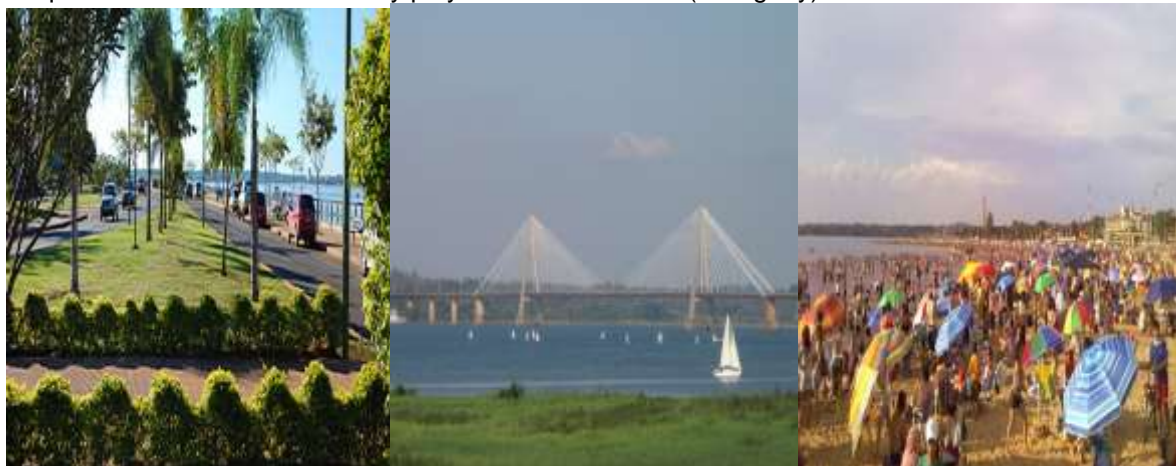
Las ciudades de Posadas (Argentina) y Encarnación (Paraguay) comparten una misma raíz fundacional ligada a las Misiones Jesuítico - Guaraníes. En el año 1615 se funda la misión de *Nuestra Señora de la Anunciación de Itapúa* (hoy ciudad de Posadas, Argentina) que, en el año 1621 se traslada a la otra orilla el río Paraná con el nombre de *Nuestra Señora de la Encarnación de Itapúa* (hoy ciudad de Encarnación, Paraguay).

Fotografías N°3 y 4: Localización de las ciudades de Posadas(Argentina) y Encarnación (Paraguay).



Fuente: Google.com

Fotografías N°5, 6 y 7: Avenida Costanera de la de Posadas (Argentina), Puente internacional San Roque González de Santa Cruz y playas de Encarnación (Paraguay)



Fuente: Google.com

La integración temprana se potencia recientemente con la construcción del puente internacional Roque González de Santa Cruz (1990) sobre el río Paraná, la firma del Tratado de Asunción (MERCOSUR, 1991), las obras complementarias de la represa de Yacyretá (EBY, 1998) a 100 km aguas abajo en el río Paraná con sus efectos en ambas ciudades y el servicio del tren internacional (2014) sobre el puente internacional, que formalizan e incrementan los vínculos sociales, económicos y turísticos entre ambos países y ciudades.

Estas nuevas dinámicas impulsan la necesidad de organizar el espacio social y económico, se elaboran planes estratégicos en cada ciudad. Así, el Plan Estratégico Posadas denominado PEP 2022 publicado en 2008, promueve a la ciudad de Posadas como centro de servicios y portal de ingreso a la provincia de Misiones. Por su parte, el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Encarnación (2013), propone dotarla de una visión a largo plazo y darle un posicionamiento turístico. En 2014 se dan los primeros acuerdos para formular un inédito Plan Metropolitano que integra ambas ciudades de

diferentes países en un único conglomerado urbano, un destino turístico. Esto denota que el turismo es una actividad sensible que cada plan estratégico incluye como instrumento de desarrollo local.

Ambas ciudades, hoy capitales de Estado separados por un río, un centro de frontera, pero unidos por un puente binacional y un servicio ferroviario, cuentan con atractivos turísticos vinculados al río Paraná y a eventos programados. Su infraestructura y equipamiento mejora permanentemente en cantidad y calidad, convirtiendo a Encarnación en la principal ciudad balnearia y de carnaval del Paraguay y a Posadas como centro re distribuidor de visitantes hacia los Esteros del Iberá (humedal a 100km de Posadas, en provincia de Corrientes, Argentina), la represa de Yacyretá (presa a 70 km al sur de Posadas, en la provincia de Corrientes), a las Misiones jesuítico - guaraníes, Patrimonio Cultural de la Humanidad de San Ignacio, Santa Ana; los saltos de Moconá (sobre el Río Uruguay a 300 km de Posadas) y las Cataratas del río Iguazú (a 300 km al norte de Posadas). De este modo, Posadas busca consolidarse como un polo de servicios turísticos del Nordeste argentino.

A lo largo de su historia, la ciudad de Posadas ha pasado por varias transformaciones urbanísticas. Pero a comienzos del Siglo XXI ha experimentado una gran evolución, que se evidencia con la construcción del primer tramo de la avenida Costanera Monseñor Kemerer. Esto forma parte de las obras complementarias o tratamiento costero que realiza la Entidad Binacional Yacyretá (EBY) como consecuencia de la construcción de la represa de Yacyretá, culminando en el año 2014 con 21 km de avenida Costanera. Años después estas obras complementarias se replicarían en la vecina orilla de Villa Encarnación de Itapúa con 27 km de avenida Costanera, lo que le da un nuevo impulso al desarrollo de un pujante circuito turístico, comercial e inmobiliario.

En la actualidad, ambas ciudades con sus áreas de influencia *“forman un conglomerado que supera los 500.000 habitantes, constituyéndose uno de los mayores centros urbanos en la región.”* (Plan Estratégico Posadas 2022: 20)

En relación a esta idea, el Intendente de Encarnación (Juan Schmalko) sostiene que *“Posadas y Encarnación tienen que avanzar como ciudades gemelas”* Consideró que será tarea de las administraciones de las dos ciudades, trabajar en el corrimiento de las fronteras. Señaló que Encarnación se convirtió en uno de los principales puntos turísticos de Paraguay, luego de la inauguración de la Costanera y de las playas sobre el río Paraná, pero reconoció que la infraestructura presente todavía no alcanza para atender la demanda que se produce en verano. Ese escenario plantea una oportunidad para Posadas que podría dar alojamiento, comida y esparcimiento a buena parte de los paraguayos que se acercan a Encarnación atraídos por sus playas. (<http://misionesonline.net/2013/04/29/posadas-y-encarnacion-tienen-que-crecer-como-ciudades-gemelas/> 29/04/13)

La ciudad de Encarnación: Entre varias denominaciones antiguas que recibe la ciudad, la “Perla del sur” es la más arraigada y habitualmente es referida como tal por los paraguayos. También es conocida por ser la Capital del Carnaval del país y últimamente por ser la capital del verano paraguayo, por la masiva cantidad de turistas que visitan a la ciudad en los meses veraniegos.

La ciudad es parte de la zona más rica y productiva (PIB) de la República del Paraguay. Actualmente, es un importante polo comercial, manteniendo un fuerte vínculo con la ciudad argentina de Posadas, conectada a través del puente carretero/ferroviario San Roque González de Santa Cruz, sobre el río Paraná. Como capital del Departamento de Itapúa, es la ciudad con mayor servicio de salud, gastronómico, universitario, bancario y entretenimiento y de transportes del Departamento y también una de las más importantes del país. Tiene consulados de Alemania, Argentina, Uruguay, Japón, Brasil y Ucrania y posee una ciudad hermanada: Posadas, Argentina con la cual forma la Conurbación internacional. El área administrativa y bancaria de la ciudad conocida como “zona alta” surge hace 40 años.

La población de este Departamento es mayoritariamente rural, el número de habitantes se ubica en las 551.128 personas con una leve predominancia de varones. Según los grupos de edad, el infantil presenta la mayor proporción, concentrando a casi el 40%. Respecto a documentación, más del 90% de los habitantes registraron sus nacimientos, y los que cuentan con Cédula de Identidad solo llegan a poco más del 60%. Gran parte de la región de Itapúa fue colonizada por inmigrantes de variados orígenes, entre ellos se destacan los italianos, alemanes, rusos, brasileños, ucranianos, franceses, japoneses, polacos y en los últimos tiempos se puede ver una gran cantidad de sirios y libaneses. Esta diversidad cultural le dio el nombre de “Crisol de razas”, haciendo de este Departamento el más cosmopolita del Paraguay.

En sus inicios el primer rubro de la economía de los inmigrantes era la explotación de los recursos naturales de la zona, en especial la madera en la zona del Alto Paraná y el Cerros San Rafael, actualmente declarado Parque Nacional, pero ahora mantienen varias prósperas industrias. Se dedicaban también a la agricultura (soja, maíz, tung, trigo, yerba mate, etc.) y la ganadería bovina. La

capital del departamento vive casi exclusivamente del comercio, especialmente del turismo de compras que realizan los argentinos que visitan la ciudad diariamente. En la capital y en ciudades como Fram o las Colonias Unidas (Bella Vista-Hohenau-Obligado) mantienen una fuerte agroindustrialización, factorías del ramo textil y aserraderos. Igualmente próspero es su comercio internacional gracias a la puesta en marcha de la represa Yacyretá-Apipé y al impulso regional dado por el tratado del Mercosur. La represa no solo generó la obra complementaria de la costanera sino que obligó al traslado de barrios tradicionales y la reubicación de los comercios de la “zona baja” al nuevo “centro comercial”, próximo al puente internacional.

En cuanto al comercio exterior, Encarnación se ha vuelto uno de los puertos fluviales más importantes del Paraguay desde el año 1936. Desde el año 1911 ya existía un vínculo por tren entre Encarnación y la capital nacional Asunción.

Encarnación es uno de los puntos de referencia turística más importantes del país, en especial en verano, siendo la tercera ciudad más importante en el sector económico. La ciudad ofrece particularmente varias zonas comerciales, como el casco céntrico o el nuevo circuito comercial, donde es posible encontrar casi todo lo que busca un comprador a precios muy accesibles. Posee restaurantes con comidas típicas locales e internacionales, discotecas, clubs nocturnos, hoteles de 5 estrellas, hasta casinos y centros comerciales (Shopping).

Entre los lugares a visitar se destacan: a) El Puente Internacional San Roque González de Santa Cruz es un imponente puente internacional que une a Encarnación con Posadas (Argentina), es casi un rito para quienes llegan a la ciudad, b) El Rally Trans Itapúa y/o el Rally Conasur: Se corre todos los años y en Encarnación se concentran corredores de varias nacionalidades y seguidores de este deporte que ha alcanzado trascendencia internacional por la característica del terreno y del éxito organizativo que coronó cada una de las ediciones anteriores del rally. Generalmente se realiza en otoño, c) Expo Itapúa: es realizado anualmente, y es considerada la 3º mayor expo del país (luego de Asunción y de Santa Rita). Últimamente no se hace por las obras de la EBY, d) A 50 km se encuentran la Misión jesuítica de Santísima Trinidad y la Misión jesuítica de Jesús, ambas declaradas Patrimonio Natural de la Humanidad por la UNESCO en el año 1993), y el centro jesuítico astronómico de San Cosme y Damian, d) Circuito comercial: que reemplaza a la antigua “Zona Baja” (hoy ocupada por la avenida costanera y una playa) de la ciudad encarnacena. Se encuentra camino a la aduana paraguaya, para pasar a Posadas, e) Avenida Costanera: En sus distintos sectores; se puede disfrutar de la costanera, como practicar deportes (como remo, por ejemplo), hacer caminatas, tomar sol en sus playas, disfrutar el paisaje, tomar tereré (infusión local) o pasar un buen rato con la familia o amigos, en sus 27 km, f) Playas: ir a veranear en una de las tres amplias playas que tiene la ciudad, puede ser un buen motivo para venir a pasear en esta ciudad, además de contar con gran infraestructura. En los meses de verano del 2012, más de 3 millones de turistas visitaron las playas de esta ciudad, g) Carnaval encarnaceno: en el mes de febrero, la casi solemne Encarnación se convierte en una bulliciosa ciudad invadida de colores y ritmos de samba brasileño. Es cuando por 8 días las tradicionales fiestas del carnaval se apoderan de los lugareños y de los visitantes. Miles de turistas de todo el país y de países vecinos llegan al Sambodromo de la ciudad para disfrutar del espectáculo de los desfiles de carrozas y comparsas durante las noches de corsos. El Carnaval de Encarnación es considerado el mayor carnaval del Paraguay lo cual califica a la ciudad con el título de “Capital del Carnaval Paraguayo”.

La ciudad de Posadas. Forma parte de una de las provincias más marginales y de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) más altas de la Argentina. Cuenta con una Población Total de 277.564 habitantes (145.405 Mujeres y 132.159 Hombres) según datos del Censo Nacional de Población y Vivienda del año 2010. Es el núcleo de población más importante de Misiones, la cual lentamente conforma un gran espacio urbano con el municipio Garupá, denominado Gran Posadas. Alrededor del 50% de la superficie departamental posee algún tipo de explotación agropecuaria: 692 hectáreas (ha) corresponden a producción de té, 3.472 ha a cultivos de yerba mate, 56 ha de plantaciones de tabaco, 10.646 ha de bosques implantados, 3.745 ha dedicadas a la ganadería y en 4.921 ha se cultivan cítricos, hortalizas y mandioca, entre otros productos alimenticios. En este departamento también se llevan a cabo importantes celebraciones populares, como la Fiesta Provincial del Teatro, la Fiesta Provincial de Estudiantes Secundarios (Estudiantina) y la Fiesta Nacional de la Música del Litoral, así como eventos de la talla del TC 2000 (carrera de automóviles) y Turismo Carretera, conciertos musicales y exposiciones plásticas y de arte contemporáneo de porte internacional, y campeonatos deportivos nacionales de fútbol, hockey, golf, tenis, básquet, natación, motonáutica, pesca, y otros. Posee un centro de convenciones y eventos.

Varios factores desencadenaron la situación actual de Posadas:

- La expansión económica de la provincia: Misiones creció poblacional y económicamente de forma significativa en los últimos 50 años, lo que impulsó su rol como centro administrativo.

- La zona de frontera y el puente con el Paraguay: la provincia tiene la peculiaridad de tener el 90% de sus límites con el exterior, lo que marcó una cultura de integración con los países limítrofes muy fuerte. La actividad comercial internacional del puerto sobre el Paraná fue luego suplantada por el Puente San Roque González de Santa Cruz que la une a Encarnación, este puente ferroviario es uno de los tres que une la Argentina con el Paraguay, y su movimiento vehicular y peatonal es incesante. A esto se suma su ubicación estratégica con respecto al MERCOSUR y el paso por la misma del corredor bioceánico Antofagasta—Paranaguá.

- La represa de Yacyretá: aunque las obras se realizaron desde la localidad de Ituzaingó (Corrientes) a unos 70 km, Posadas se vio beneficiada por un conjunto de obras tendientes a minimizar los impactos del lago artificial sobre la ciudad. A esto debe sumarse el asentamiento de cientos de obreros y profesionales que ante la culminación de las obras resolvieron afincarse en la ciudad media más cercana.

- El turismo: todavía no logra ser una actividad de peso en la ciudad, pero su carácter de única ciudad importante en el camino a los variados atractivos turísticos de la provincia prometen que esta actividad sea cada vez más movilizadora de la economía.

- Movimiento financiero: como zona de frontera, el flujo de capital y divisas es muy intenso, lo cual la convirtió en la plaza financiera y cambiaria más importante de la región.

- Migración interna y externa: Posadas repite el fenómeno que se da en numerosas provincias, la migración de los habitantes del interior a la ciudad capital en busca de mejores posibilidades. Sin embargo, muchos de ellos terminan habitando en los cinturones de pobreza de la periferia. (Stefaňuk, Miguel Ángel. "Diccionario Geográfico Toponímico de Misiones Contratiempo Ediciones, 2009, Ministerio de Cultura, Educación, Ciencia y Tecnología de Misiones, Instituto Nacional de Estadística y Censos)

El turismo y la integración actual

Desde hace 10 años ambas ciudades empiezan a considerar al turismo como actividad productiva y económica relevante. Desde la gestión de turismo nacional de Argentina (desde 2009) y Paraguay (desde 2011) se destaca el interés por el turismo, al igual que a nivel de la provincia de Misiones y Departamento de Itapúa. Por las obras complementarias de la represa de Yacyretá que construye la Avenida Costanera en Posadas y Encarnación y ambas ciudades comienzan a generar mayores inversiones en turismo y se identifica una clara política a favor del turismo en ambas municipalidades, con los planes estratégicos.

En cuanto a inversiones privadas, la ciudad de Posadas ha incrementado su oferta de alojamientos con 3 nuevos hoteles desde el año 2007, alcanzando un total de 17 establecimientos de alojamiento y ha alcanzado los 29 restaurantes, la mayoría de ellos concentrados en la Avenida Costanera tomándolo como mirador natural. Se habla de un crecimiento en oferta turística del 17% en los últimos 5 años y de un 20% de la demanda turística. Las actividades que más demanda turística generan son los eventos programados, desde deportivos (carreras de autos, ferias comerciales y congresos científicos) muchos de ellos se concretan en el nuevo Centro de Convenciones y Eventos de la ciudad, próximo al aeropuerto internacional.

Se observa el cumplimiento parcial del Plan Estratégico Posadas, destacándolo como portal de ingreso del turismo a la Provincia de Misiones y como sede de eventos organizados (Feria Forestal, Acá Nomás todo y Ferias de muebles y artesanías) además de eventos científicos de carácter internacional. No se evidencian mejoras en el fomento a la inversión privada mediante exención de impuestos (tributos municipales) aunque desde hace 4 años, la Dirección de Turismo de Posadas participa de la FIT (Feria Internacional de Turismo) de Buenos Aires en representación de las empresas de Posadas.

Por su parte, en la ciudad de Encarnación se empieza a hablar de turismo en el año 1990 y recibe el gran aluvión de visitas desde el año 2011 con la Avenida Costanera y sus playas. La ciudad tuvo un auge destacado en cuanto a las inversiones privadas en los últimos 10 años como ser:

a) Alojamientos: **Tabla N°3:**

Año	Cantidad de hoteles
2012	17
2013	25
2014	54

Fuente: Dirección de turismo Encarnación. 2015.

Estos datos indican un crecimiento del 307% en tres años. En el año 2013 se produce la apertura del primer hotel 4 estrellas de la ciudad.

b) Gastronomía **Tabla N°4:**

Año	Cantidad de restaurantes
2011	26
2014	65

Fuente: Dirección de turismo Encarnación. 2015.

Indica un crecimiento de 164%.

c) Agencias de Viajes **Tabla N°5:**

Año	Cantidad de agencias de viajes
2011	6
2014	17

Fuente: Dirección de turismo Encarnación. 2015.

Indica un crecimiento del 183%.

c) ingresos generados al municipio en el verano **Tabla N°6:**

Verano	Ingresos generados
2011-2012	3 millones de dólares
2014-2014	12 millones de dólares

Fuente: Dirección de turismo Encarnación. 2015.

Indica un crecimiento del 233%. Se estima que por temporada veraniega hay más de 100 mil visitantes a las playas, teniendo la ciudad una población residente de 109 mil habitantes.

Esto pone de relieve el gran crecimiento por turismo que tiene la ciudad de Encarnación en los últimos 5 años. Este crecimiento se debe también en parte a la contaminación de las aguas del Lago Ipacarái (próximo a la capital nacional de Paraguay) que fue hasta hace unos años el principal centro balneario de Paraguay.

Se observa el cumplimiento parcial del Plan Estratégico de Turismo de Encarnación aunque la propia Directora de Turismo destaca que aún falta mucho por hacer, básicamente relacionado con reorganizar la actividad turística que ha sido espontánea y masiva y la gran concentración de personas en ciertos momentos en el año en algunos puntos concretos de la ciudad.

Se han realizado convenios de colaboración entre la Dirección de Turismo de Posadas y la Dirección de turismo de Encarnación a partir del año 2013, especialmente para alojar personas en Carnaval y elaborar folletería conjunta.

Sin embargo, para lograr la integración entre ambos centros turísticos como destino binacional se destacan algunos aspectos a superar:

- congestiónamiento en el Puente internacional San Roque González de Santa Cruz por los trámites aduaneros y fronterizos a realizar. Además, en ciertas fechas (fin de año, verano, Carnaval) pasan por día más de 30 mil personas, lo cual genera un congestiónamiento importante. El servicio ferroviario reduce parcialmente este problema. Por otro lado, un servicio de embarcaciones es limitado para un flujo tan importante de personas.
- Las dificultades migratorias (por la documentación solicitada) para turistas internacionales que quieren hacer el Circuito Internacional de las Misiones jesuíticas entre los Departamentos de Itapúa y la Provincia de Misiones.

Sin embargo como factores positivos se destacan:

- La voluntad política de integración por parte de las gestiones municipales, provinciales y nacionales que se evidencia en los pasos iniciales del Plan Metropolitano.
- Se inician contactos para otros tipos de integración productiva como ser la industria vinculada con el sector primario y acuerdos en el área de salud.

Tabla N°7: Llegada de turistas y variación por año, según vía de ingreso y lugar de entrada. Periodo 2012-2013

Vía de Ingreso	Año 2012	Año 2013	Variación Absol	Var. Relativa
Puente San Roque	70.830 personas	80.674 personas	9.844 personas	13,90%

Fuente: <http://www.dgeec.gov.py/Publicaciones/Biblioteca/compendio%202013/Compendio%20Estadistico%202013.pdf> y [https://es.wikipedia.org/wiki/Encarnaci%C3%B3n_\(Paraguay\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Encarnaci%C3%B3n_(Paraguay))

Se estima que en los años 2014 y 2015 han pasado más 100 mil turistas (el 1,0 - 1,5% del total de personas) por el puente Posadas - Encarnación. Los argentinos y brasileños pasaban a Encarnación por sus playas y carnaval y a Posadas por su gastronomía, vida nocturna, vinos y quesos.

Pero, "los brasileños que hasta el año 2013 pernoctaban en Posadas por su calidad de alojamientos y gastronomía hoy lo hacen en Encarnación por sus hoteles y variedad de atractivos" (entrevista directora del turismo de Encarnación, 20/05/15). Esto se manifiesta con el dato de que en Posadas, desde el año 2007 se ha incrementado el alojamiento de turistas extranjeros solamente en un 1,5% (leral.org, 9/12/15)

Con relación al total de personas que pasaron el puente, se estima que en el año 2015 pasaron 9,1 millones de personas el puente. Desde el año 2008 la circulación a través de distintos medios fue incrementándose. Ese año cerró con 7.678.231 personas, en 2009 fue 7.065.362, en el 2010 fue de 7.638.452, al año siguiente de 8.092.153 personas, en 2012 cruzaron 8.009.674, en el 2013 lo hicieron 8.475.712 personas, el año pasado esa cifra se elevó a 9.060.654 mientras que este año sin contar el mes de diciembre uno de los meses con mayor tránsito fronterizo se llegó a 9.109.139 personas. El movimiento sobre el puente en las fiestas de fin de año (periodo de Navidad) exhibió las siguientes cifras: entre el 20 de diciembre al 27 de diciembre salieron de Posadas 125.211 personas, e ingresaron 91.276. En cuanto a vehículos sin contar el transporte público de pasajeros salieron 29.555 e ingresaron 26.452, mientras que el tren de pasajeros fue utilizado en esa fecha por más de cinco mil personas. (<http://misionesonline.net/2015/12/30/este-ano-cruzaron-91-millones-de-personas-por-el-puente-posadas-encarnacion/30/012/15>). El 5 de mayo de 2016 pasaron 40 mil personas el puente, motivados por el bajo precio del combustible (<http://misionescuatro.com/general/40-mil-personas-cruzaron-puente-posadas-encarnacion-sabado/>). La estructura de servicios y control de frontera del Puente Internacional San Roque González de Santa Cruz fue diseñado para unas 5.000 personas por día, hoy todos los días estamos en un promedio de 35.000 y hemos tenido días de 45.000". (<http://www.antenamisiones.com/?modulo=extendido&id=53648>)

Si bien los economistas sostienen que solo el 2% de la conducta de los turistas es por el valor de la moneda o tipo de cambio (Misionesonline.net 20/08/15), aparentemente el tipo de cambio combinado con inflación y asimetrías fronterizas pueden incrementar los viajes e influir en el comportamiento final.

Históricamente, antes y desde la existencia del puente ha sido utilizado como lugar de paso de mercaderías de los ciudadanos de ambas ciudades, surgiendo un personaje social que es el de las "paseras" generándose el comercio fronterizo informal trayectorias de las personas a través de países de una forma dinámica e intentando superar la dicotomía aquí/allá, residente o en tránsito, permanente o temporario, lo cual lo convierte en un concepto pertinente a los espacios fronterizos (Linares, María Dolores: 2015; http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-43922015000100003)

Las ciudades fronterizas generan una economía de características especiales, dinamizada a partir del comercio fronterizo. Éste hace referencia a un tráfico comercial a través de la frontera, que se basa en el aprovechamiento de las diferencias cambiarias monetarias y en la comercialización de bienes y servicios "no comercializables" desde el punto de vista del comercio exterior. Esto significa que, en un espacio como el de nuestro caso, productos como materiales de construcción, o servicios como peluquería, son aptos para el comercio a través de la frontera (Oviedo, A. 2001 in Linares, María Dolores: 2015 http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-43922015000100003)

El presidente de la Asociación Misionera de Hoteles, Bares, Restaurantes y Afines (AMHBRA), Martín Oria destacó "Posadas cambió, está más linda, invita a los inversores a traer las franquicias. Pero necesitamos que los misioneros apoyen el consumo. Todos queremos tener las grandes marcas, pero tenemos que consumir, porque o sino no va a ser negocio y se van a levantar y se van a ir. Estamos en una zona de frontera y tenemos las asimetrías. Hay veces que Brasil y Paraguay convienen más, hoy Brasil devaluó mucho, por eso tenemos que tener consumo interno, para que puedan sostenerse los negocios", (<http://iguazunoticias.com/2016/02/17/turismo-iguazu-y-posadas-son-elegidas-por-la-familia-y-la-mayoria-organiza-su-viaje-por-internet/>)

Según el delegado de la Dirección Nacional de Migraciones de la Provincia de Misiones, Juan Manuel Holz "Durante el año 2014 era la localidad de Puerto Iguazú el punto del país por el que ingresaban y salían la mayor cantidad de personas, en segundo lugar estaba el Aeropuerto Internacional de Ezeiza y el tercero lo ocupaba la ciudad de Posadas. Durante el 2015 Posadas sobrepasó a Ezeiza y este año el podio lo ocupa el Puente Posadas- Encarnación" (<http://www.antenamisiones.com/?modulo=extendido&id=53648> 12/07/16)

Conclusiones

En este trabajo se pusieron en evidencia una serie de factores económicos que condicionan a los destinos emergentes transfronterizos. Así se pueden analizar los resultados de esta ponencia en dos planos. Por un lado, cada ciudad de apoyo que presentan sus fluctuaciones de demanda e inversiones espontáneas en la oferta, condicionados especialmente por sus condiciones de base, políticas económicas y turísticas y; por el otro lado, el plano de los destinos transfronterizos y su integración.

De este modo, se observa que los destinos turísticos Posadas - Encarnación y Cataratas Iguazú, las asimetrías sociales y económicas de base que hacen que el crecimiento de la actividad turística sea desigual entre las ciudades. Las fluctuaciones de la demanda y el incremento espontáneo (no planificado) en las ofertas de servicios en las ciudades de apoyo brasileñas y paraguayas incrementan aun más las asimetrías y hacen que nuevamente los visitantes se alojen en los países vecinos y no en las ciudades argentinas de Posadas o Puerto Iguazú.

La articulación social entre las ciudades es muy importante, ya sea por historia o comercio informal, aunque la infraestructura (puentes) y los atractivos se colapsen y superen su capacidad de carga algunos días: pero de este gran flujo de personas solo corresponde al turismo un 1,5% en Posadas Encarnación y al 15 - 20% en Iguazú- Foz. Aunque se definan como destinos integrados en sus promociones y planes estratégicos, se evidencia claramente que aún no se encuentran articulados en materia turista las ciudades de apoyo de estos destinos transfronterizos.

En definitiva, en estos dos casos analizados se pudo evidenciar la problemática que presentan los destinos turísticos que son emergentes (carencia de calidad y calidad de servicios, problemas de infraestructura, etc.) a los que se suman las dificultades de integración cuando presentan asimetrías políticas y económicas entre las ciudades y contextos regionales, que aunque tengan la integración física (puente) y socio económica local (comercio informal por tipo de cambio) y contextual dentro de cada Nación (región marginal o muy rica) no logran la integración y articulación turística.

Todo esto también pone de manifiesto que contar con un atractivo turístico de trascendencia nacional o internacional no es condición suficiente para el desarrollo turístico de una ciudad o un destino turístico. Tal vez solo permita el crecimiento de una de las ciudades e incluso; puede desencadenar que hayan aún más asimetrías y no se logre la competitividad y complementariedad, sino competencia entre ciudades transfronterizas que conforman un destino emergente.

Bibliografía y otras fuentes

Libros

- Areco, Lucas B. (1985): *Documentación Histórica de Posadas (1872 – 1920)*. Montoya. Posadas. Argentina.
- Ejarque, J. (2014): *Destinos turísticos de éxito. Diseño, creación, gestión y marketing*. Piramide. Madrid, España.
- Dieckow, Liliana M.; Tamagni, Lucia; Senn, Jorge; Cáceres, Angelina N. (2012): *La calidad e imagen de los destinos turísticos emergentes. Estudio de caso: Destino Iguazú Cataratas*.- Editorial Tierra colorada. Buenos Aires. (Argentina).
- Stefañuk, Miguel Ángel (2009): *Diccionario Geográfico Toponímico de Misiones*. Contratiempo Ediciones, 2009, Ministerio de Cultura, Educación, Ciencia y Tecnología de Misiones.

Proyectos de investigación

- Nombre del proyecto: "*Estudio de Calidad de los Servicios Turísticos e imagen del Destino Iguazú Cataratas*" UNaM- ANPCyT PICTO (PICTO 2006 N° 37038) Periodo: 2006-2010. Director: Liliana Dieckow. Posadas Argentina.
- Nombre del proyecto: "*Diagnóstico del destino turístico Posadas - Encarnación (2015-2017)*" Código: 16H/416. Director: Liliana Dieckow. UNaM Posadas, Argentina.
- Nombre del proyecto: *Estudio Integral del Destino Cataratas. Controversias y Desafíos para el Desarrollo*". Director: Cammarata, Emilce, e.a. (2004): Código: 16H/ 163. Secretaría de Investigación. FH. y CS. UNaM. (Argentina).
- Nombre del proyecto: *Estudio Integral del Destino turístico Iguazú Cataratas. Controversias y Desafíos para el Desarrollo local II*. Cammarata, Emilce, e.a. (2007). Código: 16H/ 206. Secretaría de Investigación, UNaM. (Argentina).

Internet

Abinzano, Roberto (s/d): *"Globalización, regiones y fronteras"*. Documentos de debate - No. 27. Disponible en www.unesco.org/most.21/04/2016.

http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S185343922015000100003

<http://www.elterritorio.com.ar/nota4.aspx?c=5926219659943996> 23/01/15

<http://www.clarin.com/sociedad/rebote-dengue-llego>

<http://misionescuatro.com/provinciales/dengue-repelente-los-turistas-iguazu/11/01/16>

<http://misionesonline.net/2013/04/29/posadas-y-encarnacion-tienen-que-crecer-como-ciudades-gemelas/> 29/04/13

<http://www.antenamisiones.com/?modulo=extendido&id=53648>

<http://iguazunoticias.com/2016/02/17/turismo-iguazu-y-posadas-son-elegidas-por-la-familia-y-la-mayoria-organiza-su-viaje-por-internet/>

Google.com y Google Earth

leral.org

Planes estratégicos

Plan Estratégico Posadas PEP 2022. Marzo de 2008.

Planificación Urbana y Metropolización, experiencias y desafíos. Taller de Construcción Regional Área Metropolitana Binacional Posadas-Encarnación: "Hacia una visión y agenda estratégica comunes", realizado el 22 de agosto del 2014. Posadas, Misiones, Argentina.

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Encarnación 2013-2018. Marzo 2013.

FESTA DO VINHO DA MADEIRA, TURISMO E IDENTIDADE CULTURAL

Noémi Marujo
Universidade de Évora/CIDEHUS
noemi@uevora.pt

Resumo

A Festa do Vinho da Madeira é um evento especial que procura manter, através das suas diferentes manifestações culturais, a identidade cultural da Ilha da Madeira associada à vinha e ao vinho. Através da festa a comunidade anfitriã procura resistir à cultura global provocada pelo processo da globalização. De facto, as festas que espelham a identidade cultural de uma região funcionam, muitas vezes, como uma excelente 'arma' para valorizar as tradições culturais. Por outro lado, também ajudam a promover um destino turístico ou a melhorar a imagem turística de uma região. A presente comunicação pretende mostrar como a Festa do Vinho da Madeira constitui um elemento valorizador da identidade cultural da região ligada ao vinho.

Palavras-Chave: Turismo, Identidade Cultural, Festa do Vinho, Globalização

MADEIRA WINE FESTIVAL, TOURISM AND CULTURAL IDENTITY

Abstract

Madeira Wine Festival is a special event that seeks to maintain, through its various cultural manifestations, the cultural identity of Madeira associated to the vineyard and wine. Through the feast the host community tries to resist global culture brought about by the globalization process. In fact, the festivals that reflect the cultural identity of a region operate as an excellent 'gun' to valorize the cultural traditions. On the other hand, also help to promote a destination or to improve the tourism image of a region. This Communication aims to show how the Madeira Wine Festival is a valued element of cultural identity related to the wine.

Keywords: Tourism, Cultural Identity, Wine Festival, Globalization

1-Introdução

O turismo é um fenómeno social e cultural que, na sua complexidade, afecta os locais, a cultura de uma região e, também, o ser humano. O turismo envolve um conjunto de relações, influências, motivações e desejos. Ele desperta no ser humano o desejo de conhecer novos lugares e de entrar em contacto com outras culturas. Sublinhe-se que o turismo “liga as mais distantes partes do globo e aumenta a consciência dos povos sobre o lugar ocupado pelas suas sociedades no mundo e a ligação que possuem umas com as outras” (Dias 2003: 155).

Em todo o processo turístico está também a designada globalização que cada vez mais invade o ser humano. De facto o mundo actual passou a ser mediado pelo fenómeno da globalização e, por isso, é caracterizado por vários autores como um período de constantes e rápidas mudanças, que provoca alterações nos padrões de consumo, nos valores, nas formas de produção e distribuição de bens e serviços (Harvey 1992, Giddens 1991). A globalização “apresenta-se destruindo e reconstruindo formas de identidade cultural, estimulando uma cultura de consumo por todo o planeta, constituindo-se num processo que tem múltiplos aspectos que muitas vezes se contradizem: Liberalismo x protecção; globalização x regionalização; homogeneização x heterogeneidade etc.” (Dias 2003: 166).

Mas o turismo, ao mesmo tempo que sofre influência da globalização, contribui para a sua expansão e consolidação, facilitando a comunicação e aumentando o intercâmbio de ideias por todo o mundo. Assim sendo, o turismo contribui para o desenvolvimento de uma consciência global. Logo, pode-se afirmar que o turismo é um fenómeno universal que liga todas as partes do sistema global, que aumenta a compreensão dos indivíduos de pertencerem a um todo, e que incrementa a consciência destes de pertencerem a uma determinada cidade, vila ou aldeia, pois a presença do outro (visitante) e as suas diferenças, faz com que exista um fortalecimento da identidade cultural.

A difusão da cultura universalizada, através do processo da globalização, provoca uma influência nos comportamentos dos indivíduos levando a uma valorização da identidade cultural. Em alguns casos, essa valorização é expressa nos eventos culturais ao vivo como, por exemplo, nos festivais de vinho.

2-Festa do Vinho da Madeira, turismo e identidade cultural

A Festa do Vinho da Madeira realiza-se todos os anos na primeira semana do mês de setembro. Tem como principal objectivo recordar a importância socioeconómica duma atividade ligada à história do povoamento e da atividade agrícola da ilha. A festa, através de manifestações etnográficas, exposições, espetáculos musicais e vindima ao vivo, procura reconstituir os velhos hábitos da população madeirense sobre a cultura da vinha e do vinho. Sublinhe-se que as festas ao vivo funcionam como “instrumentos para interpretar a comunidade, levando o povo a ter um contacto directo com factos históricos, objectos e recriando eventos ou modos de vida aumentando, assim, o seu conhecimento e apreço às tradições” (Getz, 2002:433).

Não há muitas referências bibliográficas sobre a data exata em que se iniciou esta Festa. No entanto, através de uma pesquisa no periódico ‘Diário da Madeira’ verificou-se que ele se refere a uma inauguração de uma festa intitulada ‘Festa da Vindima’, a 18 de setembro de 1938, no Campo Almirante Reis (Funchal). Todavia, esta não foi organizada com fins turísticos: “A festa da Vindima, que se inicia hoje no Campo Almirante Reis, é digna da simpatia

de todos os madeirenses, pelo duplo fim que visa a sua realização: ao mesmo tempo que faz a propaganda da uva e do vinho desta região portuguesa, promove a recolha de donativos importantes que vão beneficiar a precária situação da escola de Artes e Ofícios” (Diário da Madeira, 1938: 1).

Devido à II Guerra Mundial, a festa só voltou a realizar-se em 1945. No entanto, não foi organizada pela Escola de Artes e Ofícios. A iniciativa esteve a cargo de um jornalista que, através de um empresário, encontrou financiamento para a realização da festa (Fernandes, 1999). A imprensa na época descrevia a iniciativa do seguinte modo: “Durante todo o dia percorreram as ruas da cidade um carro alegórico e alguns ranchos de tocadores e trovadores, propagandeando aqueles festejos, o que contribuiu para despertar a curiosidade do público. As ruas da cidade registavam já um movimento invulgar, que foi aumentando consideravelmente, adensando-se as pessoas em filas sobre os passeios (...) Nas ruas do percurso aguardavam o desfile milhares de pessoas” (Diário de Notícias, 1945: 1). Saliente-se que nesse ano, o palco central da animação da Festa já não foi o Campo Almirante Reis, mas sim o parque da Quinta Vigia: “Poucas festas se têm realizado na Madeira que tenham atraído uma tão avultada massa de assistentes de todas as camadas sociais, como as festas das vindimas que, com tão estrondoso sucesso vêm a realizar-se no pitoresco parque da quinta vigia” (Diário de Notícias, 1945: 1).

Só em 1963 é que a Festa do Vinho assumiu pela primeira vez o objetivo de promoção turística da Madeira e, por isso, passou a ser organizada pelas entidades ligadas ao turismo, ou seja, pela Delegação do Turismo da Madeira (Freitas, 2008). Nesse ano a festa, que teve também como palco a freguesia do Estreito de Câmara de Lobos, serviu como uma espécie de fase experimental de um cartaz a ser integrado no calendário turístico da Ilha da Madeira. Tinha como principal objetivo apresentar um quadro vivo das vindimas. O Jornal da Madeira descrevia, nessa época, o entusiasmo visível dos visitantes: “Nas suas máquinas de fotografia e cinema, muitas dezenas de turistas registaram ontem o colorido da vida rural madeirense, na oportunidade rara de terem ao seu alcance muitos dos mais característicos quadros do folclore local, numa moldura igualmente característica da paisagem da ilha e dos seus festejos populares. Os borracheiros e outras figuras tão características do nosso povo tiveram o seu lugar de destaque no cortejo da vindima, espetáculo inteiramente novo para os visitantes que mereceu também o interesse e o aplauso de todos os madeirenses que a ele assistiram. Não há dúvida que nunca serão em excesso os atrativos que se possam oferecer ao turista. Ontem, radicou-se a certeza de que os festejos das vindimas poderão vir a ser um dos de maior interesse...” (Freitas, 2008:1).

Contudo, a festa não teve a continuidade esperada e foi interrompida, sendo reativada, em 1979 pela Direção Regional do Turismo (Costa, 2004; Freitas, 2008). Nesse ano, a imprensa referia que o evento poderia vir a constituir, nos próximos anos, o maior cartaz turístico regional do verão. Assim sendo, a Festa começou a realizar-se especialmente em dois espaços (o urbano e o rural) e passou a designar-se ‘Festa do Vinho da Madeira’. O seu programa era constituído pela vindima ao vivo, cortejo alegórico, pisa e repisa de uvas e

animação musical. No entanto, enquanto que em 1963 a festa teve por palco unicamente a freguesia do Estreito de Câmara de Lobos (armazéns da firma Veiga França, largo do Patim e rua da Igreja), as edições realizadas entre 1980 e 1988 centraram-se na Quinta do Estreito onde tinha lugar a apanha da uva e um pequeno arraial, seguindo-se depois um cortejo em direção ao armazém do Veiga França, local onde os turistas podiam fazer a pisa e repisa das uvas (Freitas, 2008).

Em 1990, a Festa do Vinho da Madeira não se realizou no espaço rural. Tal facto levou a um descontentamento da população da referida localidade que perspetivava o evento como "...uma festa para inglês ver" (Freitas, 2008: 8). Mas, em 1991, a festa no espaço rural foi reatada apresentando um novo modelo de programação. A iniciativa passou a ter três dias e, para além da encenação da apanha da uva, do cortejo, da pisa e repisa da uva e da animação musical, foram introduzidas outras atrações como, por exemplo, as exposições de artesanato e as tradicionais tasquinhas de petiscos. Assim, "...as festas das vindimas, no Estreito de Câmara de Lobos, viriam a ganhar um novo figurino mais adequado às necessidades e anseios da população estreitense. Deixariam de ser uma 'festa para inglês ver' com duração de uma manhã, para se transformar num meio de promoção a nível regional, da freguesia do Estreito e das suas atividades. Com esse objetivo, os festejos relativos às festas das vindimas passariam a se prolongar por três dias" (Freitas, 2008: 1).

O evento também sofreu alterações no espaço urbano. Realizava-se num espaço fechado, nomeadamente no Instituto do Vinho. No entanto, esse mesmo espaço, após algumas realizações, deixou de ser suficiente para receber os turistas, bem como atender às suas necessidades e exigências. Tal facto fez com que a Direção Regional do Turismo passasse a realizar a Festa nas ruas da cidade, nomeadamente na Avenida Arriaga.

Atualmente, a Festa do Vinho da Madeira continua a realizar-se no espaço urbano e rural. No espaço rural destaca-se a apanha das uvas entre os turistas e a comunidade anfitriã, o desfile etnográfico onde os vindimadores, acompanhados por grupos folclóricos percorrem algumas ruas da freguesia interagindo com os turistas através da oferta de uvas, vinho e outros produtos gastronómicos. Depois, segue-se a pisa e repisa da uva onde participam turistas, filhos de emigrantes e residentes mais novos. Enquanto a pisa e repisa acontece, anfitriões e turistas encontram-se através das danças folclóricas. Refira-se que no espaço rural todos participam na festa (adultos, jovens e crianças) e, através dela, procuram oferecer um contacto com os artefactos do passado ligados, essencialmente, à vinha e ao vinho. "Os saberes e os valores são levados a sério pelos membros da comunidade" (Marujo, 2010: 359). De facto, a Festa do Vinho da Madeira funciona como um impulso à continuidade da herança cultural.

No espaço urbano, os turistas têm a oportunidade de assistir a espectáculos de luz, som e folclore alusivos ao vinho e às vindimas. Também podem observar quadros vivos etnográficos e exposições de artesanato, bem como realizar provas de vinho. A Festa do Vinho da Madeira "é um dos melhores momentos de convívio entre turistas e residentes" (Coutinho, 2007: 37).

3-Conclusão

A Festa do Vinho da Madeira é uma forma da sociedade madeirense mostrar para sociedade globalizada as suas diferenças culturais ligadas à época vinícola. Ela é planeada e organizada para valorizar não só o vinho, mas também as outras manifestações culturais. Ou seja, a festa “funciona como um elemento valorizador da identidade cultural uma vez que, através das danças folclóricas, do desfile etnográfico e outras manifestações, exterioriza a expressão de uma conjuntura histórica ou a manifestação de uma tradição” (Marujo, 2010:359).

É um facto que as festas, caso não sejam bem planeadas, podem afectar o reino social e cultural de uma comunidade. Elas, por um lado, podem ser um elemento valorizador das tradições regionais ou locais. Mas, por outro, ao exporem a cultura regional aos outros podem ameaçar a sua continuidade de preservação, especialmente, por pressões de comercialização. Por isso as festas de carácter tradicional devem, sempre que possível, procurar preservar a autenticidade das manifestações culturais existentes no seio de uma comunidade.

4- Referências Bibliográficas

DIAS, R. (2003): *Sociologia do Turismo*. Atlas, São Paulo

COSTA, S. (2004): *Festas e tradições portuguesas*. Círculo Leitores, Lisboa.

COUTINHO, J. (2007): *Cidades irrepetíveis: Madeira*. Alhena Media, Barcelona.

FERNANDES, D. (1999): *O folclore em eventos sociais entre 1850 e 1948: factos e evidências*. Grupo de Folclore e Etnográfico da Boa Nova, Funchal.

FREITAS, M. (2008): Festa das Vindimas. *Câmara de Lobos. Dicionário Histórico, Corográfico e Biográfico*. <http://www.concelhodecamaradelobos.com/dicionario> (Acesso a 14-03-08).

GETZ, D. (2002): “O evento turístico e o dilema da autenticidade”, In Theobald, W. (org.), *Turismo global*, 2.ª Ed. SENAC, São Paulo.

GIDDENS, A. (1991): *Modernity and self-identity*. Polity Press, Cambridge.

HARVEY, D. (1992): *Condição pós-moderna: uma origem sobre as origens da mudança cultural*. Loyola, São Paulo.

MARUJO, M. (2010): “Eventos culturais, identidade e comunidade local: a festa do vinho na Madeira”, In SANTOS, M. (Org.), *Turismo cultural, territórios e identidades*. Instituto Politécnico de Leiria/Edições Afrontamento, Porto.

TURISMO SEXUAL Y TRATA DE SERES HUMANOS

Tania García Sedano

Universidad Carlos III de Madrid

taniagarciasedano@yahoo.es

Resumen:

La trata de seres humanos constituye un delito grave que nace del lucro satisfecho por una inadecuada protección de derechos, generadora de vulnerabilidad de los más débiles, en este caso niños o mujeres que son explotados sexualmente para satisfacer las demandas de turistas.

Palabras clave:
Turismo sexual, trata de seres humanos, menores, finalidades del delito, numerus apertus.

Trata de seres humanos

El Protocolo para prevenir, reprimir y sancionar la trata de personas, especialmente mujeres y niños¹, que complementa la Convención de las Naciones Unidas contra la Delincuencia Organizada Transnacional² cuyo artículo 3 establece que³:

“Por "trata de personas" se entenderá la captación, el transporte, el traslado, la acogida o la recepción de personas, recurriendo a la amenaza o al uso de la fuerza u otras formas de coacción, al rapto, al fraude, al engaño, al abuso de poder o de una situación de vulnerabilidad o a la concesión o recepción de pagos o beneficios para obtener el consentimiento de una persona que tenga autoridad sobre otra, con fines de explotación.

Esa explotación incluirá, como mínimo, la explotación de la prostitución ajena u otras formas de explotación sexual, los trabajos o servicios forzados, la esclavitud o las prácticas análogas a la esclavitud, la servidumbre o la extracción de órganos⁴”.

¹Publicado en Diario Oficial de la Unión Europea. Núm. 262 de 22 de Septiembre de 2006 y BOE núm. 296 de 11 de Diciembre de 2003.

²Publicado en BOE de 29 de Septiembre de 2003.

BARBERINI, R “La Convenzione delle Nazioni Unite contro il Crimine Organizzato Transnazionale” in La Comunità Internazionale 3/2003, p. 395.

³ Como señala VILLACAMPA ESTIARTE, C. “La trata de seres humanos para explotación sexual: relevancia penal y confluencia con la prostitución” en VILLACAMPA ESTIARTE, C. *Prostitución ¿Hacia la legalización?*. Tirant lo Blanch, Valencia, 2012. P 225, la nota 18 hace una detallada enumeración de los autores que han llegado a esta conclusión. “La doctrina considera invariablemente que el concepto normativo de trata de seres humanos deriva de este instrumento internacional”.

⁴ Tribunal Europeo de Derechos Humanos. Asunto Rantsev vs Chipre y Rusia, sentencia de fecha 7 de enero de 2010. Párrafo 281. La trata de seres humanos, tal y como se define en el Protocolo de las Naciones Unidas contra la Trata y en el Convenio del Consejo de Europa sobre lucha contra la trata de seres humanos, se halla prohibida en el artículo 4 del Convenio Europeo para la protección de los Derechos Humanos y de las Libertades fundamentales, sin que sea necesario que sea calificada como esclavitud, servidumbre o trabajo forzoso “La trata de seres humanos, por su propia naturaleza y finalidad de explotación, se basa en el ejercicio de los poderes atribuidos al derecho de propiedad. Trata

La definición del Protocolo establece criterios claros para entender qué constituye el delito de trata de seres humanos y permite establecer un marco coherente y definido para las iniciativas de lucha contra la trata⁵, por ello entre las muchas ventajas de la definición del Protocolo está que sienta las bases para que el debate jurídico, las investigaciones y las políticas referentes a la lucha contra la trata puedan superar en un grado significativo los límites de la discusión sobre las bondades y desventajas de la prostitución. En ese sentido, escasas variaciones introduce el artículo 4 del Convenio del Consejo de Europa sobre la lucha contra la trata de seres humanos de 2005.

Magnitud del problema

La delincuencia organizada es un fenómeno que se va adaptando al modelo político, cultural y económico de la sociedad a la que está vinculada⁶. La trata de seres humanos es una de las actividades delictivas organizadas más rentables del mundo, junto al comercio de drogas y de armas⁷.

La evaluación del alcance exacto del complejo delito de la trata de seres humanos a escala de la UE es difícil a causa de sus vínculos con otras actividades delictivas y las diferencias en las legislaciones nacionales⁸. Así, al aproximarnos a la magnitud del fenómeno que nos ocupa hemos de patentizar la falta de una metodología común que garantice sistemática y comparable recogida de datos⁹ que nos permita tener conocimiento de la verdadera entidad del fenómeno¹⁰.

a los seres humanos como mercancías que se compran y se venden y son sometidos a trabajos forzados, a menudo por escaso o ningún pago, por lo general en la industria del sexo, pero también en otras. Esto implica una estrecha vigilancia de las actividades de las víctimas, cuyos movimientos se limitan a menudo. Conlleva el uso de la violencia y las amenazas contra las víctimas, que viven y trabajan en condiciones míseras”.

⁵HUDA, S. “Informe de la Relatora Especial sobre los derechos humanos de las víctimas de la trata de personas, especialmente mujeres y niños”. Comisión de Derechos Humanos 62º período de sesiones. Documento E/CN.4/2006/62. 2006. Pág 8, párrafo 33.

⁶ SAÉN DE PIPAÓN Y MENGES, J. *Expresiones de fenomenología criminal y su etiología*. ACPA, Madrid, 2005.p. 262.

⁷ PARLAMENTO EUROPEO. LOCHBIHLER, B. Comisión de Asuntos Exteriores. Subcomisión de Derechos Humanos. Proyecto de informe sobre la lucha contra el tráfico de seres humanos en las relaciones exteriores de la UE (2015/2340(INI)) .Párrafo E.

⁸ COMISIÓN EUROPEA. *Informe sobre los progresos realizados en la lucha contra la trata de seres humanos (2016) con arreglo al artículo 20 de la Directiva 2011/36/UE relativa a la prevención y lucha contra la trata de seres humanos y a la protección de las víctimas*. Documento COM (2016) 267. Bruselas, 2016. p.4.

⁹ ARONOWITZ, A.A., “Overcoming the challenges to accurately measuring the phenomenon of human trafficking” en *Revue Internationale de Droit Pénal*, vol 81 3-4, 2010. p. 417.

LACZKO “Introduction. Data and Research on Human Trafficking” en LACZKO y GOZDZIAK (Edt). *Data and Research on Human Trafficking: A global Survey*. OIM, Geneva, 2005. p. 5 y stes.

VILLACAMPA ESTIARTE, C. “La trata de seres humanos para explotación sexual: relevancia penal y confluencia con la prostitución” en VILLACAMPA ESTIARTE, C. *Prostitución ¿Hacia la legalización?*. Tirant lo Blanch, Valencia, 2012. p. 234- 236 y nota 35 hace un pormenorizado análisis de la literatura que se ocupa de esta cuestión.

Según los datos sobre trata de personas presentados en el Foro de Viena¹¹, uno coma dos millones de menores son víctimas de trata infantil cada año. Las edades de las víctimas oscilan entre los 18 y los 24 años. El 95 % de las víctimas sufre violencia física o sexual y el 43 % del total de víctimas (en su mayoría mujeres) es forzada a la prostitución. De los dos coma cinco millones de víctimas de trata, unas 250.000, o sea el 10 %, proceden de América Latina y 1.4 millones, el 56 % de Asia. 161 países en el mundo están afectados por el problema de trata de personas.

Otras finalidades del delito de trata

Ni el legislador internacional¹² ni el comunitario¹³, en contra de lo que pudiera parecer, establecen un *numerus clausus* de finalidades propias del delito de trata. En ese sentido, el párrafo 3º del artículo 2 resuelve que la explotación incluirá “*como mínimo*” las conductas contempladas por el legislador nacional.

No podemos considerar esta decisión como una buena opción, y ello porque el *numerus apertus* utilizado por el legislador comunitario es contrario al principio de taxatividad y permitiría que se incluyan otras conductas no previstas, siempre que concurren los elementos constitutivos del delito de trata de seres humanos.

Se otorga a los Estados miembros de la Unión la posibilidad de incluir conductas no enumeradas en la Directiva 2011/36/UE. Así podrá incluirse, según el párrafo número 11 de la Directiva, “*otras conductas como, por ejemplo, la adopción ilegal o los matrimonios forzados en la medida en que concurren los elementos constitutivos del delito de trata de seres humanos*”.

Turismo sexual

La razón de incorporarlo en el análisis de las finalidades radica en que pese a que no ser incluido por el legislador español, se halla íntimamente relacionado con la trata cuando la finalidad es la explotación sexual¹⁴.

¹⁰ BASSIOUNI, M.C, ROTHENBERG, D., HIGONNET, E., FARENGA, C. e INVICTUD,A.S. “ Addressing international human trafficking in women and children for comercial sexual exploitation in the 21st century” en *Revue Internationale de Droit Pénal*. p. 427.

¹¹Foro de Naciones Unidas para Combatir la Trata de Personas que llevó a cabo los días 13, 14 y 15 de febrero de 2013 en Viena.

¹² BUOMPADRE, J. E. *Trata de personas, migración ilegal y derecho penal*, Alveroni Ediciones, Córdoba, 2009, p. 60.

¹³ Considerando 11 de la Directiva in fine y ad exemplum además de las finalidades de explotación para realizar actividades delictivas y las de adopción ilegal o los matrimonios forzados, en la medida que concurren los elementos constitutivos del delito de trata de seres humanos.

En ese sentido SANTANA VEGA, D.M. “La protección penal de las víctimas de la trata de seres humanos en el ámbito de la Unión Europea (Directiva 2011/36/UE)” en MIR PUIG, S y CORCOY BIDASOLO, M. (Dir.) en *Garantías Constitucionales y Derecho Penal*. Marcial Pons, Madrid, 2012. p. 469.

¹⁴ VILLACAMPA ESTIARTE, C. El delito de trata de seres humanos. Una incriminación dictada desde el derecho internacional. Aranzadi. p. 67.

Así lo atestigua el Informe, de 1983, del Relator Especial sobre la lucha contra la trata de personas y la explotación de la prostitución ajena¹⁵ se describía el “*turismo sexual*” como un fenómeno similar a la trata, siendo más que una simple forma de explotación de la prostitución. “*Más visible, y por ende más fácil de descubrir, es el otro tipo de tráfico con el que quien se desplaza temporalmente no es la prostituta sino el cliente. Se trata de la corriente constituida por los viajes organizados (sex tours), en los que el precio del billete pagado por el turista incluye los servicios de una persona prostituta. Este género de turismo se incorpora en un mercado de prostitución existente y le da impulso*”.

En el mismo sentido se pronunció el Consejo de Europa en su Recomendación de la Asamblea Parlamentaria, 1545, “*en las sociedades europeas, el tráfico es un asunto muy complicado estrechamente unido a la prostitución y formas subrepticias de explotación, como la esclavitud doméstica, los matrimonios por catálogo, y el turismo sexual.*”

Por otro lado, la Organización Mundial del Turismo ha definido este fenómeno¹⁶ como “*viajes organizados en el sector del turismo, o al exterior del mismo, pero utilizando sus estructuras y sus redes, con el propósito principal de facilitar a los turistas la práctica de relaciones sexuales comerciales con residentes del lugar de destino*” o como la explotación sexual de un niño, niña o adolescente, por una persona o personas que viajan fuera de su propio país o región, y en las cuales emprenden actividades sexuales con una persona menor de edad¹⁷.

El Consejo de Derechos Humanos¹⁸ ha establecido como objetivo “*Desalentar la demanda que promueve todas las formas de explotación de personas, especialmente mujeres y niños, que da lugar a la trata de personas, incluida la demanda creada por el turismo sexual*”.

Su punición en nuestro país quedará a salvo tras la Reforma del Código Penal que incorpora un nuevo artículo 194 bis¹⁹, en el que se establece que los delitos contra la libertad sexual cometidos sobre víctimas menores de edad serán perseguibles en España cuando concurra alguna de las siguientes circunstancias “*b) Que el autor del hecho tenga*

¹⁵ FERNAND-LAURENT, J. Relator Especial sobre la lucha contra la trata de personas y la explotación de la prostitución ajena, documento de las Naciones Unidas E/1983/7, párr. 39 (en que también se afirma que “ese turismo es a todas luces la peor expresión del desarrollo que pueden proyectar los países industrializados”).

¹⁶ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Declaración sobre la prevención del turismo sexual organizado. Adoptada por la Asamblea General de la OMT en su undécima reunión Cairo (Egipto), 17-22 de octubre de 1995. Resolución A/RES/338(XI). Considerando, p. 1.

¹⁷ RODRÍGUEZ MESA, M.J. “El código penal y la explotación sexual comercial infantil” en Revista de Estudios Penales y Criminológicos, vol. XXXII, 2012. p. 227.

¹⁸ 14º período de sesiones, referido a la “Promoción y protección de todos los derechos humanos, civiles, políticos, económicos, sociales y culturales.

¹⁹ La 2011/92/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de diciembre de 2011, relativa a la lucha contra los abusos sexuales y la explotación sexual de los menores y la pornografía infantil y por la que se sustituye la Decisión marco 2004/68/JAI del Consejo establece en su artículo 21 referido a medidas contra la publicidad sobre oportunidades para cometer abusos y turismo sexual infantil que Estados miembros tomarán las medidas adecuadas para evitar o prohibir: “*b) la organización para terceros, sea o no con fines comerciales, de viajes orientados a cometer cualquiera de las infracciones contempladas en los artículos 3 a 5*”.

nacionalidad española, aunque los hechos no constituyan una infracción penal en el lugar donde se cometan”.

De esta manera²⁰ se colmaría el vacío jurídico existente y se penalizarían los delitos y crímenes cometidos contra los niños en el extranjero, atribuyendo a los tribunales nacionales una competencia extraterritorial en este ámbito, aunque el presunto delito o crimen no esté previsto como tal en la jurisdicción donde se cometió.

En el preámbulo del Protocolo Facultativo de la Convención sobre los Derechos del Niño relativo a la venta de niños, la prostitución infantil y la utilización de niños en la pornografía, los Estados Partes manifiestan *“su profunda preocupación por la práctica difundida y continuada del turismo sexual, a la que los niños son especialmente vulnerables ya que fomenta directamente la venta de niños, su utilización en la pornografía y su prostitución”.*

La explotación sexual de los niños es practicada por una amplia gama de individuos y grupos a todos los niveles de la sociedad. Entre estos se encuentran intermediarios, familiares, el sector de negocios, proveedores de servicios, clientes, líderes comunitarios y funcionarios del gobierno, todos los cuales pueden contribuir a la explotación mediante la indiferencia, la ignorancia de las consecuencias nocivas sufridas por los niños o la perpetuación de actitudes y valores que consideran a los niños como mercancías económicas²¹.

En la misma línea se pronuncian la Oficina Internacional Migraciones²² *“la Explotación Sexual incluye la explotación de la prostitución ajena, el turismo sexual, la pornografía y otras actividades sexuales”* y el Relator Especial sobre la lucha contra la trata de personas y la explotación de la prostitución ajena, definía el turismo sexual como *“Más visible, y por ello más fácil de descubrir, es el otro tipo de tráfico con el que quien se desplaza temporalmente no es la prostituta sino el cliente. Se trata de la corriente constituida por los viajes organizados en los que el precio del viaje pagado por el turista incluye los servicios de una prostituta”²³.*

La cosificación de la persona y el atentado a su dignidad son indiscutibles. En ese sentido la propia declaración afirma: *“La explotación sexual comercial de los niños constituye una forma de coerción y violencia contra los niños, que puede implicar el trabajo forzoso y formas contemporáneas de esclavitud”²⁴.*

²⁰Comunicación de la Comisión, de 27 de noviembre de 1996, sobre la lucha contra el turismo sexual que afecta a niños.

²¹Declaración de la reunión realizada en Estocolmo con motivo del Congreso Mundial contra Explotación Sexual Comercial de los Niños Estocolmo, 24 de agosto de 1996. Considerando octavo.

²²OIM. Informe sobre las migraciones en el mundo, 2009. p. 38.

²³FERNAND-LAURENT F. Informe del Relator sobre la lucha contra la trata. Documento de Naciones Unidas E/1983/7, párrafo 39.

²⁴Declaración de la reunión realizada en Estocolmo con motivo del Congreso Mundial contra Explotación Sexual Comercial de los Niños Estocolmo, 24 de agosto de 1996. Considerando quinto.

ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL MERCADO Y EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS DEL PROYECTO TURÍSTICO “EL PEDREGAL”

Lic. Gabriel Estuardo Cevallos Uve, MBA¹

Instituto Tecnológico Superior Julio Moreno Espinosa, Ecuador
gecevallos@gmail.com.

Ing. Marlene Campos Tufiño, MBA²

Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo, Ecuador
marlenecampos76@gmail.com

Ing. José Bernardo Nevárez García³

Instituto Tecnológico Superior Julio Moreno Espinosa, Ecuador
inevarez@espol.edu.ec

Ing. Gissela Jacqueline Jumbo Gómez⁴

Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo, Ecuador
gisejacke@hotmail.com

Ing. Myriam Johanna Félix Heredia⁵

Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo, Ecuador
jon-na-1993@hotmail.com

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es analizar las estrategias de participación relativa del mercado y evaluar los factores internos y externos para que el Proyecto Turístico “El Pedregal” cumpla con el objetivo número siete del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global”. En el documento se hace una breve introducción y se describe la importancia del recinto San Gabriel del Baba que es conocida por ser un sector agrícola y ganadero además de sus hermosos balnearios de agua dulce y variada gastronomía, en donde se encuentra ubicado el Proyecto Turístico “El Pedregal”. Dicho estudio permitió el diseño de un plan de marketing en el que se desarrolló un proceso de investigación con enfoque cuantitativo y cualitativo. Los resultados alcanzados demuestran que mediante la elaboración de las matrices de evaluación, permitirá el análisis de los indicadores financieros como el VAN y TIR, lo que genera confianza y credibilidad para la inversión.

Palabras clave: Turismo, estrategia, Marketing, FODA.

Clasificación JEL: L83, O19, Q56

ABSTRACT

The aim of this paper is to analyze the strategies of relative market share and evaluate internal and external factors for the tourist project "El Pedregal" meets the objective number seven National Plan for Good Living 2013-2017, "Ensuring rights nature and promote environmental, territorial and

¹ Licenciado en Informática Educativa, Magister en Docencia, mención: Gestión en Desarrollo del Currículo, Master en Administración de Empresas, Candidato a Doctor en Ciencias Económicas por la Universidad de Oriente de Cuba.

² Ingeniera de Empresas, Magíster en Administración de Empresas, Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas

³ Ingeniero Comercial, Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Ecuador.

⁴ Ingeniera Comercial, Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

⁵ Ingeniera Comercial, Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

global sustainability. " The paper makes a brief introduction and the importance of the enclosure San Gabriel del Baba which is known for being an agricultural and livestock sector in addition to its beautiful spas freshwater and varied cuisine, where is located the tourist project describes " El Pedregal". This study allowed the design of a marketing plan in which a research process was developed with quantitative and qualitative approach. The results obtained show that by preparing evaluation matrices allow the analysis of financial indicators such as NPV and IRR, generating confidence and credibility for investment.

Keywords: Tourism, Strategy, Marketing, SWOT.

JEL classification: L83, O19, Q56

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la mayoría de los países del mundo conservan sus patrimonios naturales preocupados por el cuidado y protección del medio ambiente (Cevallos Uve G. , 2015), y cada vez se incrementa el número de personas que acuden a vivir experiencias únicas en cada lugar.

En América Latina existe una gran variedad de reservas, bosques, áreas protegidas, que poseen una amplia biodiversidad. Todas tienen el mismo objetivo cuidar y preservar el medio ambiente, concientizar acerca de su importancia y de sus múltiples beneficios para el ecosistema (Cevallos Uve G. E., 2015).

Por ejemplo, dentro de los parajes naturales de Argentina se encuentra el proyecto reserva natural y cultural de la provincia Tres Cerros,⁶ ubicado al noreste de este país, lugar con varias especies propias de la zona, pastizales, bosques nativos, paisajes llanos y ríos; que se proyecta a posicionarse en la categoría de parque provincial como área protegida muy importante.

Ecuador es un país rico en biodiversidad, cuenta con diferentes climas, abundante flora, fauna y culturas propias de cada región, que despierta el interés de turistas e investigadores para visitarlo y conocerlo. La Constitución Política del Ecuador garantiza el derecho a un desarrollo ambiental sustentable e impulsa a conservar, proteger y cuidar su riqueza natural (SENPLADES, 2013). En consecuencia de lo antes mencionado, las reservas, bosques y proyectos forman parte del patrimonio natural, además de ser áreas protegidas de dominio público y privado.

En la Amazonía ecuatoriana está situado el Proyecto Renacer Amazónico, considerado como atractivo turístico. Se encuentra ubicado al sureste de la ciudad del Puyo junto al pueblo de Canelos, su oferta turística consiste en caminatas dentro del bosque. Posee una extensión de 1000 hectáreas para disfrutar de su paisaje y belleza natural. Además, el asentamiento de la cultura Quichua, enriquece su valor cultural y ancestral.

La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas conecta la costa y sierra ecuatoriana. Su potencial es el sector comercial mayorista y minorista que representa el 21,30% de la Población

⁶ Wikipedia: Proyecto reserva natural y cultural provincial Tres Cerros

Económicamente Activa (PEA), mientras que el sector turístico representa el 14,20% (SNGP, 2014). En la actualidad posee más de 62 atractivos turísticos, entre bosques naturales y reservas ecológicas en su mayoría no conocidas, ni potenciadas por instituciones públicas y privadas como: Monumento al Colono, Parque Ecológico Bombolí, Jardín Botánico Padre Julio Marrero, Jardín Botánico La Carolina, Santuario Santa María Reina del Bombolí, Proyecto Comunitario Tolón Pelé, Fundación Museo Etnográfico Tsáchila, Balneario El Esfuerzo, Balneario Huapilu, Balneario San Gabriel del Baba, Bosque Protector La Perla, entre otros, que se han ido promoviendo constantemente para turistas locales, nacionales y extranjeros (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Santo Domingo, 2011).

El recinto San Gabriel del Baba es conocido por ser un sector agrícola y ganadero además de sus hermosos balnearios de agua dulce y variada gastronomía, en donde se encuentra ubicado el Proyecto Turístico “El Pedregal”, en el sector El Pedregal, a 16 km de la ciudad de Santo Domingo, que cuenta con 130 hectáreas de bosque primario, ecosistema puro muy importante para el cantón y la provincia.

Su principal atractivo turístico son los petroglifos que tienen un tamaño de 20 metros de diámetro asentados entre los ríos Magdalena y Pedregal. Para llegar al lugar se camina alrededor de dos horas cuarenta y cinco minutos; en un exuberante entorno donde se puede encontrar variedad de flora y fauna silvestre.

Estos petroglifos pertenecen a la etapa del neolítico que representa el último asentamiento pre histórico antes de Cristo, el mismo que constituye la nueva edad de piedra simbolizada en sus rocas pulidas o talladas. Su significado etimológico, es del griego *petra* igual a roca y *glyphos* que significa grabado o tallado, figuras hechas por incisión en roca, de acuerdo con investigaciones realizadas en otros países (Gordillo & Umire, 2010), los petroglifos o también llamados quilcas muestran un panel liso con pocas imágenes geométricas simples y combinaciones restringidas para formar motivos compuestos por círculos, líneas cortas rectas, puntos y líneas onduladas.

Con referencia a investigaciones realizadas en el contexto del turismo ecológico, ante la problemática existente en la provincia, y la necesidad de concientizar al mayor número de personas de los cambios climáticos sufridos en el planeta, se hace hincapié en la propuesta con el fin de promocionar una oferta turística sustentable, aprovechando los recursos naturales existentes en el lugar, especialmente los petroglifos.

Entre las principales razones para que este sitio no haya tenido un desarrollo turístico apropiado se encuentran: la escasa información, la poca promoción del sitio y el desconocimiento del lugar. Con estos antecedentes se pretende brindar una solución a la problemática existente mediante el desarrollo de un plan de marketing, orientado al desarrollo de nuevos productos y servicios de acuerdo a los gustos y preferencias del mercado objetivo, lo expuesto llevo a plantearse el problema de investigación: ¿Cómo incrementar el turismo mediante un *plan de marketing* para el

Proyecto Turístico “El Pedregal”?

Como resultado el plan de marketing mediante el desarrollo de estrategias de producto, precio, plaza y promoción permitió que el Proyecto Turístico “El Pedregal cumpla con el objetivo número siete del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global” (SENPLADES, 2013), de este modo se plantean promover los valores ancestrales y milenarios de la historia plasmada en los petroglifos de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Seguidamente, se busca gestionar el desarrollo económico mediante el turismo, siendo este un sector prioritario y transcendental que estimula el sistema productivo contribuyendo con el objetivo diez del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, “Impulsar la transformación de la matriz productiva” (SENPLADES, 2013), fortaleciendo el turismo comunitario, al igual que el micro empresarial, a partir de la promoción de este destino turístico, aportando con cambios positivos a la calidad de vida e identidad de las personas de la zona de San Gabriel del Baba, como una nueva iniciativa ecológica y turística, que permite incrementar, fidelizar clientes, realizar nuevas investigaciones y garantizar un servicio de calidad con responsabilidad.

2. DESARROLLO

Se desarrolló un proceso de investigación con enfoque cuantitativo y cualitativo, para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

El enfoque cuantitativo se basa en la recopilación de datos numéricos que fueron utilizados para la realización de distintos cálculos como: determinación de la muestra, inflación, variación porcentual del riesgo país y los porcentajes del crecimiento del sector turístico de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Por medio del enfoque cualitativo se pudo determinar la información específica del lugar, a través del uso de fichas de observación en el Proyecto Turístico “El Pedregal” y entrevistas con sus propietarios.

Mediante la investigación no experimental, se observaron las diversas variables dentro de su ambiente natural sin ningún tipo de manipulación obteniendo datos reales que permitieron que la investigación se desarrolle sin interferencias externas (Cevallos, 2016).

La investigación exploratoria comprendió en la recolección de información necesaria del Proyecto Turístico “El Pedregal”, para esto el primer paso que se realizó fue la observación del lugar, investigar el entorno que rodea el bosque, igualmente la situación que presenta, para la elaboración de las estrategias del mix de marketing.

Se elaboró un cuestionario que se aplicó a una muestra representativa de habitantes de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, que cuenta con una población total de 418.957 habitantes de acuerdo a la proyección realizada para el año 2015 por el INEC.

La población segmentada para el cálculo de la muestra incluyó hombres y mujeres de 20 a 64 años de edad, nivel socio económico medio-alto, de la población económicamente activa, correspondiente a grupos de familias y profesionales, donde se concentra la mayor fuerza laboral, por consiguiente son ellos quienes toman las decisiones sobre los gastos familiares. Por medio del muestreo aleatorio simple, se pudo seleccionar del total de la población segmentada, una muestra de 384 personas.

Se utilizaron las fuentes de información primarias y secundarias, “los datos primarios son originados por el investigador con el propósito específico de abordar el problema de investigación; y los datos secundarios son reunidos para una finalidad diferente al problema en cuestión” (Malhotra, 2008, pág. 106). Se realizó además una encuesta piloto a 15 personas escogidas aleatoriamente y se formularon 16 preguntas con el fin de obtener evidencias que faciliten el estudio para determinar los gustos y preferencias del mercado objetivo.

Los resultados obtenidos fueron: Alto nivel de importancia que tienen las reservas naturales con el 86,67%, el mayor turismo que se realiza es a nivel local y nacional con un 40, la mejor manera de obtener información de los diferentes sitios turísticos es por medio de referencias de amigos con el 46,67%, una de las preguntas más importantes dentro de la encuesta piloto es si se conoce la existencia de petroglifos en la provincia, donde se pudo determinar que el 86,67% no tiene conocimiento sobre las piedras talladas y el 13,33% mencionó que sí, el fin de visita que tendría mayor acogida es la recreación con el 53,33%, los tipos de actividades que les gustaría realizar es el senderismo con el 40%, los eventos que se pueden realizar en distintas fechas son: culturales y deportivos, considerando los rangos de edad se obtuvo información sobre los deportes que se desarrollan con frecuencia dentro de la provincia; el 33,33% es de ciclismo de montaña,

Los servicios adicionales que desean dentro del Proyecto Turístico “El Pedregal” son el servicio de bar restaurant con el 53,33%, los medios de transporte de mayor preferencia son buses y transportes particulares con el 33,33%, los medios de publicidad son muy importantes para dar a conocer la reserva, resultando que el de mayor acogida es la televisión con el 40%, el 100% de las personas encuestadas tienen el interés de visitar el Proyecto Turístico “El Pedregal” y finalmente los precios de las entradas que estarían dispuestos a pagar oscilan entre 5 y 10 dólares americanos.

3. RESULTADOS

En el análisis situacional se elaboró la matriz Boston Consulting Group, BCG, vinculada al marketing estratégico que permitió determinar la tasa de crecimiento de la industria y el lugar que ocupa el proyecto turístico en el mercado.

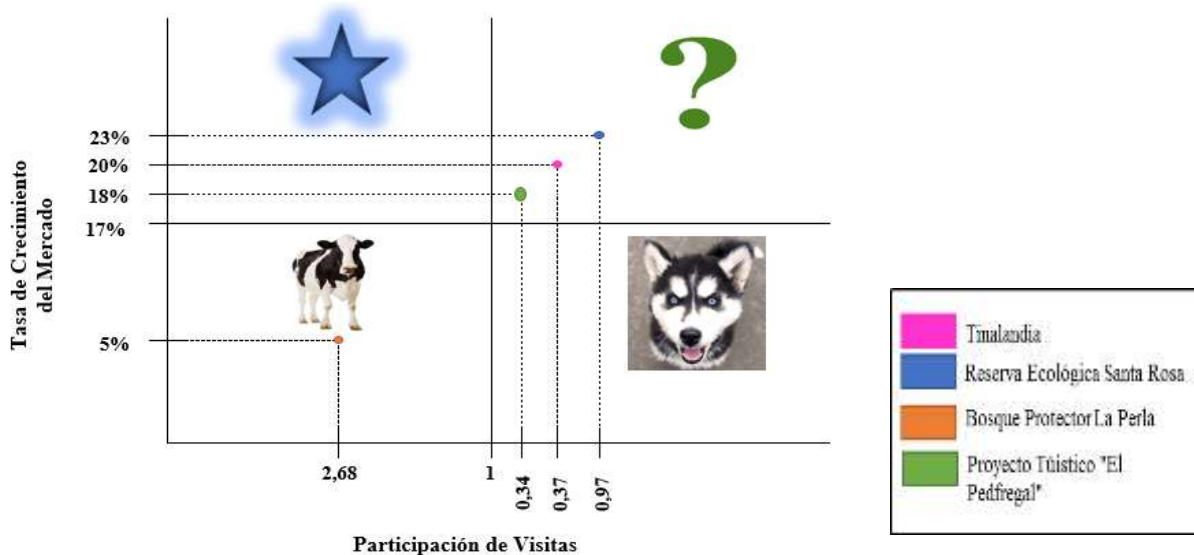


Figura 1. Matriz BCG
Elaboración: Propia

Es decir que el Proyecto Turístico “El Pedregal” se encuentra actualmente en el cuadrante de interrogante con una tasa de crecimiento del sector del 18% y participación relativa del mercado de 0,34; en base a estos resultados se determina que es necesario el uso de estrategias de marketing intensivas.

También se realizó la Matriz Evaluación de Factores Internos (EFI) de análisis interno de la empresa, que permitió identificar fortalezas y debilidades del proyecto turístico, donde se consideró como su principal fortaleza la presencia de petroglifos (piedras talladas). En lo que respecta a debilidades, está como principal factor la insuficiente señalización. Finalmente el resultado que se obtuvo fue de 2,44 que comparado con el estándar de 2,5, representa que el Proyecto Turístico “El Pedregal” se encuentra débil internamente; por lo que se deben desarrollar estrategias que permitan transformar las debilidades en fortalezas.

FORTALEZAS	PESO	CALIFICACIÓN	RESULTADO
Las visitas más frecuentes son por parte de colegios y universidades.	0,06	4	0,24
Se encuentra ubicada a pocos kilómetros de la ciudad.	0,05	4	0,20
Su atractivo principal son los petroglifos (antiguas piedras talladas).	0,07	4	0,28
Cuenta con un antropólogo como guía principal.	0,06	4	0,24
Dispone de letreros guías en español e inglés.	0,06	3	0,18
Se realizan actividades como senderismo fútbol y vóley.	0,05	3	0,15
Posee bosque primario y especies únicas en un entorno natural.	0,06	4	0,24

Está rodeado del Río Magdalena que es usado como recurso natural para la comunidad de El Pedregal.	0,05	4	0,2
DEBILIDADES			
No cuenta con una planificación de marketing	0,08	1	0,08
Falta de personal para el mantenimiento y guías especializados.	0,06	1	0,06
No existe variedad de servicios adicionales dentro del lugar.	0,06	1	0,06
No posee convenios con instituciones públicas y privadas.	0,05	2	0,10
Tiene insuficiente señalización en las carreteras principales.	0,07	2	0,14
No dispone de una cartera de proveedores fijos.	0,05	2	0,10
No existe suficiente información turística del lugar.	0,06	1	0,06
Falta de gestión en la inversión financiera.	0,05	1	0,05
No existen zonas de acampar o descanso.	0,06	1	0,06
	1,00		2,44

Tabla 1. Matriz EFI
Elaboración: Propia

La Matriz de Evaluación de Factores Externos más conocida como (EFE), permitió establecer estrategias mediante el análisis de los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales (PESTEL). El resultado obtenido en la Matriz EFE del Proyecto Turístico “El Pedregal” fue de 3,54 que significa que se deben aprovechar las oportunidades para minimizar el impacto de las amenazas.

Para conseguir el resultado anterior se tomaron en consideración como principales amenazas, los ingresos de nuevos productos y servicios sustitutos y acontecimientos de desastres naturales; sin embargo se destaca una oportunidad importante que es el actual crecimiento del turismo a nivel nacional e internacional.

AMENAZAS	PESO	CALIFICACIÓN	RESULTADO
Ingreso de nuevos servicios sustitutos dentro de la provincia.	0,09	4	0,36
Acontecimientos de desastres naturales fortuitos.	0,09	4	0,36
Deforestación a las zonas aledañas al lugar.	0,08	4	0,32
Escasa movilización de transporte.	0,07	4	0,28
Cambios económicos en el sector turístico local.	0,07	3	0,21
Contaminación por parte del turista dentro del bosque.	0,07	4	0,28
OPORTUNIDAD			
Ayuda a la conservación del patrimonio natural del Ecuador.	0,08	3	0,24
Los bosques naturales son prioridad en el Presupuesto General del Estado.	0,04	4	0,16

Existe un crecimiento turístico a nivel nacional e internacional.	0,08	4	0,32
Participar en campañas nacionales e internacionales a través del Ministerio de Turismo.	0,09	3	0,27
Los bosques de propiedad privada gozan de exoneración de impuestos.	0,05	2	0,10
Aprovechar el crecimiento económico y turístico del recinto San Gabriel del Baba.	0,05	3	0,15
Los investigadores tienden a visitar lugares con riqueza cultural y ancestral.	0,07	4	0,28
Crecimiento del turismo sostenible en el Ecuador.	0,07	3	0,21
	1,00		3,54

Tabla 2. Matriz EFE
Elaboración: Propia

Matriz de Evaluación Interna y Externa

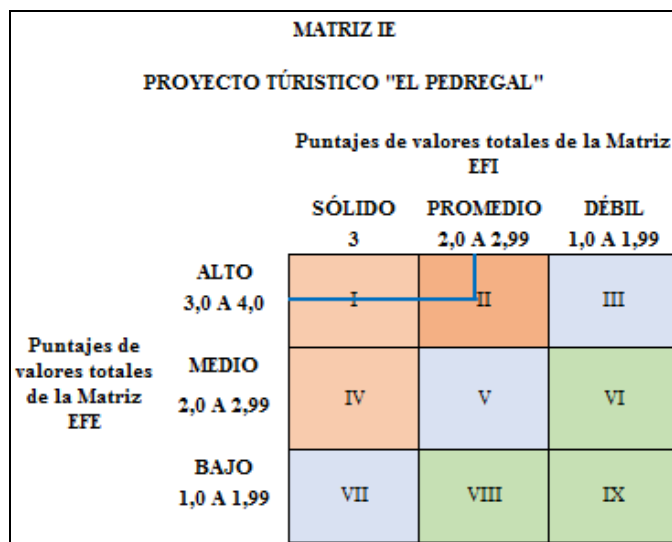


Figura 2. Matriz IE
Elaboración: Propia

El resultado de la Matriz IE del Proyecto Turístico "El Pedregal" es la intersección de los resultados de la matriz EFI de 2,44 y de la EFE de 3,5 y se ubican en el cuadrante de crecer y construir, finalmente en base a este resultado se realizarán las estrategias del marketing mix.

En el Estudio de Mercado determinó que se debe utilizar el posicionamiento por beneficio y por atributo permitiendo resaltar la ventaja competitiva del lugar que son los petroglifos: "Ven y siéntete parte de la naturaleza, acércate más a tus raíces, visita El Proyecto Turístico "El Pedregal", tienes mucho que descubrir".

4. DISCUSIÓN

Una vez realizado el análisis de la situación actual referente al análisis interno, se concluye que el Proyecto Turístico “El Pedregal”, posee una gran variedad de bosque primario y secundario, además de tener variedad de flora y fauna, su atractivo principal son las grandes piedras o rocas llamadas petroglifos. Otro factor importante es que sus instalaciones son apropiadas para practicar el turismo activo y ecológico.

La participación en el mercado del Proyecto Turístico “El Pedregal” es baja en comparación con la competencia; sin embargo mediante el desarrollo de las estrategias del plan de marketing se aprovechan las oportunidades y se minimizan las amenazas.

El Proyecto Turístico “El Pedregal”, bajo las normas planteadas por los organismos competentes, impulsando el turismo ecológico y cultural que permite la activación económica para la reserva y la comunidad en general, dando a conocer las tradiciones e historia de la cultura Tsáchila.

4. CONCLUSIONES

1. Existe una creciente base teórica-conceptual sobre desarrollo turístico, pero en el caso de estudio como el Proyecto Turístico “El Pedregal” se encontró que hay escasa información, mínima promoción del sitio y el desconocimiento métodos de atención turística, todo esto acompañado del trato empírico que se le da a esta propuesta, sin ningún sustento teórico científico. Con estas referencias se pretende brindar una solución pragmática a la problemática existente y continuar la investigación con el desarrollo de un plan de marketing, orientado al desarrollo de nuevos productos y servicios de acuerdo a los gustos y preferencias del mercado objetivo.
2. El Proyecto Turístico “El Pedregal” a través del análisis situacional utilizando la matriz Boston Consulting Group, BCG, vinculada al marketing estratégico permitió determinar que se encuentra actualmente en el cuadrante de interrogante con una tasa de crecimiento en el sector del 18% y participación relativa del mercado de 0,34; en base a estos resultados se determina que es necesario el uso de estrategias de marketing intensivas.
3. Los resultados alcanzados demuestran que la participación en el mercado del Proyecto Turístico “El Pedregal” es baja en comparación con la competencia, sin hacer provecho de las oportunidades y fortalezas en flora y fauna abundante del sector.

Referencias bibliográfica

- Cevallos Uve, G. (2015). Modelos de gestión ambiental: análisis comparativo desde la multidimensionalidad y el contexto local. *DELOS: Desarrollo Local Sostenible*, -23.
- Cevallos Uve, G. E. (2015). Análisis de los problemas sociales derivados de la influencia de los actores locales en la eficiencia de las políticas públicas ambientales. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*(29), 1-12.
- Cevallos, G. E. (2015). Identificación prospectiva de componentes en el proceso de gestión ambiental del Cantón La Concordia, Ecuador. *Ciencia en su PC*,, 16-33.
- Cevallos, G. E. (2016). Método de análisis de la economía política para la evaluación de la eficiencia de las políticas públicas ambientales. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 1-19.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Santo Domingo. (2011, agosto). *Plan de Desarrollo del Cantón Santo Domingo 2025*. Retrieved mayo 08, 2015, from http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/1760004060001/PDyOT/12022013_094659_PLAN%20DE%20DESARROLLO%20CANTONAL%202015.pdf
- Gordillo, J., & Umire, A. (2010). *Una introducción al arte rupreste del litoral norte de Tacna*. Perú.
- Lara, E. M. (2014). *Fundamentos de investigación: Un enfoque por competencias* (2 ed.). México: Alfaomega Grupo Editor.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (5ta edición ed.). México: Pearson Educación.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (5ta edición ed.). México: Pearson Educación.
- Niño, V. M. (2011). *Metodología de la investigación*. Bogota: Ediciones de la U.
- Real Academia Española. (2014). Retrieved from <http://dle.rae.es/?id=SqJIT83>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo / Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 - 2017*. Retrieved mayo 08, 2015, from <https://www.buenvivir.gob.ec>

SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. San Francisco de Quito, Ecuador: Asamblea Nacional.

SNGP. (2014). *Informe de Rendición de Cuentas del 2014*. Santo Domingo: Secretaría Nacional de Gestión de la Política.

EL VALOR DEL LEGADO CULTURAL. EL PAISAJE COMO PATRIMONIO CULTURAL

Alfonso San José González

Universidad de Sevilla (Facultad de Bellas Artes)

alfsanjosegonzalez@hotmail.com

Resumen:

El concepto de naturaleza y en concreto el de paisaje no es algo dado de forma “natural”, espontánea e inmutable. Se trata de una construcción cultural que ha ido evolucionando con el tiempo en función de diversos parámetros y factores. De este modo los paisajes reflejan una poderosa convergencia de procesos físicos y significado cultural y constituyen por ende una representación del rostro social de nuestro mundo. Somos colectivamente responsables de la configuración del paisaje cultural que poseemos y a su vez este nos moldea, seamos o no conscientes de ello. Percibir el paisaje como un patrimonio cultural dentro de un conjunto de reglas como el arte, la ciencia, la política o la religión constituye el paso inicial para poder hacer frente a la compleja tarea de conservarlo, promoverlo y desarrollarlo.

Palabras clave:

Paisaje, patrimonio, cultural, natural, artificial.

El valor del legado cultural. El Paisaje como patrimonio cultural

En el contexto de los grandes procesos de globalización y comunicación planetaria a los que asistimos como parte integrante de la humanidad que somos, existe el constante riesgo de caer en una mecánica y casi inevitable homogenización cultural. Sin embargo, es ese carácter humano el que de alguna manera nos habla de la necesidad que cada persona tiene de dar testimonio de su vida, expresar su capacidad creativa y preservar las huellas de su historia. Esto solamente es logrado a través del patrimonio cultural.

En un principio fueron considerados patrimonio cultural los monumentos, conjuntos de construcciones y sitios con valor histórico, estético, arqueológico, científico, etnológico y antropológico. Sin embargo, la noción de patrimonio cultural se ha extendido a categorías que no necesariamente forman parte de sectores artísticos pero que también tienen gran valor para la humanidad. Entre estos se encuentran las formaciones físicas, biológicas y geológicas extraordinarias, las zonas con valor excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural y los hábitats de especies animales y vegetales amenazadas.

Este patrimonio basa su importancia en ser el conducto para vincular a la gente con su medio y con su historia. Encarna el valor simbólico de identidades culturales y es la clave para entender a los otros pueblos. Contribuye al establecimiento de un ininterrumpido diálogo entre civilizaciones y culturas, además de establecer y mantener la paz entre las naciones.

Más recientemente la atención se ha centrado en la conceptualización o diseño de una dimensión complementaria del patrimonio, como resultado de un acercamiento al individuo y a los sistemas de conocimiento de este, ya sean tanto filosóficos como espirituales. Esta dimensión complementaria es llamada patrimonio inmaterial y abarca el conjunto de formas de cultura tradicional y popular o folclórica, las cuales emanan de una cultura y se basan en la tradición. Estas tradiciones se transmiten oralmente o mediante gestos y se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva.

El patrimonio testimonia la experiencia humana y sus aspiraciones y debe ser una experiencia compartida que ofrece a cada ser humano la oportunidad del descubrimiento propio como otra persona en ese caudal de conocimiento que no es el propio. El valor más importante del patrimonio cultural es la diversidad. Pero la diversidad de este patrimonio debe tener el propósito de unir a los diversos pueblos del mundo a través del diálogo y el entendimiento, en vez de separarlos.

El paisaje es, entre las diversas tipologías de patrimonio cultural que existen, un bien cultural de especial complejidad. En la dificultad y variedad del concepto están de acuerdo las más recientes aportaciones académicas desde diversos ámbitos disciplinares y las propias formulaciones que se han hecho en tratados internacionales y en normas e instrumentos de gestión paisajística. En este sentido, el Convenio Europeo del Paisaje, primer acuerdo internacional exclusivamente dedicado a la materia, lo define como “cualquier parte del territorio tal como lo percibe la población, cuyo carácter sea el resultado de la acción y la interacción de factores naturales y/o humanos”. En esta definición y en buena parte de la literatura reciente sobre el paisaje destaca como elemento definitorio compartido la idea de que el paisaje surge de la interacción de la sociedad (o del ser humano) con su medio a lo largo del tiempo. De este modo resulta evidente que, sin el hombre que sabe mirar y tomar consciencia de sí mismo como agente territorial, no habría paisaje sino sólo naturaleza.

Si ya Schiller, a fines del siglo XVIII, indicaba que para los modernos llegar a la naturaleza implicaba necesariamente un rodeo a través de la cultura, qué decir del mundo de hoy, donde la expansión productiva de la tecnología convierte todo lo que nos rodea en artificio y acumulación. En esta línea adquiere gran relevancia el juego de palabras “Naturalmente artificial” que da nombre a la exposición que sobre arte y naturaleza tuvo lugar en el Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente de Segovia (España) y que alude con gran claridad a la

disolución de este binomio que tradicionalmente venía enfrentando a la naturaleza con el artificio, en este caso lo cultural.

El concepto de naturaleza y en concreto el de paisaje cultural no es algo dado de forma “natural”, espontánea e inmutable. Se trata de una construcción que ha ido evolucionando con el tiempo en función de diversos parámetros. De este modo, los paisajes reflejan una poderosa convergencia de procesos físicos y significado cultural. Por ende, representan mucho más que una escena o una parte de la naturaleza: muchas veces son retratos del rostro social de nuestro mundo. De esta forma somos colectivamente responsables de la configuración del paisaje que ocupamos y a su vez el paisaje nos moldea seamos conscientes de ello o no.

Percibir el paisaje dentro de un conjunto de reglas (el arte, la ciencia, la política, la religión, la comunidad, los negocios, la industria, deportivas y de ocio) es una manera de que la gente pueda hacer frente a la complejidad de significados que se presentan en nuestro entorno estableciendo de este modo un feedback interactivo y siempre bidireccional entre el ser humano y el medio que este habita y en definitiva construye.

Afirmar que el paisaje es un asunto de miradas y visiones no significa que solo dependa de la conciencia del que ve y mira. En este sentido resulta bastante ilustradora la metáfora que plantea Federico L. Silvestre en la que dice que “el ojo no es solo un órgano que con ayuda de la mente perciba inteligente y conscientemente la gran tarta que nos rodea para – cortando a placer – componer esas partijas que hoy llamamos paisajes” (Silvestre, 2013, p.33). El ojo, sin duda, recorta el mundo y forma paisajes y construye cultura pero, si ha aprendido a “verlos” y a “representarlos” ha sido después de formarse como órgano en un cuerpo vivo sobre el que influyen múltiples variables.

El ojo reúne al mismo tiempo el acto voluntario de ver y esa mirada inconsciente. Esta convivencia entre ambas acciones posibilita un acercamiento al paisaje como hecho cultural que en cierto modo trata de huir tanto del intelectualismo idealista como de la ingenuidad naturalista. En esta línea Lyotard se refiere a él como “ese elemento que se desdobra, que se altera, que se vuelve interlocutor y al mismo tiempo sensible” (Lyotard, 1979, p.31).

En este esquema merece ser recordada la teoría psicoanalítica de Lacan, que identifica la mirada con la pulsión y la visión en relación con un acto consciente. La ecuación resulta muy interesante para el tema que nos ocupa y que no es otro que el del paisaje como construcción y patrimonio cultural, porque demuestra la absoluta y profunda dependencia de lo interno y lo externo, de las ideas y la materia y porque supera los postulados anteriores, formulando una teoría en la que cada termino solo se sostiene por su relación topológica con los demás.

El paisaje no existe por si solo sino que es una forma de percepción. El paisaje cultural es por tanto un elenco de imágenes sistematizadas y transmisibles de un sitio, configuradas con pautas culturales propias del tiempo y del lugar, las cuales abarcan el sentido, uso y porqué del entorno, sus características perceptuales, físico-espaciales y existenciales además de sus

significados históricos, y se materializan en una interpretación personalizada, con valores estéticos, emotivos, sociales, funcionales y dimensionales. En este sentido se expresa Javier Maderuelo cuando dice que “la trabazón que hace que un territorio cobre el calificativo de paisaje hay que buscarla, por lo tanto, más allá de aquello que nos ofrece la madre naturaleza, más allá de su mera unión física” (Maderuelo, 2005, p.34).

El paisaje es siempre una interpretación del medio físico y no el entorno mismo. El paisaje es una imagen, una representación mental que significa un acto de percepción y un acto de conocimiento total o parcial del objeto más que un objeto en sí mismo. Cada uno “escoge” o “selecciona” aquellos paisajes que se parecen más al propio modo de ser, de estar o de buscar la felicidad.

El paisaje cultural, tal y como ha sido definido, no es un objeto estático ni elemental, sino una realidad dinámica y compleja, ya que es resultado de procesos ambientales, sociales y culturales que se han sucedido a lo largo del tiempo en el territorio. Estos procesos están marcados por los modos de vida, las políticas, las actitudes y las creencias de cada sociedad. Esta idea la pone de manifiesto con gran claridad Henry David Thoreau cuando dice que “lo que hoy todo el mundo repite y acepta como verdadero, puede convertirse en mentira mañana, una mera opinión de humo que algunos creyeron fuera nube que daría agua fertilizadora para los campos” (Thoreau, 1854, p.11).

Por tanto, resulta fundamental conocer, identificar y caracterizar los diferentes factores y variables que intervienen en la configuración del paisaje como paso previo para poder actuar, a partir del conocimiento de este, a favor de la protección y fortalecimiento de los valores culturales y ambientales que definen su carácter e identidad. El futuro del paisaje depende en gran medida de las acciones que sobre este se llevan a cabo en el presente y siempre atendiendo a la evolución histórica que este ha sufrido en el pasado.

La finalidad última de nuestro modo de acción en relación a estos paisajes culturales no debe ser congelar o fosilizar lo que ya tenemos sino más bien la tarea debe propiciar una evolución capaz de garantizar la supervivencia de sus valores y de su carácter dinámico. El paisaje cultural es una realidad compleja y de difícil gestión. Tal complejidad reside en su propia naturaleza, en la que intervienen componentes naturales y culturales, materiales e inmateriales, tangibles e intangibles, mutables e inmutables.

Sin embargo, los intereses humanos predominantes que en definitiva son eminentemente económicos no acostumbran a ser compatibles con la sostenibilidad del territorio lo que complica la labor de salvaguardar, preservar y promover los valores del paisaje. Todos ellos son constitutivos del paisaje cultural y deben ser tenidos en cuenta, pues de la combinación de los mismos resulta su carácter único y las distintas formas de percepción. De esta forma, generar bases de documentación, impulsar la cooperación entre territorios estableciendo

objetivos comunes y líneas de actuación específicas para la conservación y promoción de los paisajes como patrimonio de especial interés cultural, que desarrollen su carácter y valores, y favorezcan su interpretación y disfrute por parte de todos, se nos presenta no solo como un reto de futuro sino también como una tarea del presente.

Bibliografía

- ADORNO, Theodor. W. (1990): Teoría Estética, Madrid: Taurus Ediciones.
- LHOTÉ, Andre (1985): Tratado del paisaje, Barcelona: Editorial Poseidón.
- LYOTARD, Jean-Francois (2014): Fondo, figura, Barcelona: La Cebra.
- MADERUELO, Javier (2005): El paisaje, génesis de un concepto, Madrid: Abada Editores.
- MURCIA, Inmaculada y ROMERO, Diego (2011): Paisaje y melancolía, Sevilla: Secretariado de publicaciones de la Universidad de Sevilla.
- NOGUÉ, Joan (2007): La construcción social del paisaje, Madrid: Biblioteca Nueva.
- PARREÑO, J. María (2006): Naturalmente artificial. El arte español y la naturaleza (1968-2006), Segovia: Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente.
- PEREJAUME (1995): El paisatge és rodó, Vic (Cataluña): Eumo Editorial.
- ROMERO, Joan (2004): Geografía humana: una introducción, Madrid: Ariel.
- RONAULT, Georges (2007): Sobre el arte y sobre la vida, Navarra: Ediciones Universidad de Navarra.
- SCHAMA. Simon (2007): El poder del arte, Barcelona: Crítica.
- SHINER, Larry (2004): La invención del Arte, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- SILVESTRE, L. Federico (2013): Los pájaros y el fantasma, Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- THOREAU, H. David (2005): Walden, Madrid: Cátedra.

CIUDADES TEÓRICAS POSMODERNAS: LAS VEGAS

Bárbara Barreiro León

Universidad de Oviedo & University of Aberdeen

barbara.b.leon@gmail.com

Resumen: La cultura posmoderna nace como una corriente para combatir el Movimiento Moderno y superar la rigidez del llamado Estilo Internacional con respecto a la arquitectura. De esta forma, se propone no afianzar ninguna regla o razones de estilo en cuanto a la arquitectura. Esto, ha traído consigo una serie de transformaciones urbanas en ciertas ocasiones caóticas y desligadas por completo de la experiencia urbana que el individuo venía teniendo hasta este momento. Con este estudio se pretende indagar en la creación de estas nuevos modelos urbanos posmodernos, y relacionarlos con el individuo que las habita, y la estética con la que estos nuevos entramados urbanos se presentan en la ciudad contemporánea.

Palabras clave: Posmodernidad, arquitectura, ciudad, urbanismo, Las Vegas

POSTMODERN THEORETICAL CITIES: LAS VEGAS

Abstract: Postmodern culture was born as a way to combat the Modern Movement and overtake the severity of the Internacional Style regarding its architecture. Hence, postmodern architecture proposes not to be bound to any rule or style aspects. Because of that, urban transformations have been brought to postmodern cities. Some of these are chaotic and are not related to the urban experience of the individual. With this study our aim is to look into the creation of this new urban postmodern models, and relate them to the individual who inhabite them, and the aesthetics of these new urban scheme.

Key words: Postmodernity, architecture, city, urbanism, Las Vegas

Introducción

La Posmodernidad, tal y como la concebimos como una creciente distinción cultural, emerge a mediados de la década de 1930 y se hace más evidente entre las artes desde mediados de los años 1950, entendiéndola como una pluralidad de sucesión de impulsos culturales (Kellner, 1995: 229). Estos impulsos se transportan a la filosofía y a la estética en forma de cinismo, crítica, y negación hacía el avance cultural y tecnológico.

De esta forma, influye directamente en la cultura y la sociedad contemporánea de manera extraordinaria, cambiando por completo no sólo el panorama arquitectónico, sino también el pensamiento urbano y social desarrollado ya en el último tercio del siglo XX y que todavía está

vigente en el siglo XXI. En este sentido, la posmodernidad constituye la expresión de la crisis de la modernidad entendiéndola por tanto como una crítica a la propia modernidad.

Así, la ciudad como obra de arte, debe estar sometida al estudio estético. Para poder verla de este modo, debemos tomar como ejemplo casos reales de ciudades llevadas a cabo en forma de elementos arquitectónicos. Sin embargo, para poder apreciar las ciudades posmodernas, es necesario entender los símbolos, los signos y los iconos que se nos presentan. Son, por tanto, la ciudad y la arquitectura posmoderna objeto de un estudio pormenorizado donde entran en juego la teoría arquitectónica, la filosofía y la estética, para dar como resultado una revisión crítica sobre su aparición y desarrollo.

La ciudad como teoría posmoderna

Para entender la ciudad, debemos pensar en ella como obra de arte total que conjuga los elementos culturales de la comunidad que la integra. De esta forma, y aunque haya rasgos organizativos comunes entre unas y otras, cada ciudad tendrá un identidad propia relacionada con su historia, su paisaje y su experiencia social.

Hablamos en este sentido de arquitectura teórica posmoderna o urbanismo teórico posmoderno ya que no buscamos analizar los aspectos constructivos de los edificios, elementos decorativos u ordenación aplicada del medio urbano, sino que lo analizamos desde el punto de vista teórico, de los escritos y los análisis filosófico-estéticos y artísticos.

La arquitectura posmoderna se corresponde con el conformismo de la sociedad contemporánea ya que cuestiona la utopía arquitectónica del Estilo Internacional. Los arquitectos modernos pretendían crear un orden arquitectónico rígido dictado por la racionalidad estructural de la condición humana. De esta forma creían que la planificación estructural del espacio llevaría a la sociedad a un comportamiento modélico (Arenas, 2011: 37). Así, tras la crisis urbana de las décadas de 1960 y 1970 casi todas las grandes ciudades sufrieron modificaciones, en ciertos casos de manera drástica, cambiando por completo algunos aspectos fundamentales de estas ciudades. Fue a mediados de la década de 1970 cuando empezamos a observar una transición hacia un nuevo tipo de ciudad (Soja, 2008: 151). Esta ciudad modifica trascendentalmente su forma de vivir, de habitar, de experimentar y de comprender el espacio urbano (González Cárdenas, 2014: 387).



Cosmovisión Rebelde de la ciudad posmoderna, 2007.
<http://www.iconoclasistas.net/>

En lo arquitectónico de la cultura posmoderna “todo vale, todo tiene interés” gracias a la pluralidad y la diversidad pero a su vez no permite ninguna acción legitimadora con respecto a su arquitectura (García Sánchez, 2006: 181) pues en la posmodernidad importa más la experiencia del sujeto en el entorno urbano que el lenguaje propiamente arquitectónico.

De esta forma, el espacio y el tiempo se difuminan en cuanto hablamos del sujeto dentro de la ciudad; se destruye la imagen preconcebida que el individuo tiene de la ciudad y se pierde entre los elementos que invitan al espectáculo ya que no puede distinguir entre la imagen real y la manipulada (Rodríguez González, 2012: 12). Se corresponde la ciudad posmoderna, por tanto, con imaginarios urbanos configurados por un conglomerado de ideas e imágenes construidos a través de la memoria visual del individuo.

El individuo, por tanto, no encuentra una relación de familiaridad entre estas ciudades y su vida diaria desvinculándose de estas nuevas construcciones en las que prima más la cantidad que la calidad (Lins Corrêa, 2009: 20). La arquitectura dentro de la posmodernidad entra en el juego de los medios de comunicación de masas, donde la imagen es lo único que importa. Adopta

por tanto la arquitectura, la técnica, la estética y el modo de representación publicitaria de estos medios que tan sólo buscan el beneficio económico.

Durante la posmodernidad crece el deseo de crear grandes ciudades, con una arquitectura impersonal y vacía de contenido pero que a su vez pueda ser totalmente identificable por los individuos a través de símbolos e imágenes. De esta forma, Habermas (1984) apunta a los edificios contenedor: construcciones vacías y carentes de significado. Sin embargo este es un problema más del Movimiento Moderno y del Estilo Internacional que de la propia Posmodernidad ya que esta última da carácter a estos edificios planos y sin alma, dotándolos de un carácter nuevo sin recurrir a elementos propiamente arquitectónicos, sino que se encarga de cubrirlos de signos que representan nuestra sociedad. Estos signos pueden incluso servir para dotar a un objeto vacío con categoría artística y estética; un cartel con luces de neón es el punto más álgido de la sociedad posmoderna.

La creación de la ciudad posmoderna depende fundamentalmente de la asociación de los símbolos y signos, los cuales siguen el reclamo de la propia sociedad. Las ciudades posmodernas no tienen la finalidad de albergar al individuo, sino que pretenden distraer a la sociedad, a la masa. La sucesión de los diferentes espacios posmodernos, oníricos, irreales, distraen a la sociedad, haciéndola creer que vive en una utopía creada a su imagen y semejanza.

Para que el individuo experimente una realidad urbana, debe existir una interacción con el espacio que le rodea. Por lo tanto, este sujeto debe también entablar una relación con respecto a la arquitectura del lugar y la configuración de la misma en la ciudad. Así, el modelo urbano presentado como asimilación o copia sistemática favorece esta interacción con el individuo (González Cárdenas, 2014: 389). El tiempo y el espacio se presentan como cuestiones elementales a la hora de elaborar un espacio urbano. De esta forma, podemos hablar del espacio urbano como algo temporal ya que se corresponde con la memoria, con las experiencias vividas anteriormente por el individuo. Por esa misma razón, los modelos espaciales son elementos construidos por la memoria (Tudoras, 2006: 130). Sin embargo, el individuo se desconcierta ante el paisaje urbano posmoderno convirtiéndolo así en un mero espectador de la ciudad.

Learning from Las Vegas

Aunque se suele hablar de François Lyotard como el padre de la posmodernidad en términos filosóficos, el verdadero responsable de todo este entramado teórico, urbanístico y arquitectónico es el libro *Learning from Las Vegas* (1972) escrito por Robert Venturi junto con Denise Scott Brown y Steven Izenour. A pesar de haber sentado las bases de la arquitectura y el urbanismo posmoderno, estos arquitectos no se veían a sí mismos como posmodernos:

“Freud dijo que no era freudiano y Venturi y yo decimos que no somos posmodernistas”. Denise Scott Brown 1991 (Ellin, 1990: 74).

Aunque Venturi se proclamase a sí mismo como modernista, lo cierto es que propone nuevas técnicas y métodos en el diseño urbano que van en contra del Movimiento Moderno y las normas del rígido Estilo Internacional. Venturi dio su primer paso hacia la arquitectura posmoderna en 1966 con el manifiesto *Complejidad y contradicción en arquitectura* en el que proclamaba estar a favor de la ciudad desordenada, los elementos híbridos, la ambigüedad, lo perverso frente a lo convencional, lo redundante y sobre todo a favor de la dualidad (Ellin, 1990: 75).

Sin embargo, y bien como un intento de cambiar el pensamiento moderno, o de rectificar, Venturi declara:

“Soy moderno si moderno no es un viejo estilo sino una forma de arquitectura”
(Vinegar, 2009: 3).

De todas formas, estudiaron Las Vegas como un avance arquitectónico y urbanístico y no pretenden marcar esta ciudad como ejemplo a seguir arquitectónicamente. Se refieren a Las Vegas como un fenómeno de arquitectura comunicativa; debido a los cambios sociales surge una nueva arquitectura de signos que busca persuadir al individuo (Hall, 1995: 299). Abogaban por una arquitectura comunicativa con el ambiente y el entorno a través de símbolos y de elementos traídos tanto del cine y la cultura visual como del diseño industrial. Con *Learning from Las Vegas*, defendían construir para la gente, para la sociedad, en lugar de intentar construir un mundo irreal para un hombre ideal. Sugerían que los arquitectos deberían inspirarse en las formas populares y los paisajes vernáculos como son las calles comerciales y los suburbios ya que es lo que a la gente le gusta (Ellin, 1990: 75).

Learning from Las Vegas es uno de los puntos de referencia que marcan el final del Movimiento Moderno y su inclusión en la Posmodernidad lo cual supone un nuevo acento en la arquitectura como comunicación simbólica. En cuanto al urbanismo marca también una revolución: de ahora en adelante estos elementos serán objetos de estudio en sí mismos (Hall, 1995: 299).

Uno de los puntos de referencia de este estudio es la calle principal de Las Vegas conocida como el Strip. De esta forma, entienden el Strip como un conjunto de “cobertizos decorados” ya que se parte de edificios planos, vacíos y sin personalidad y se les dota de un nuevo significado gracias a elementos innovadores con respecto a la arquitectura: decoración a base de elementos publicitarios y paneles de neón (Hall, 1995: 273).

Para Venturi, Brown e Izenour, el Strip ya no debe ser juzgado por los criterios funcionalistas que habían gobernado desde el triunfo del estilo internacional en la década de 1930. El nuevo paisaje urbano no es ni peor ni mejor, es diferente y por lo tanto no puede ser apreciado ni juzgado por las reglas tradicionales (Hall, 1995: 299). De esta forma, el Strip desborda nuestros conceptos de forma y de espacio urbano, no sólo los de la antigüedad, sino también los modernos y contemporáneos (Venturi, 2008) al destruirlos y convertirlos en algo totalmente

nuevo: El Strip de Las Vegas elude a nuestros conceptos de forma urbana y espacio (Vinegar, 2008: 27)

Robert Venturi y Denise Scott Brown describieron de la siguiente manera su primera visita a Las Vegas en el año 1966: “Odiarnos y amarnos lo que vimos. Fuimos sacados de nuestras pieles estéticas” (Vinegar, 2008: 12). De esta forma definen la desorientación urbana como categoría estética que se experimenta en un ambiente como Las Vegas. En un escrito previo, *The Meaningful City*, Scott Brown identificó la desorientación moderna como un caso de agnosia urbana en el cual el individuo percibe con sus sentidos pero no puede dar un significado ni asimilar lo que percibe (Vinegar, 2008: 23). En este sentido, también existe un intento en *Learning from Las Vegas* de fomentar la orientación y el sentido potenciando las condiciones de ambivalencia y desorientación. En el libro sugieren que perderse es una condición necesaria. Las Vegas es el lugar que ejemplifica el riesgo y el deseo de perderse, algo interno al ser humano (Vinegar, 2008: 26).

Robert Venturi en Las Vegas ,1966- Denise Scott Brown. *Learning from Las Vegas*



Las Vegas como signo

“El signo es más importante que la arquitectura”

Learning from Las Vegas

Según Roberto Masiero (2003), la arquitectura posmoderna se presenta ante la sociedad con

una voluntad de crear dos reacciones ante la masa. La primera de ellas busca coaccionar, ya que intenta decirle al individuo como debería vivir, o cual sería su modo de vida apropiado. La segunda reacción es la de fomentar la irresponsabilidad del individuo dándole total libertad para actuar como se quiera.

La ciudad posmoderna simbólica se convierte en una ciudad simbólica, de tránsito, no pensada para la vida cotidiana ni para albergar a trabajadores del día a día, sino que se refiere más bien a un escape de la propia sociedad, una ciudad deseada en la que el visitante encontrará todo lo que busca, y además estará familiarizado con todo elemento incluso no habiendo estado allí antes. Esto se debe a la fuerte presencia de signos que guían el tránsito del individuo. Las Vegas se ajusta por tanto a todas las definiciones de arquitectura posmoderna y que Paolo Portoghesi ejemplifica con la siguiente afirmación: “es una arquitectura de la imagen para una civilización de la imagen” (García, 2008: 163).

Panofsky defendía la idea de que existen tres estadios en el estudio de la iconografía. En el primero de ellos o *preiconografía*, el individuo percibe elementos primarios como colores, reconociendo tal realidad a través de los propios sentidos. El segundo estadio sería la *iconografía*, en el que la forma se transforma en imagen por medio de asociaciones. La última fase se corresponde con la *iconología*, momento en el que el individuo debe encontrar significados más allá de los que están visibles, ya que debe descubrir el propio significado de la imagen (Gómez, 2003).

Esta teoría tiene una estrecha relación con las ciudades posmodernas y las asociaciones de símbolos. En una ciudad como Las Vegas el individuo podrá experimentar los tres estadios de la iconografía continuamente. A su llegada a la ciudad, el individuo se sentirá atraído por las luces, el neón parpadeante que pretende captar a los visitantes en tan sólo segundos (*preiconografía*). Así, estas luces pasarán a formar parte de un imaginario social, unos símbolos publicitarios icónicos fácilmente reconocibles (*iconografía*). Por último, el individuo podrá establecer relaciones entre la imagen y el significado que terminará por completarse gracias a la propia experiencia social de éste (*iconología*).

Las Vegas es la única ciudad del mundo donde el paisaje no está configurado por edificios o árboles, sino por signos (Hall, 1995: 273) convirtiendo a la ciudad en el signo de la sociedad contemporánea en el sentido en que la ciudad hace a su vez de icono, representando todos los aspectos de la sociedad en una sola calle; el Strip. La ciudad de los signos lanza ahora una iconografía vulgarizada y banal de la ciudad; la potencial ambivalencia, violencia y urgencia de estos signos se ejemplifican en el Strip (Vinegar, 2008: 48). Se convierte aquí la arquitectura en un mero soporte de la publicidad y los signos.



Para Venturi (2008), todas las ciudades comunican mensajes funcionales, simbólicos y persuasivos, pero siendo Las Vegas, una vez más, la exageración de todos ellos, representando la *arquitectura de la persuasión*. Será por tanto el significante y el significado de una cultura de masas llevada al extremo. Ya en *Learning from Las Vegas* buscaron en el Strip un propio sistema de signos para poder idear una estética de la ciudad. Sin embargo, eran tantos y tan distintos unos de otros que era imposible distinguir y delinear símbolos más pequeños, lo cual no hace más que reforzar la idea del Strip como un símbolo en sí mismo (Vinegar, 2009).

El paisaje urbano de Las Vegas deja a un lado las fachadas y los muros de los edificios, sustituyéndolos por carteles luminosos, plagados de símbolos que iconizan una vez más la ciudad. Esto supone la ostentación de las imágenes, elevándolas a un nuevo modo de decoración u ornamento, exagerando el detalle o signo al máximo (Francalanci, 2010) y dotando con categoría artística y arquitectónica a elementos que antes carecían de ella. De esta forma, se crea una nueva idea con nuevos conceptos, “cambiantes, equívocos y temporales” (García, 2008: 148) acercándose a su vez a la estética de lo banal muy propia de la posmodernidad.



Fremont Street – Denise Scott Brown and Robert Venturi, *Learning from Las Vegas*

Conclusiones

La posmodernidad pretendió crear una nueva expresión no sólo artística, sino también cultural, lo que a su vez trajo consigo una nueva experiencia estética cambiante y contradictoria que busca representar la sociedad contemporánea. Se generará ahora una nueva arquitectura como reflejo de una sociedad totalmente renovada, liberada de los presupuestos estéticos, filosóficos y sociales de mediados del siglo XX.

Se crea por tanto un nuevo tipo de ciudad, donde los signos y los símbolos juegan un papel fundamental a la hora de entender el significado de la ciudad. Se parte de edificios planos y sin alma, para dotarlos de un carácter nuevo sin recurrir a elementos propiamente arquitectónicos, sino llenándolos de signos que representan nuestra sociedad.

Así, los elementos superficiales y aleatorios que encontramos en las ciudades contemporáneas se entienden en la posmodernidad no solo como elementos artísticos sino que también se toman como elementos representativos de la propia sociedad. Esta nueva expresión cultural traerá consigo una nueva experiencia estética cambiante y contradictoria que busca representar la sociedad contemporánea. De esta forma, ciudades como Las Vegas, serán el máximo exponente la sociedad del espectáculo, la copia y la mejora de la sociedad en la que creemos que vivimos.

Bibliografía

ARENAS, Luis (2011), *Fanstasmas de la vida Moderna. Ampliaciones y quiebras del sujeto en la ciudad contemporánea*, Editorial Trotta, Madrid.

FRANCALANCI, Ernesto (2010), *Estética de los objetos*, La balsa de la Medusa, Madrid.

GARCÍA SANCHEZ, Rafael (2006), *Una revisión de la “Deconstrucción Postmoderna” en Arquitectura*, Tesis Doctoral Departamento de Composición Arquitectónica de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura, Universidad Politécnica de Valencia.

GOMEZ, María Elena (2003), “La iconología. Un método para reconocer la simbología oculta en las obras de arquitectura”, *Argos*, nº 38, pp. 7-39

GONZÁLEZ CÁRDENAS, María Margarita, SALAZAR FERRO, Camilo y URREA UYABÁN, Tatiana (2014), “Re-correr la ciudad”, *URBS Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, Vol. 4, nº 1, pp. 139-157

HABERMAS, Jürgen (1984), *Arquitectura Moderna y Posmoderna*, Arquitecturas Bis, Barcelona.

- HALL, Peter (1995), *Cities of Tomorrow*, Blackwell, Oxford.
- KELLNER, Douglas (1995), *Baudrillard: A critical reader*, Blackwell, Cornwall.
- LINS CORRÊA, Elyane (2009), "Urbanizaciones temáticas: arquitecturas del deseo", *Perspectivas urbanas*, nº10, pp. 13 -22.
- MASIERO, Roberto (2003), *Estética de la arquitectura*, La Balsa de la Medusa, Madrid.
- RAMALLO, Francisco Jesús (2014), *El espacio real, sugerido o soñado, como categoría surrealista en la producción artística contemporánea*. Tesis Doctoral, Granada: Editorial Universidad de Granada, 2014.
- SOJA, Edward (2008), *Postmetrópolis. Estudios críticos sobre la ciudad y las regiones*, Traficantes de Sueños, Madrid.
- SOJA, Edward (2011), *Postmodern Geographies: The Reassertion of Space in Critical Social Theory*, Verso Books, Edimburgo.
- TUDORAS, Laura Eugenia (2006), "Propuesta para una lectura postmoderna de la ciudad", *Cuadernos de Filología Italiana*, vol. 13, pp. 129-141.
- VENTURI, Robert, BROWN, Scott y IZENOUR, Steven (2008), *L'enseignement de Las Vegas*, Mardaga, Bélgica.
- VINEGAR, Aron (2008), *I am a monument on Learning from Las Vegas*, Cambridge, MIT Press.
- VINEGAR, Aron, GOLEC, Michael (2009), *Relearning from Las Vegas*, University of Minnesota Press, Minneapolis.

EDUCAR EN VALORES PARA LA RECUPERACIÓN DE LA MEMORIA DEL PAISAJE INDUSTRIAL DE MÁLAGA. UNA PROPUESTA DIDÁCTICA PARA LA EDUCACIÓN EN ENTORNOS NO FORMALES

Belén Calderón Roca
Universidad de Córdoba
bcalderonroca@uco.es

Resumen: El paisaje urbano no lo conforma únicamente el patrimonio de la ciudad, ni tampoco se refiere a determinados espacios urbanos, sino que trata de una imagen que destila la propia ciudad y se almacena en la memoria de los ciudadanos. En el caso del patrimonio industrial, particularmente frágil, disperso y fragmentado, su memoria se vuelve cada vez más efímera. El modo que empleemos para el descubrimiento e interpretación de las huellas patrimoniales, incidirá ineludiblemente en las formas de asimilar la ciudad en nuestra memoria, así como en la construcción de su imagen veraz y holística.

TEACHING VALUES FOR RECOVERY THE INDUSTRIAL LANDSCAPE MALAGA'S MEMORY. A METHODOLOGICAL APPROACH FOR NONFORMAL LEARNING.

Abstract: The urban landscape is shaped not only for the urban heritage, neither for specific urban spaces, it is an image that distills the city itself and stored in the memory of citizens. In the case of industrial heritage is particularly frail, dispersed and fragmented, its memory becomes increasingly ephemeral. The way we use for the discovery and interpretation of heritage tracks, inevitably impinge on ways to assimilate the city in our memory, just as for construction of its truthful and holistic image.

Palabras clave: Patrimonio industrial, paisaje industrial, Málaga, didáctica, Educación no formal.

Key words: Industrial heritage, industrial landscape, Málaga, teaching, Nonformal learning.

“El paisaje se encuentra en el interior de cada persona que mira, que contempla y que interpreta con toda su propia cultura y toda su sensibilidad, por eso se dice que hay tantos paisajes como personas los interpreten!”

1. La memoria del paisaje industrial malagueño: Semblanza de sus valores patrimoniales.

La Revolución Industrial del decimonoveno siglo produjo cambios determinantes en los medios de producción, en la estructura social, así como en el modo de vida de los individuos. Málaga, alcanzó un importante desarrollo económico durante el segundo tercio esta centuria, convirtiéndose en la segunda ciudad comercial e industrial de España, como consecuencia del proceso de acumulación de fondos durante la etapa precedente, de mano de un sector capitalista dedicado a la actividad mercantil². La actividad comercial del puerto de Málaga, fundamentalmente a través de la exportación de productos derivados del vino (vino y

¹ RIVERA BLANCO, J.: “Paisaje y Patrimonio”, Actas del X Congreso Internacional CICOP 2010: *Rehabilitación del patrimonio arquitectónico y edificación. Perspectivas contemporáneas y nuevas dimensiones del patrimonio*, Chile, 2010. Recuperado de: <http://www.todopatrimonio.com/> (fecha de consulta: 23/03/2016).

² Estas condiciones socioeconómicas se mantuvieron aproximadamente hasta los años sesenta, fecha en que comenzó el proceso de una crisis económica que encontró su principal raíz en una excesiva dependencia del sector agrícola que se vio afectado por una plaga de filoxera que arruinó gran cantidad de plantaciones vinícolas en diferentes puntos de la provincia. GARCÍA GÓMEZ, F.: *La vivienda malagueña del siglo XIX. Arquitectura y sociedad*, vol. I, Universidad de Málaga, Cajamar, Málaga, 2000, pp. 76- 84.

aguardiente), así como frutos secos y cítricos³, constituyó el puntal desde donde partiría el auge ulterior del proceso de industrialización malagueño, orientado a los sectores siderúrgico y textil algodonoero⁴. No obstante, Málaga llegó a abordar gran parte de las actividades productivas del sector secundario en sus industrias, y la actividad agroalimentaria ligada al comercio de exportación se consolidó durante las décadas de los cuarenta y cincuenta⁵.

A todo ello hay que unir una elevada presión demográfica propiciada, en gran parte, por los excedentes de población derivados del éxodo rural, lo cual originó el hacinamiento tanto en el casco antiguo, como en los barrios periféricos, lo que condujo a la segregación social, así como a la creación de dos ciudades: una industrial, caracterizada por los barrios más pobres localizados en el Oeste (Molinillo, Trinidad, Perchel o Huelin), donde vivían y trabajaban los obreros, y por otra parte, en la zona oriental una ciudad burguesa, constituida por los barrios más ilustres como la Alameda, el Paseo de Reding, la Malagueta o la Caleta del Limonar⁶. Esta zona fue ocupada, precisamente, por una oligarquía que forjó su fortuna impulsando los sectores comercial e industrial, y dirigía la vida de la ciudad en sus vertientes económica, social y política⁷. Linajes como las familias Larios, Heredia y Loring propiciaron que, sin lugar a dudas, Málaga disfrutase de su época dorada durante el período 1830-1860, alcanzando su más alto nivel de modernidad al convertirse en la segunda ciudad más industrializada de España, después de Barcelona. Destacó especialmente la industria siderúrgica, que se expandió a nivel internacional gracias a la actividad portuaria y a la llegada del ferrocarril en 1865⁸.

Por otra parte, el centro antiguo intramuros, más descuidado ante el fervor industrial, se caracterizó por la escasez de viviendas, situación que convergía en la ampliación de las construcciones hasta cuatro plantas. Estas transformaciones socio-económicas implicaban lógicamente un cambio en las estructuras espaciales, ya que se trataba de adaptar las nuevas necesidades a las condiciones físicas preexistentes, concretadas principalmente en operaciones de ensanche hacia la periferia, dotación de nuevas infraestructuras (transportes, salubridad pública, alumbrado público, etc.) y actuaciones de reforma interior, orientadas básicamente a la ruptura de la morfología de la ciudad consolidada: ampliación del viario, apertura de nuevas calles, modificación y sustitución de edificaciones.

El centro administrativo y preferente se articulaba en torno a las inmediaciones de la Plaza Mayor, el Paseo de la Alameda y los alrededores de la Catedral, y las cercanías del Puerto fueron ocupadas por las viviendas de la burguesía. Paralelamente, se creaba un nuevo barrio al Suroeste con en terrenos ganados al mar, la Malagueta. Así pues, la tradicional fisionomía de una urbe del Antiguo Régimen transmutó rápidamente para adaptarse al nuevo pensamiento liberal, lo que se tradujo en la renovación de la normativa urbanística. Aunque siguieron vigentes las ordenanzas de 1611 hasta la segunda mitad del siglo XIX, en 1882 el arquitecto municipal Joaquín Rucoba elaboró las "*Bases reformadoras para el proyecto de ensanche de Málaga*" que tendrán gran repercusión en las remodelaciones urbanas de este siglo, consistentes fundamentalmente, en la concentración de actuaciones de ensanche en zonas periférica (barrios del Perchel, Trinidad y Malagueta) donde los trazados de calles rectilíneas permitieron agilizar las comunicaciones con el centro histórico, que quedó sujeto a

³ RODRÍGUEZ MARÍN, F. J.: *La ciudad perdida. Patrimonio Industrial*, Colección: Historia del Arte en Málaga, Prenda Ibérica, Málaga: Diario Sur, 2011, p. 27.

⁴ CALDERÓN DELGADO, S.: *El patrimonio industrial de Málaga como recurso turístico*. Trabajo Fin de Grado (Grado de Turismo), Universidad de Málaga, 2013, p. 2.

⁵ En 1856, Málaga se situaba a la cabeza de la producción nacional de vinos y licores, contándose a finales de los 80 más de un centenar de empresas relacionadas con la producción y exportación vinícola. BONILLA ESTÉVANEZ, I., SANTIAGO RAMOS, A., Y GUZMÁN VALDIVIA, A. (2001). *Cien años de historia de las fábricas malagueñas (1830-1930)*, Huelva: Acento Andaluz, pp. 19-20, y 167.

⁶ Mientras que la Caleta y la Alameda, zona portuaria, se convirtieron en barrios residenciales de la alta burguesía, la Malagueta fue ocupada por una población más heterogénea y albergaba una mayor diversidad de usos, pues en esta zona se ubicaban algunos establecimientos industriales. *Ibidem*. pp. 114-116.

⁷ MORALES MUÑOZ, M.: "Morfología social y transformaciones urbanas en la Málaga del siglo XIX", *Boletín de Arte* n.º. 10, Universidad de Málaga, Málaga, 1989, p. 224.

⁸ GARCÍA MONTORO, C.: "La inauguración del ferrocarril de Córdoba a Málaga", en *La Albolafia: Revista de humanidades y cultura*, n.º. 3, 2015, pp. 117-129.

intervenciones puntuales reducidas al trazado de nuevas calles y a la rectificación de las alineaciones en las fachadas⁹.

Como hemos mencionado anteriormente, el espacio industrial malagueño se concentraba en el sector oeste de la ciudad, en concreto, cuatro en grandes áreas: Perchel, Bulto, Huelin, Pelusa y San Andrés. Zonas que se sumaban a los tradicionales establecimientos artesanales y comerciales de pequeño que continuaban funcionando intramuros. La vivienda típica de los obreros en esta zona humilde de la ciudad, era la casa de vecinos o *corralón*, ejemplo de arquitectura doméstica popular malagueña heredada del siglo XVI, así como la vivienda unifamiliar adosada, dotada de varias habitaciones¹⁰. El barrio del Perchel contaba con buenas conexiones por tierra y mar, puesto que su cercanía al puerto y la adecuada separación del centro, lo hacían adecuado para el desarrollo de las actividades fabriles sin ocasionar molestias a la población¹¹. Se consideró el lugar más adecuado para el establecimiento de tales instalaciones de usos pesqueros, industriales y de almacenaje, que proliferaron alternándose con viviendas obreras y grandes huertas, que paulatinamente fueron urbanizándose, desembocando en una densificación constructiva y ausencia casi total de zonas verdes¹². Como ejemplo, en las playas de San Andrés el complejo siderúrgico de M. A. Heredia creció hasta bien entrados los años setenta del siglo veinte, llegando a ocupar una superficie de más de 300 hectáreas¹³. Como bien indica Antonio Santiago, también se instalaron en esta zona empresas químicas y la primera fábrica de ácido sulfúrico y sosa artificial, así como fundiciones metalúrgicas como las de Ruperto Heaton y Bradbury, denominada *La Esperanza*; la de Tomás Trigueros (1840) en la calle plaza de Toros Vieja, o la de Cayetano Ramírez y Pedrosa (1917) en calle Ferrocarril. Durante la *belle époque* se implantaron en este sector la Compañía metalúrgica del plomo “Los Guindos”, así como la “Unión Española de Explosivos, Cross y San Carlos”, y durante años fueron hitos del paisaje urbano local la fábrica para el alumbrado de gas surgida en 1854, así como, la fábrica textil “La Aurora” (1856), de la familia Larios. También la factoría de Tabacalera comenzó su andadura en 1927, dando lugar a todo un barrio obrero a su alrededor: el de Torres de la Serna. Años más tarde, destacaría la archiconocida Central Térmica “La Misericordia”, que entró en funcionamiento en 1959, y dio nombre a la playa lindante, y que curiosamente, siempre portó consigo el rumor de que sus aguas estaban contaminadas. Asimismo, en otros ámbitos fabriles como el textil, ya había surgido en 1846 la “Industria Malagueña”, o en el azucarero veinticuatro años más tarde, la fábrica de “San Guillermo de Huelin”, que daría origen al barrio obrero homónimo. La necesidad de mano de obra propició que se construyesen en este lugar distintas barriadas obreras como El Bulto, La Isla y La Pelusa, entre otros¹⁴. Vías urbanas como calle Héroe de Sostoa y Salitre, el Paseo de Los Tilos y La Unión, así como Arroyo del Cuarto y alrededores, se encuentran íntimamente vinculadas a sus orígenes industriales. La importancia urbanística de este sector estuvo determinada por el establecimiento tradicional de instalaciones comerciales y fabriles, íntima y perfectamente conectadas con el ferrocarril y el puerto. A principios de los años sesenta del siglo XX aún permanecían en pie, si bien cerradas y abandonadas, ante la irrupción del boom turístico, y que en la actualidad han desaparecido casi en su totalidad. Hoy día el paisaje industrial malagueño se nos muestra eminentemente fragmentado, compuesto de escasos restos inmuebles de chimeneas industriales edificios fabriles ajustados al reuso, ejemplos de transporte, así como viviendas obreras, generalmente conservados en precario estado¹⁵.

⁹ RODRÍGUEZ MARÍN, F. J.: “Notas definitivas del urbanismo malagueño del siglo XIX: Utopía y realidad”, en *Jábega* n.º. 58, Diputación Provincial de Málaga, Málaga, 1987. pp. 42 y 45-46.

¹⁰ CAMACHO MARTÍNEZ, R. (dir): *Guía histórico-artística de Málaga*, Málaga: Arguval, 1997, pp. 343-346.

¹¹ En 1913 el Proyecto de Obras Públicas de Reforma y Ampliación del Puente de Tetuán, rebajó el paso central de la Alameda, a nivel de los pasos laterales, obteniéndose con la Prolongación de la Alameda numerosos solares en el centro del barrio del Perchel, surgidos de la obra de ingeniería. BURGOS MADROÑERO, M.: “Evolución urbana de Málaga”, en *Gibraltar*, n.º. 24, Revista del Instituto de Estudios Malagueños, 1972, p. 43.

¹² GARCÍA GÓMEZ, F.: *op. cit.*, p. 116.

¹³ SANTIAGO RAMOS, A.: “Rutas del Patrimonio Industrial de la ciudad de Málaga”, en *III Jornadas Andaluzas de Patrimonio Industrial y de la Obra Pública (23, 24 y 25 de octubre de 2014)*, 2015, (recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=578947> fecha de consulta: 26-06-16).

¹⁴ *Ibidem.*

¹⁵ *Ibidem.*

Después de la desaparición de las industrias malagueñas situadas en este sector de la costa urbana, la zona oeste se convirtió en durante años en un erial desperdiciado pendiente de recalificación¹⁶, donde se hacinaron algunos de los grupos sociales más pobres y marginales de la sociedad, hasta prácticamente las postrimerías del siglo XX. Sin embargo, hoy día, el sector oeste de la ciudad ya no pertenece a la clase obrera y en este frente Marítimo, la ciudad se ha abierto al mar mediante el ocio y el disfrute. Fruto de un importante crecimiento arquitectónico es la elevada fachada urbanizada de carácter residencial e incluso de lujo, que discurre de forma longitudinal por el nuevo Paseo Marítimo Antonio Banderas, hacia el oeste, llegando hasta la desembocadura del Río Guadalhorce. Todavía quedan en pie algunos testimonios de arquitectura industrial, como chimeneas de las antiguas fábricas, o viejos edificios industriales, que actualmente se están recuperando como equipamientos culturales (ejemplo de ello es el edificio de la Tabacalera y el Centro Cívico de la Misericordia)¹⁷. Destacan asimismo, algunas construcciones de factura contemporánea, como los edificios destinados a equipamientos públicos, como la nueva sede de la *Diputación de Málaga* (2006) de Luis Machuca y Asociados, así como el Edificio Municipal de Usos Múltiples (2010), de Javier Pérez de la Fuente.

En la actualidad, uno de los lugares más significativos de la ciudad, a nivel cultural, lo constituye la zona estratégica con forma triangular, emplazada entre el nuevo puerto de Málaga (Muelle Uno) -donde despunta como hito el Centro Pompidou-, que une la ciudad histórica intramuros con los antiguos arrabales industriales, hoy muy modificados. Esta zona fue rebautizada en 2010 como *Soho* o barrio cultural, que acusa cambios permanentes y una evolución constante. Dicha zona se ha regenerado urbanísticamente y se ha dinamizado a nivel cultural y comercial, mediante ofertas alternativas de vanguardia, con referentes en Nueva York o Londres. Este espacio urbano presenta una epidermis eminentemente colorista, donde el arte es protagonista de los muros que conforman sus calles, pues en ellas se han llevado a cabo campañas de *street art* mediante en el proyecto MAUS (Málaga Arte Urbano en el Soho). La parcela triangular surgida de los terrenos ganados al río Guadalmedina, con motivo de su encauzamiento, zona comprendida entre el Puente de Tetuán y la cintura del Puerto, en la margen izquierda del río, se ubica el Centro de Arte Contemporáneo de Málaga (antiguo Mercado de Mayoristas), referente cultural urbano de obligada visita.

Sin embargo, dicha zona responde a una urbanización muy bien ordenada realizada desde finales del siglo XVIII y XIX. El crecimiento demográfico y el desarrollo económico que experimentó la ciudad de Málaga durante el decimonoveno siglo repercutieron directamente en su plano. La población se duplicó y los antiguos límites físicos hubieron de ampliarse en todas las direcciones, incluso sobre el mar¹⁸. La urbe heredada debía modernizarse y adaptarse a las nuevas demandas de la sociedad. Este grupo social demandante, fundamentalmente burgués, fue el encargado de llevar a cabo las transformaciones urbanas que mutaron la fisonomía de la ciudad, constituyendo la principal seña de identidad patrimonial de la Málaga actual, puesto que la expansión urbana decimonónica a través del ensanche¹⁹ fue determinante para la transformación de amplias zonas del entramado urbano, y la modificación casi por completo del alzado de la ciudad. En este momento tuvo lugar el definitivo aumento de las obras públicas (ordenación del suelo por medio de parcelaciones y construcción de vías y servicios) y el auge edificatorio, permitiendo ganar terreno al campo circundante para satisfacer las necesidades residenciales de la población²⁰.

Al adentrarnos en el *Paseo de la Cintura del Puerto*, encontramos la *Avenida Manuel Agustín Heredia*, cuyo lado izquierdo se ordena con edificios muy funcionales como la Oficina de Aduanas o la Sede de Cofradías de Pescadores, dentro de un estilo funcional autárquico. El lado derecho de la avenida lo ocupan algunos edificios oficiales y destinados a viviendas construidos en la década de los cincuenta²¹. En este sector se realizó en 1938 una obra de

¹⁶ ASENJO DÍAZ, A. Y BONED PURKISS, J.: *Arquitectura de Málaga (1990-2013), La consolidación de un lenguaje*. Málaga: OMAU Observatorio de Medio Ambiente Urbano. Ayuntamiento de Málaga, 2014, p. 17

¹⁷ *Ibidem.*, pp. 17-18.

¹⁸ A este respecto fue decisiva la desaparición de las murallas, cuyo derribo se inició por R.O. en febrero de 1786.

¹⁹ SOLÁ-MORALES RUBIO, M.: "Los ensanches: hacia una definición, en *Arquitecturas Bis*, nº. 13-14, Barcelona, 1976, p. 46.

²⁰ GARCÍA GÓMEZ, F.: *La vivienda malagueña...*, op. cit., pp. 102-103.

²¹ CAMACHO MARTÍNEZ, R. (dir): *Guía...*, p. 317.

gran necesidad, el *Puente del Carmen* para atravesar el río Guadalmedina. Con los nuevos ensanches de reforma urbana y desde la urbanización de la *Prolongación de la Alameda*, surgió la necesidad de ofrecer otra vía más al sur para el tráfico, mucho más intenso en aquellos años, y que comunicaba por otra parte, la zona de la Alameda-Puerto con la zona de los barrios industriales y la estación de ferrocarril²², puesto que hasta la fecha, el único puente que existía en la zona sur y con mayores posibilidades de carga era el de Tetuán, al final de la Alameda. El Puente del Carmen proyectado por el ingeniero Emilio Miranda, fue construido en hormigón armado, consta de tres tramos rectos, con una longitud de 56 m. y un ancho de calzada de 12 m. Las obras fueron dirigidas por el ingeniero municipal Wifredo Declós, interviniendo Fernando Guerrero Strachan en la decoración ornamental.

Se distinguen dos grandes zonas divididas por el río Guadalmedina: el sector occidental, que alojaba a las clases obreras y se concentraban las industrias, y el sector oriental, donde se concentraban los barrios burgueses. El CACMA se encuentra en el núcleo de esta división, en la zona oriental contigua al río como nexo de unión entre la zona netamente obrera y la comercial-burguesa. Su configuración urbanística va perdiendo anchura y ganando potencia hasta alcanzar la fachada principal en la margen derecha del río. En la margen izquierda, la ciudad crecía en superficie ocupando grandes extensiones de terreno, originándose una revalorización de las tierras del extrarradio para convertirlos en suelo urbano, y a través de los cuales se pretendía extender la ciudad. Éstas tenían la ventaja de poder edificar en ellas con enorme rapidez, puesto que se prescindía de los inconvenientes de la tradicional “zona intramuros”: la limitación espacial y la imposibilidad de transformar radicalmente el trazado urbanístico²³.

De este modo, la ciudad creció de forma fragmentaria, mediante actuaciones parciales en barrios de la periferia, que no siempre siguieron esquemas racionales. No obstante, el sector de la Alameda-Alameda de Colón-Muelle Heredia atendió a un planteamiento ortogonal²⁴, al igual que el barrio obrero del *Perchel*, que ya existía desde la Antigüedad, con tradición pesquera, comercial y artesanal, o el de *Huelin*, surgido en el extrarradio. Las fábricas y almacenes, como hemos mencionado, se ubicaron fundamentalmente en el sector de poniente, en el entorno de la actual Carretera de Cádiz.

En otro orden de cosas, la zona de *la Alameda* fue en este entorno, el enclave residencial de la élite social burguesa, aunque convivió desde siempre con el barrio portuario. A partir de los años veinte del siglo XIX la zona más próxima al río, la *Alameda de Colón* (Antigua “Alameda de los Tristes”) y sus calles adyacentes, por su proximidad al puerto, siguió manteniendo sus actividades mercantiles al por mayor (con almacenes en los bajos y entresuelos de los edificios, consiguiendo evitar su uso industrial y mantener el carácter de espacio reservado a las familias más destacadas de la época. También era común la presencia de familias de clases sociales más desfavorecidas y la pequeña-burguesía en este sector²⁵. La nueva arquitectura doméstica tradicional de la zona de la Alameda de Colón se caracteriza por mayor altura en los edificios y una simetría en la distribución de ejes sobre la fachada, aunque siempre ajustándose a lo dispuesto en la normativa que fijaba la altura máxima según la anchura de la calle. Se establece como altura mínima los edificios con planta baja más dos plantas y hasta cuatro más ático como máximo. En las primeras plantas aparecían grandes balcones de forja volados (de tradición anterior) con amplios miradores acristalados con cierros de madera y forja que ocupaban varios huecos, mientras que en las plantas siguientes cada balcón se corresponde con un vano, existiendo pequeñas ventanas en las plantas reservadas para áticos²⁶. Una característica a señalar es la tendencia a las líneas rectas en las fachadas determinadas por las condiciones de la calle, que sólo se curvan en las esquinas mediante chaflanes. En esta calle se conservan algunas construcciones de esta época bastante

²² Con la construcción del ferrocarril en Málaga en 1868 esta zona se convierte en uno de los nuevos ejes de la ciudad, aunque realmente la ciudad comenzó a crecer realmente junto al vial a partir del siglo XX. Vid. GARCÍA GÓMEZ, F.: *La vivienda malagueña...* p. 118.

²³ *Ibidem.*, pp. 105-107.

²⁴ En realidad corresponden a una concepción “diciochesca”, el primer ensanche a escala de la ciudad. Vid. GARCÍA GÓMEZ, F.: *Los orígenes del urbanismo moderno en Málaga: El Paseo de la Alameda*, Universidad de Málaga, Colegio de Arquitectos, Málaga, 1995.

²⁵ *Ibidem.*, pp. 114-116.

²⁶ CASADEVALL SIERRA, J.: *Estudio del color en el Centro Histórico de Málaga*, Ayuntamiento de Málaga, Málaga, 1999. pp. 106-111; V. a.: PASTOR PÉREZ, F.: *Arquitectura doméstica del siglo XIX en Málaga*, Universidad de Málaga, Málaga, 1980, pp. 31-33 y ss.

singulares, como testigos de la vivienda burguesa de aquella época. Podemos citar los inmuebles nº 5 y 7, con fachadas de ladrillo y balcones de hierro fundido ordenados simétricamente, con cierros de madera y almacenes en los bajos, elemento fundamental de esta zona cercana al puerto²⁷.

A partir de los años sesenta se produjo un crecimiento acelerado de la población y un asombroso desarrollo de la actividad turística en la Costa del Sol íntimamente ligada al sector inmobiliario, que daría nombre al célebre “Boom turístico” y que enfocaría la economía nacional de forma radical hacia la entrada de divisas extranjeras. El nuevo bloque empresarial se convirtió en ejecutor de los preceptos de una ciudad moderna que incluía formas salvajes de renovación: una explotación masiva del suelo urbano y el desmesurado incremento de las alturas de las construcciones, olvidando por completo el tratamiento de la ciudad consolidada y durante algunos años, la ciudad creció aleatoriamente sin ningún instrumento de planeamiento ni regulación²⁸. Gran parte de las construcciones actuales que se observan en las inmediaciones del antiguo Mercado de Mayoristas, en ambos márgenes del río Guadalmedina, responden a estas circunstancias históricas. En cualquier caso, el edificio del antiguo Mercado de Mayoristas contribuyó a configurar la trama urbanística de esta zona durante las décadas de los años cuarenta y cincuenta del pasado siglo, si bien esta impronta fue desvaneciéndose progresivamente con la edificación masiva de bloques de viviendas en la década de los años 60-70 del siglo XX, configurando un escenario urbano que hoy día subsiste y permanece suficientemente asentado.

2. Posibilidades didácticas del paisaje industrial de Málaga.

Durante el proceso de transformación de la ciudad industrial en la posindustrial se generaron numerosos vacíos en el espacio urbano; *no lugares* que no tenían previsto un destino ulterior y no fueron objeto de atención por parte de la administración. Estos paisajes industriales urbanos generalmente, se encuentran enormemente fragmentados y únicamente sobresalen hitos como chimeneas o inmuebles aislados. A ello hay que unir los procesos de reasignación de nuevas funciones (normalmente asociadas al tiempo libre, al ocio o a la cultura)²⁹ a los escasos ejemplos que permanecen en pie, lo que exige una interpretación específica destinada a la comprensión del ciudadano. Afortunadamente, los recientes estudios, avalados por las asociaciones para la defensa del patrimonio, formadas por personas con la sensibilidad deseable, cada vez proclaman más alto la evidente importancia del legado industrial, así como la necesidad de su conservación y puesta en valor para comprender un período clave de su historia reciente. La industrialización ha desempeñado un papel importante en la evolución de las sociedades y el territorio en el que éstas se insertan, dejando su impronta en aquellos lugares donde se ha desarrollado³⁰: “El Patrimonio Industrial guarda en su memoria y refleja fielmente la evidencia del trabajo de las personas, los condicionamientos económicos y técnicos que han dado lugar a una cultura del trabajo y han contribuido a formar la identidad de los grupos sociales involucrados en las diferentes actividades productivas”³¹.

No albergamos la menor duda acerca de las posibilidades educativas del paisaje industrial urbano, pues constituye un nodo clave para acceder a contenidos, temática y disciplinas de diversa índole, que sirven para conocer y comprender las actividades productivas del contexto físico antropizado más inmediato donde nos desenvolvemos. No obstante, se trata de un patrimonio particularmente complejo, donde interaccionan en un mismo territorio factores humanos, logísticos y materiales; bienes tangibles e intangibles; inmuebles, infraestructuras e

²⁷ *Ibidem.*, p. 322.

²⁸ P. Ej.: La altura máxima de los edificios (establecida en las Ordenanzas de 1924) pasó de cinco plantas a diez, lo que supuso un grave impacto visual en el escenario urbano. OCAÑA OCAÑA, C.: “Sociedad y urbanización en Málaga durante el Franquismo”, en *Jábega* nº. 61, Diputación Provincial de Málaga, Málaga, 1988, p. 61.

²⁹ BIEL IBÁÑEZ, M. P.: “El patrimonio industrial y los nuevos modelos de gestión cultural”, en *Artígrama*, nº. 28, 2013, pp. 55-82 (56)

³⁰ MACÍAS PATINO, J. A.: *Nuevos Usos del Patrimonio Industrial: Estudio de la Recuperación de la Antigua Fábrica de Tabacos de Málaga*. Trabajo Fin de Máster (Máster en Gestión de la Edificación), Universidad de Alicante, 2015, pp. 12 y 20.

³¹ SANZ CARLOS, M.: “Didáctica del patrimonio industrial en la realidad educativa andaluza”, en *Jornadas Andaluzas de Patrimonio Industrial y de la Obra Pública* (1ª ed. 2010. Sevilla.), Sevilla: Fundación Patrimonio Industrial de Andalucía, 2012, pp. 74-79.

instalaciones, artilugios y maquinarias, construcciones residenciales, recursos naturales, medios de transporte y vías de comunicación...³² Por “paisaje” se entenderá cualquier parte del territorio tal como la percibe la población, porque los paisajes son marcos de la vida del hombre, y en el caso de los paisajes industriales, su identificación y aprehensión derivará en gran modo del paisaje urbano construido por el hombre para su utilidad productiva³³, por ello, la educación y aprendizaje de la ciudad y su patrimonio cosecharán resultados efectivos a nivel pedagógico, siempre que partan de experiencias de calidad, íntimamente conectadas con el ámbito local más próximo: “la historia de la localidad y, en general, los estudios de entorno pueden constituir un punto de interdisciplinariedad y motor de aprendizajes instrumentales base para la comunicabilidad”³⁴. Por ejemplo, en el ámbito de la enseñanza, centrar el aprendizaje de los alumnos en la historia más próxima, extrapolándola a la general y viceversa, constituye para Joaquim Prats un recurso de suma utilidad. La historia local facilitará la comprensión de acontecimientos históricos y culturales desde la proximidad y tangibilidad de algunos hechos, no de forma aislada, sino para contextualizarlos *a posteriori* a modo de enlace, lo que favorecerá, sin duda, el arraigo y el sentimiento identitario del individuo con su entorno.

Desde una óptica metodológica, el conocimiento histórico facilita la comprensión del presente mediante un análisis coherente del pasado; ofreciendo un marco de referencia esencial para entender los problemas y proponer alternativas. Ayuda a utilizar la información de forma selectiva, formulando opiniones y estableciendo juicios críticos sobre los acontecimientos. Potencia además el desarrollo de la conciencia sobre los propios orígenes culturales, y por ende, estimula la construcción del sentimiento identitario: “(...) la comprensión histórica no es solo recuerdo y almacenamiento de información, sino que requiere de facultades intelectuales de orden superior como son la capacidad de análisis, de síntesis, de deducción, o de interpretación”³⁵. Al respecto, el ejercicio rememorativo resulta fundamental³⁶.

Joaquim Prats opina que desde el punto de vista pedagógico, la historia local y los estudios sobre el entorno pueden constituir un importante impulso para incrementar la adhesión al patrimonio, mediante el aprendizaje de la Historia, que en el caso del turismo, puede ser de tipo informal. Compartimos totalmente su opinión. Cuando el individuo toma contacto directo con su entorno más próximo, se sitúa en una situación idónea para el descubrimiento por observación, pues ello le permite apreciar la ligazón entre las cosas concretas, comprobables y cercanas, que se podrán transformar más fácilmente en conceptos³⁷. Algunos autores como Giulio Carlo Argan, entienden la atribución de valores a la ciudad histórica como una operación dialéctica, siendo la configuración urbana el equivalente visivo de la construcción lingüística. Y otros como Hans-Georg Gadamer, opinan que la hermenéutica refrenda el papel de la palabra y la imagen, en la determinación conceptual de las experiencias humanas básicas, motivando asimismo la conformación de la conciencia histórica.

No cabe duda que entre la historia y la ciudad se teje una animada dialéctica de intrahistorias, y se articulan unas concatenaciones de palabras/situaciones, que generan un orden de valores, y ello impulsa a investigar los significados de los hechos que los han

³² PAPAPIOETRO, M. A.: “Proyección paisajística del patrimonio industrial en Andalucía”, en *Jornadas Andaluzas de Patrimonio Industrial y de la Obra Pública* (1ª ed. 2010. Sevilla.), Sevilla: Fundación Patrimonio Industrial de Andalucía, 2012. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=544230> (fecha de consulta 15-06-16).

³³ TRACHANA, A.: “La recuperación de los paisajes industriales como paisajes culturales”, en *Ciudades*, nº. 14, 2011, pp. 192-193.

³⁴ PRATS, J.: “El estudio de la historia local como opción didáctica ¿destruir o explicar la historia?”, en *Iber. Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia*, 8, abril, 1996, Barcelona: Grao, pp. 93-104.

³⁵ CARRIL MERINO, M. T. y SÁNCHEZ AGUSTÍ, M.: “Visibilizando capacidades ocultas. Empatía y aprendizaje histórico en el alumnado de 1º de la ESO”, en HERNÁNDEZ CARRETERO, A. M., GARCÍA RUIZ, C. R. y DE LA MONTAÑA CONCHINA, J. L. (Eds.): *Una enseñanza de las Ciencias Sociales para el futuro: recursos para trabajar la invisibilidad de personas, lugares y temática*. Cáceres: Universidad de Extremadura y AUPDCS, 2015, pp. 661-677.

³⁶ CALDERÓN ROCA, B.: “Lo efímero versus lo identitario en la contemporaneidad. Recursos didácticos para optimizar la aprehensión de un paisaje urbano en la oferta turística: Propuesta Explora Soho©”, en CALDERÓN ROCA, B. (dir. y coord.): *Valores e identidad de los paisajes culturales: instrumentos para el conocimiento y difusión de una nueva categoría patrimonial*, Granada, 2016 (en prensa).

³⁷ PRATS, J.: “El estudio de la historia local...”, op. cit., p. 93.

motivado. Las palabras/situaciones se asocian en la memoria y se agrupan con una relación sintagmática, generando un flujo continuo de imágenes que mutan y se combinan de forma caprichosa; se transforman en discurso, en el espacio visivo de la ciudad. Es labor del historiador ilustrar dicho discurso y descifrar la miscelánea de mensajes acumulados en dicho espacio visivo, que se encuentran depositados en los diversos niveles de nuestra memoria.

Al hilo de lo anterior, la visita al medio físico y el contacto con lo cotidiano, constituye una vía esencial³⁸ para experimentar el paisaje industrial urbano, así como la principal herramienta “experiencial” de la que nos podemos valer para aprehender la ciudad y su patrimonio, además de conectarlos con otras realidades más globales, como el impacto de la Revolución Industrial en diferentes ámbitos históricos, sociales, políticos, económicos... Posibilita el acercamiento a la historia contemporánea general, el conocimiento del territorio y del paisaje, del ámbito del trabajo, de la ingeniería industrial y su estética, de los descubrimientos científicos y su aplicación a la producción industrial, así como de los movimientos sociales asociados a ésta. Así pues, la cotidianidad puede favorecer que los contenidos históricos sean percibidos de un modo más preciso y se efectúe un óptimo reconocimiento de manifestaciones culturales humanas, así como múltiples asociaciones de lugares, hechos, historias y recuerdos. Aunque debemos estar especialmente atentos a cómo se entiende, porque la cotidianidad puede convertirse en un arma de doble filo y transformarse en indiferencia, si sus contenidos no son comunicados de forma correcta. De este modo se dificultaría la lectura de los valores patrimoniales del paisaje industrial urbano, lo que conduciría a una desvinculación del pasado. En cualquier caso, el contacto con el patrimonio debe fundamentarse en experiencias por descubrimiento, que permitan a los visitantes establecer relaciones empáticas con el entorno y seguir rastros, encontrar huellas, seleccionar datos en el mismo contexto de producción donde se han generado, verificar hipótesis y elaborar juicios críticos, en contraste con aquellos otros datos proporcionados mediante otras vías, como el conocimiento histórico.

Por naturaleza, los valores del patrimonio urbano son estimulados a través de la experiencia colectiva, se comunican y se transmiten porque están ligados a su propia existencia y a la de los individuos que disfrutaban de ellos, contemplando la opción de disfrute futuro de otras generaciones, mediante el legado de los bienes integrantes de dicho patrimonio. Al respecto, Jorge Morales Miranda afirma que “cualquier forma de interpretación que no relacione los objetos que presenta y describe con algo que se encuentre en la experiencia y la personalidad de los visitantes, será totalmente estéril”³⁹. Efectivamente, la experiencia resulta imprescindible para rescatar el mensaje auténtico para el legítimo conocimiento y valoración de nuestro legado cultural:

“[...] en el paisaje se materializa la experiencia y las aspiraciones de un grupo social, convirtiéndose determinados lugares en centros de significado, en símbolos que de alguna forma expresan pensamientos y emociones [...]”⁴⁰.

El patrimonio industrial urbano solamente podrá ofrecernos un testimonio histórico válido con la condición *sine qua non* de familiarizarnos previamente con su presencia, real en los casos donde se conserve la materia, o bien interpretada y mostrada mediante un mensaje eficaz, para comprenderla en su toda complejidad. Se trata de ir penetrando paulatinamente en su estudio y profundizar sobre el sentido del pasado que abarca, es decir, meditar sobre su existencia y sobre lo que significa hoy para nosotros. Hemos de reclamarle la expresión del pasado que representa, la historia de la mentalidad que lo concibió, del ambiente espiritual de su época o de la sociedad que lo gestó, es decir, su esencia. Siendo reflexivos con su acontecer histórico e interactuando con los diversos componentes del paisaje industrial urbano,

³⁸ Nos referimos al conocimiento de la ciudad y su patrimonio urbano que se efectúa a partir de las tres vías esenciales que definen Augustowsky, Edelstein y Tabakman: a) Las fuentes documentales, b) La historiografía generada “a partir de” construcciones mentales y c) El medio físico. AUGUSTOWSKY, G., EDELSTEIN, O. Y TABAKMAN, S.: *Tras las huellas urbanas. Enseñar historia a partir de la ciudad*. Buenos Aires: Ediciones Novedades Educativas, 2000.

³⁹ MORALES MIRANDA, J.: *Guía práctica para la interpretación del patrimonio. El arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante*. Sevilla: EPG, Consejería de Cultura, Junta de Andalucía, 1998, p. 46.

⁴⁰ MORÓN MONGE, M. C.: “Paisaje y geografía: Una oportunidad para educar en patrimonio”, en ESTEPA GIMÉNEZ, J. [ed.]: *La educación patrimonial en la escuela y el museo: Investigación y experiencia*. Huelva: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Huelva, 2013, p. 240.

es como únicamente se descubrirá y comprenderá su alcance y su valor patrimonial, siendo entonces cuando el hombre se re-encuentre con su pasado y le asigne un valor. Así pues, el valor que atribuyamos a determinados bienes dependerá de nuestra capacidad de re-construir el pasado, o dicho de otro modo, construirlo de nuevo sobre una específica y fundamental base: averiguar en qué modo resulta funcional para nuestro presente⁴¹.

3. La señalética como propuesta didáctica para la interpretación del patrimonio industrial de Málaga en contextos de Educación no Formal.

3.1. La Educación no formal como ámbito óptimo para el aprendizaje del patrimonio.

El concepto de educación no formal apareció en los años sesenta como un intento de dar respuestas al ámbito escolar y atender la variada casuística de demandas educativas existentes. Según Philip H. Coombs⁴², la educación no formal surgió para satisfacer las distintas necesidades de aprendizaje de las sociedades en desarrollo⁴³, definiéndolas como: “aquellas actividades que se organizan intencionadamente con el propósito expreso de lograr determinados objetivos educativos y de aprendizaje (...) constituyen o deberían constituir un importante complemento de la enseñanza formal en el esfuerzo total de la enseñanza de cualquier país⁴⁴”. No obstante, la capacidad de aprendizaje en contextos no formales depende en gran modo, de la sensibilidad, de la herencia cultural de las propias sugerencias del individuo, el gusto personal o la predisposición de ánimo. Por ello se trata de educar en la sensibilidad⁴⁵, para que las experiencias, por ejemplo turísticas, resulten más placenteras y provechosas. Podríamos concretar la definición esencial del concepto de Educación no formal como “el conjunto de procesos, medios e instituciones específica y diferenciadamente diseñados en función de explícitos objetivos de formación o de instrucción, que no están directamente dirigidos a la provisión de los grados propios del sistema educativo reglado⁴⁶”. Este tipo de educación resulta una herramienta óptima para desentrañar mensajes y discursos provenientes de diferentes disciplinas, asociados al tiempo y al espacio urbano, así como para compartir experiencias y practicar la retroalimentación, respecto a lenguajes de tipo oral, visual, escrito, sonoro, olfativo... La escuela es, sin duda, la formación educativa más importante, sin embargo, no resulta la más la óptima para todos los tipos de aprendizaje o situaciones⁴⁷. Las personas se educan más allá de las aulas y de la familia, y al respecto, ocio y tiempo libre resultan factores esenciales para el desarrollo integral de los individuos, porque permiten desenvolver actuaciones educativas para el disfrute (traspasando la frontera de la educación como algo obligado). El ocio y el tiempo libre como necesidad y derecho, constituyen “ámbitos de aplicación y expansión pedagógica-social, idóneos para promover experiencias o iniciativas con fines educativos, culturales y terapéuticos”⁴⁸, que además incrementan la calidad de vida de las personas. Por ello existen actividades potencialmente educativas que se dan fuera del ámbito de la educación formal, bien estructuradas y sistemáticas, de duración relativamente breve, pero que “cuando están bien enfocadas, contribuyen muy positivamente al desarrollo de los individuos y de las comunidades, así como al autoenriquecimiento cultural y autorrealización personal”, y que contribuirían a lograr modificaciones concretas en la conducta de los individuos cumpliendo unos objetivos de aprendizaje identificables⁴⁹. Hemos de contemplar la educación no como mero pasatiempo relacionado con el ocio, en la “urgencia de recuperar nuestra personalidad colectiva, no dejándose llevar ni por la agonía de lo público ni

⁴¹ CALDERÓN ROCA, B.: “Lo efímero versus lo identitario...” op. cit.

⁴² COOMBS, P. H.: *La crisis mundial de la educación*. Barcelona: Península, 1971.

⁴³ LUQUE DOMÍNGUEZ, P. A.: “Educación no formal: un acercamiento a otras instituciones educativas”, en *Pedagogía social: revista interuniversitaria*, n.º. 15-16, 1997, p. 313.

⁴⁴ COOMBS, P. H.: *La crisis mundial de la educación*. Barcelona: Península, 1971, pp. 199 y 201.

⁴⁵ PASTOR HOMS, M. I.: “Orígenes y evolución del concepto de educación no formal”, en *Revista española de pedagogía*, Vol. 59, n.º. 220, 2001, p. 529.

⁴⁶ TRILLA, J.: *La educación fuera de la escuela*. Barcelona: Ed. Ariel, 1998, p. 30.

⁴⁷ TRILLA, J.: “La educación no formal y la ciudad educadora”, en CASANOVA, H. Y LOZANO, C. (eds.): *Educación, universidad y sociedad: El vínculo crítico*. Barcelona: Universidad de Barcelona, 2004, pp. 17-18, y 27.

⁴⁸ CARIDE GÓMEZ, J.A.: “Del ocio como educación social a la pedagogía del ocio en el desarrollo humano”, en *Edetania*, n.º. 45, Julio 2014, pp. 37.

⁴⁹ PASTOR HOMS, M. I.: “Orígenes...”, op. cit, pp. 525-527.

por la distorsión de la vida privada, restableciendo la tranquilidad, el espíritu del ocio y del juego, el intercambio con nuestros conciudadanos o el sentido de la discreción personal”⁵⁰. De este modo, resulta imprescindible dedicar esfuerzos educativos a las actividades lúdico-educativas, que merecen más atención que la dispensada hasta ahora, tratando de “devolver a la gente joven espacios en los cuales puedan manifestarse estimulando prácticas de ciudadanía, como único modo en que una institución educativa, cada vez más pobre en recursos simbólicos y económicos, pueda reconstruir su capacidad de socialización”⁵¹.

Parafraseando a Jaume Trilla, las ciudades deben saber cómo educar de, en y desde su propia esencia como contenido educativo integral. La ciudad se convierte pues, en un contenedor utilísimo para una educación múltiple y diversa. Una heterogénea red de espacios, encuentros y vivencias se dan cita en la ciudad y necesitan de interpretación didáctica, por lo que desde el propio ámbito escolar, así desde como otras instituciones y colectivos, se pueden poner en marcha recursos educativos eventuales que puedan satisfacer necesidades o demandas formativas puntuales⁵², asociadas o no al ámbito formal: “La ciudad educadora real, pues, acoge y revuelve entre sí a las educaciones formal, no formal e informal, y es el resultado de la dialéctica entre lo pedagógicamente ordenado y el inevitable azar de encuentros y vivencias educativas que se producen por la hipercomplejidad del medio urbano”⁵³.

La creciente sensibilidad que se predica sobre la necesidad de implementar actitudes de respeto hacia los valores sociales, especialmente en las generaciones más jóvenes, nos lleva a considerar el espacio urbano como un óptimo agente formativo de tipo informal. Se trata de un contexto potencialmente educativo, así como un denso canal para la transmisión de información heterogénea, por lo que debe estar abierto a la experimentación pedagógica constante. Para el profesor Trilla es fundamental, conocer de forma ordenada y estructurada los recursos, medios e instituciones educativas existentes en el ámbito urbano, para *a posteriori* detectar las posibles carencias de los mismos, además de las necesidades y expectativas de los ciudadanos, e intentar dar respuesta a nuevas realidades sociales y culturales. Asimismo, es importante conocer el uso real que se hace de los recursos y prever la inclusión de aquellos otros que no son usados educativamente, pero que podrían adquirir alguna funcionalidad pedagógica⁵⁴.

La propuesta que aquí presentamos pretende alejar la imagen tradicional de los centros formativos como núcleos hegemónicos de la educación, sin tratar de referirnos con ello a ningún nivel de enseñanza concreto. Cuando se comparten actividades formativas colectivas dentro de contextos con algún componente lúdico, las necesidades educativas se satisfacen de un modo óptimo, pues colman una serie de necesidades vitales como el fomento de las relaciones sociales y la interacción, además de estimular la expresión de opiniones y emociones. Resulta indispensable salir del aula y fundirse con el *locus*, pues el contacto con el medio de forma pautada, promueve la adquisición de determinados significados y mensajes, presentándose como un tipo de aprendizaje muy valioso. Por ello nuestra propuesta de educación patrimonial se trata más bien una invitación a aprender el patrimonio *in situ*, desde y por la ciudad⁵⁵.

3.2. La interpretación del patrimonio a través de la señalética. Propuesta didáctica: De obreros y burgueses. La herencia del paisaje industrial en la Málaga decimonónica ©.

⁵⁰ SENNETT, R.: *El declive del hombre público*. Barcelona, Anagrama, 2011. Cit. en CARIDE GÓMEZ, J.A.: “Del ocio como educación social a la pedagogía del ocio en el desarrollo humano”, en *Edetania*, n.º 45, Julio 2014, p. 39.

⁵¹ MARTÍN BARBERO, J.: “Ciudad educativa: de una sociedad con sistema educativo a una sociedad con saberes compartidos”. Recuperado de: <http://publicaciones.zemos98.org/ciudad-educativa-de-una-sociedad> (fecha de consulta: 05-07-16).

⁵² TRILLA, J.: “La educación no formal...” op. cit, p. 31.

⁵³ *Ibidem*.

⁵⁴ *Ibidem*., pp. 31-34.

⁵⁵ CALDERÓN ROCA, B.: “Valores del patrimonio urbano y criterios para su comunicación: Ejemplo de propuesta didáctica en la ciudad histórica de Málaga: la Plaza de la Constitución y el entorno del Museo Carmen Thyssen”, en *I Congreso internacional creando Ciudadanos, construyendo identidades. El uso del patrimonio Material e inmaterial en la enseñanza de la historia* (Murcia, 26-29 abril 2016), en prensa.

Según Jorge Morales Miranda, podemos considerar la Interpretación del Patrimonio como el “arte” de revelar *in situ* el significado del legado natural y cultural al público que visita esos lugares en su tiempo de ocio. Se trata de utilizar unos instrumentos metodológicos adecuados para presentar, comunicar y promover la aprehensión del patrimonio con finalidades culturales, educativas, sociales y turísticas⁵⁶. Transformar un recurso patrimonial en un producto turístico cultural, o educativo de tipo no formal, requiere utilizar herramientas adecuadas para despertar el interés del público visitante, transformando mensajes complejos en significados sencillos sin perder el rigor científico ni la fidelidad con la historia⁵⁷. Nuestra propuesta didáctica consiste en poner en marcha una serie de estrategias de comunicación, que permitirán descifrar el mensaje del paisaje urbano local y transmitirlo a quien no está obligado a saber, confiriendo significado a lo que ve y siente. Se trata de que a partir de dichos significados, el visitante experimente una conexión real con el espacio y la imagen que éste genera; conociendo, comprendiendo y reconociendo algo inédito, a partir de reacciones y emociones provocadas por nuestros estímulos instrumentales:

“la interpretación pretende entretener y buscar una respuesta positiva del usuario, construyéndose a partir de los conocimientos de las personas, provocando y estimulando sensaciones, sustentándose siempre en la investigación científica y estando enraizada en la identidad local”⁵⁸.

En la actualidad, encontramos trece chimeneas y algunos edificios industriales dispersos por la ciudad, que se alzan como vestigios aislados, aunque protegidos, por una normativa que desatendió durante décadas el contexto espacial que los articulaba semánticamente y les confería pertinencia formal. Estos escasos ejemplos son los únicos testimonios materiales que nos pueden ilustrar sobre los efectos de la Revolución Industrial en el espacio urbano malagueño, durante la segunda mitad del siglo XIX y principios del XX. Fábricas como la de El Tarajal, la de Metalgraf y la Tabacalera, así como inmuebles como el antiguo Mercado de Mayoristas, el Mercado de Atarazanas y el Acueducto de San Telmo también han sido declarados BIC⁵⁹. No obstante, no podemos determinar *a priori* su permanencia, ni tampoco su capacidad para ser asimilados de forma espontánea por todos los sectores de la sociedad, en especial, en lo que atañe al valor del ser humano como protagonista de la historia⁶⁰. Por ello debemos dejar testimonio de esas intrahistorias, inmersas en la “otra” historia de la ciudad mediante su interpretación y comunicación específica. Trataremos de hacerlo mediante un recurso de suma utilidad: la Señalética: “disciplina que se encarga del diseño, la creación y la planificación de los sistemas informativos estructurados mediante señales”⁶¹. En espacios particularmente complejos, como puede ser un entorno urbano con pluriestratificaciones históricas y paisajes poliédricos, permiten orientar al usuario en su movilidad, transmitiendo señales con un lenguaje claro, fácil de percibir y eminentemente visual, que resulte eficaz: “El lenguaje señalético se apoya en tres tipos de códigos: lingüísticos, icónicos y cromáticos, aportando cada uno de ellos un lenguaje y codificación propia”⁶².

Se trata de una zona de incertidumbre sintáctica, por lo que jerarquizaremos la información relativa al paisaje industrial urbano de un modo que el usuario pueda acceder fácilmente a ella, y ello le posibilite la recepción del mensaje que queremos transmitir. Incluiremos un programa señalético, que será distribuido a través de un recorrido de libre elección, correctamente indicado sobre plano para orientar al usuario, indicándole donde está y conduciéndole hacia donde puede ir. Nuestra señalización incluirá: códigos de acceso y de

⁵⁶ PADRÓ, J.: “La interpretación: un método dinámico para promover el uso social del patrimonio cultural y natural”, en *Difusión del patrimonio histórico*. IAPH, Sevilla: Consejería de Cultura-Junta de Andalucía, 1996, pp. 9-13.

⁵⁷ MENDOZA ONTIVEROS, M. [et. al.]: “La interpretación del patrimonio, una herramienta para el profesional del turismo”, *El Periplo Sustentable*, núm. 20, enero-junio, 2011, p. 15. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1934/193417856002.pdf> (fecha de consulta: 17-05-15).

⁵⁸ GARCÍA, J.M.: “Visita a la gran ciudad que no existe. La interpretación del patrimonio en la red”, *PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, n.º. 25, 1998, p. 198.

⁵⁹ RODRÍGUEZ MARÍN, F. J.: *La ciudad perdida... op. cit.*, pp. 15-17.

⁶⁰ SANZ CARLOS, M.: “Didáctica del patrimonio industrial...”, *op. cit.*

⁶¹ LÓPEZ VÍLCHEZ, I.: “Turismo en ciudades históricas. Orientación y señalización turística”, *PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, n.º. 36, 2001, p. 146.

⁶² *Ibidem*.

identificación el lugar (núcleo y calles adyacentes). Deberá consistir en todo caso en una propuesta con integración ambiental, que no compita en protagonismo con el entorno natural⁶³, pero situada en un lugar estratégico para el paso de viandantes. No obstante, dependiendo del soporte que utilicemos (en nuestro caso serán paneles), deberemos atender al tiempo que cada persona dedica a leer la información, normalmente muy reducido, por lo que es sería interesante situarla en diferentes niveles de complejidad⁶⁴. Habrá que tener en cuenta las siguientes cuestiones para facilitar la lectura⁶⁵:

- Utilizar de un tamaño de letra no demasiado pequeño, evitando las cursivas y mayúsculas, así como los *serif*, y la tipografía demasiado ornamentada o caligráfica. Tampoco es conveniente utilizar más de dos tipografías diferentes en el mismo texto.
- Utilizar negrita o subrayado para resaltar aspectos esenciales, pero sin abusar.
- Utilizar frases no demasiado largas, ni demasiado condensadas.
- Utilizar un buen contraste entre fondo y caracteres, intentando no superponer texto sobre imágenes, o en caso de hacerlo asegurar el contraste adecuado entre ambos recursos.

Partiendo de algunos de los hitos significativos pertenecientes al patrimonio industrial ubicados en la zona oeste objeto de nuestro estudio, en concreto en el Barrio obrero de Huelin, tomamos como referencia la oportuna consideración realizada por Antonio Santiago⁶⁶, para realizar un itinerario cultural acompañado de un programa señalético específico. Éste deberá cumplir con las características antes mencionadas, integrando dicho itinerario los siguientes hitos o paradas:

- 1) Puerto de Málaga.
- 2) Antigua Grúa del Puerto de Málaga.
- 3) Depósito o “torre de agua” del recinto portuario.
- 4) Estatua de Manuel Agustín Heredia.
- 5) Puente del ferrocarril sobre el río Guadalmedina.
- 6) Antiguo Mercado de Mayoristas.
- 7) Chimenea de la Aceitera Larios, S. A. (calle Constancia).
- 8) Chimenea de la Fundición del Carmen, en el antiguo solar del convento de San Andrés (calle Eslava).
- 9) Chimenea de la fundición de “Cayetano Ramírez y Pedrosa” (calle Ferrocarril).
- 10) Estación de ferrocarriles de Málaga, “María Zambrano”.
- 11) Fábrica de Tabacos “Tabacalera” (Avd. Sor Teresa Prat).
- 12) Chimenea de la Fábrica de ácido sulfúrico de la Cross: “Unión Española de Explosivos” (calle Pacífico).

El contenido de nuestra propuesta se organizará a partir del siguiente esquema de información:

- **OBJETIVO GENERAL:** Ampliar los niveles culturales mediante una actividad educativa que ofrezca alternativas al ocio y tiempo libre.
 - a) OBJETIVO ESPECÍFICO Actitudinal 1:** Observar la influencia de los efectos de la Revolución Industrial en el ámbito local, así como su impacto en el paisaje urbano. Comprender el patrimonio industrial local, íntimamente ligado al territorio y a la sociedad que lo generó.
 - b) OBJETIVO ESPECÍFICO Actitudinal 2:** Tomar contacto con el marco legal y normativo que ampara al patrimonio industrial malagueño.
 - c) OBJETIVO ESPECÍFICO Actitudinal 3:** Reconocer la importancia de la recuperación y la puesta en valor del patrimonio industrial para el desarrollo local, mediante el reconocimiento de los valores de vestigios o inmuebles diseminados por el paisaje urbano.
 - d) OBJETIVO ESPECÍFICO Competencial 1:** Conectar la actividad con la enseñanza formal a modo de contenido transversal dentro del currículo de Educación Secundaria (ESO y Bachillerato).

⁶³ Nos referimos al entorno vernáculo edificado, así como a las actividades que se desarrollan en la zona, no únicamente al de carácter naturalístico.

⁶⁴ *Interpretación del Patrimonio, una herramienta eficaz para la conservación, s.f., s.a.* Recuperado de: <http://www.adam-europe.eu/prj/7760/prd/12/1/INTEPA%20Didactic%20Guide%20ES.pdf> (Fecha de consulta: 15-06-15).

⁶⁵ *Ibidem.*, pp. 119-120.

⁶⁶ SANTIAGO RAMOS, A.: “Rutas del Patrimonio Industrial...”. cit. supra.

e) OBJETIVO ESPECÍFICO Competencial 2. Vincular los aspectos materiales de la ingeniería, las construcciones industriales y los artefactos (con valores tecnológicos, científicos y estéticos) con aquellos antropológicos derivados de la historia de la producción, por parte de los operarios y promotores industriales.

f) OBJETIVO ESPECÍFICO Competencial 3: Ofrecer una visión interdisciplinar y holística del conocimiento del patrimonio local, conectando diferentes materias como las Ciencias sociales, la Educación para la ciudadanía y los derechos humanos; la Ciencias de la Naturaleza, la Educación ético-cívica o la Educación artística.

- **CONCEPTOS ESENCIALES:** Atender a los diferentes acontecimientos que durante décadas han modificado la fisionomía y los usos de un espacio bastante representativo de la ciudad histórica para comprenderlo en su complejidad y atribuirle valor.

- Asimilar la ciudad como sistema dinámico y mutable.

- Considerar la evolución del espacio urbano a nivel territorial desde dos perspectivas: como producto social y como proceso histórico.

- Vincular el urbanismo con las relaciones humanas de los moradores de la ciudad.

- Descubrir la historia local vinculándola con procesos históricos globales.

- Comprender el patrimonio urbano como producto de los testimonios materiales e inmateriales producidos en el pasado, e incorporados por las sociedades contemporáneas a su sistema cultural, asimilando sus usos, significados y valores pretéritos y actuales.

- **PROCEDIMIENTO:** Cómo llevaremos a cabo este aprendizaje.

- Observar, analizar y asimilar *in situ* manifestaciones y elementos de carácter industrial (singulares y cotidianos) presentes en el espacio urbano.

- Tomar contacto con la historiografía elaborada a partir de las fuentes documentales existentes.

- Confrontar y valorar experiencias de diversa índole.

- Definir y expresar sentimientos, opiniones e ideas propios.

- Analizar de forma crítica hechos y situaciones, aplicando la información obtenida.

- **ACTITUDES:**

- a) PRELIMINAR:** Deseos de entretenimiento y aprendizaje.

- b) FINAL:** Qué pretendemos obtener de los usuarios que lleven a cabo la experiencia.

- Adquirir sensibilidad y respetar su entorno más próximo.

- Admitir las diversas interpretaciones de un mismo hecho o acontecimiento.

- Respetar y valorar el patrimonio industrial urbano.

DIBUJOS Y PINTURAS DE HOKUSAI

José Luis Crespo-Fajardo, PhD

Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Cuenca
Ecuador

Luisa Pillacela-Chin

Unidad Educativa Héctor Sempértegui
Ecuador

Resumen:

Los dibujos y pinturas originales de artistas japoneses del estilo *Ukiyo-e* son piezas muy raras. Esta comunicación versa sobre el patrimonio artístico de bocetos preparatorios, dibujos y pinturas elaboradas por Katsushika Hokusai, uno de los artistas más destacados de este estilo.

Palabras clave: Hokusai, Ukiyo-e, cromoxilografía, dibujos, pinturas.

Abstract:

Drawings and original paintings by Japanese artists of Ukiyo-e style are very rare pieces. This communication focuses on the artistic heritage of preparatory sketches, drawings and paintings by Katsushika Hokusai, one of the most outstanding artists of this style.

Keywords: Hokusai, Ukiyo-e, cromoxilography, drawings, paintings.x

* * * * *

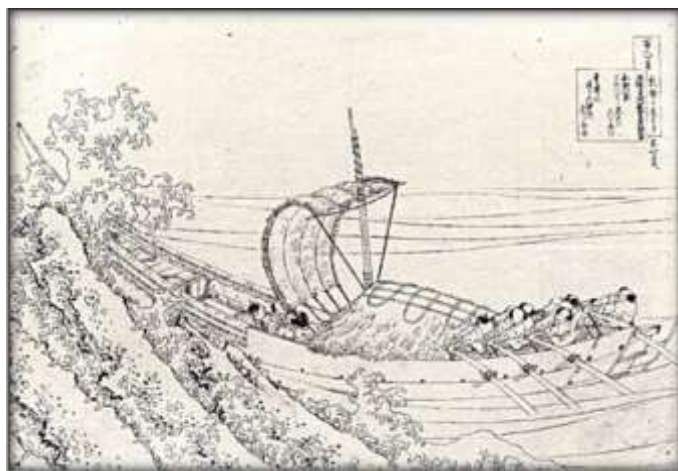
1. Dibujos

Los dibujos originales de artistas de la cromoxilografía tradicional japonesa, conocida como *Ukiyo-e*, son piezas extremadamente raras. Los que nos han llegado son en su mayoría dibujos hechos para venta o exposición, y en menor medida estudios preparatorios para el diseño de originales (*Hanshita-e*), destinados a convertirse en el patrón de una xilografía.

En la actualidad se conserva un número considerable de dibujos asignados a uno de los principales artistas del *Ukiyo-e*, Katsushika Hokusai (1760-1849), depositados principalmente en el *Brooklyn Museum* y en el *Metropolitan Museum of Art* de Nueva York, el *Museum of Fine Arts* de Boston, el *British Museum*, el *Victoria and Albert Museum*, la *Anthony D'Offay Fine Arts collection*, en Londres, y la *Freer collection*, en Washington. Algunos parecen bocetos preparatorios para la instrucción de sus pupilos. Abundan las hojas con pequeñas escenas y varios estudios misceláneos. Muchos dibujos están hechos puramente con líneas, y aunque de vez en cuando se encuentran composiciones muy elaboradas, en general son meros apuntes. En ocasiones descubrimos alardes de destreza como aquellos del *Ippitsu gwafu*, su cartilla de dibujos con un solo golpe de pincel. Estos bosquejos eran probablemente originales destinados a la venta directa. Por otra parte, hay también bocetos que presentan entintados a la aguada y algún lavado de tinta. Nos llama la atención la presencia de autorretratos, y cierto boceto preparativo para el grabado del fantasma de Kohada Koheiji. También es interesante la abundancia de leones sagrados chinos que Hokusai dibujaba para ahuyentar la mala suerte.

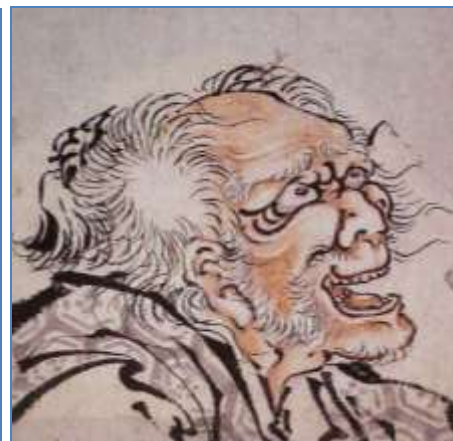


Hokusai dibujaba ritualmente leones Shishi para atraer la buena suerte.



Derecha: Dibujo de un hombre descansando sobre su hacha y cargando parte del tronco de un árbol en su espalda.

Izquierda: "Basho dice: ¿las olas florecientes / tienen nieve que regresa al agua / aflorando fuera de estación?"



Autorretratos en edad anciana.

Casi todos los dibujos conservados son posteriores a 1810 y hay una gran cantidad datados de hacia 1815, su periodo de mayor creatividad. La mayoría son bocetos preparatorios para ilustraciones de novelas populares, el *Mangwa* y sus cartillas de didáctica artística. Los pocos que existen anteriores a 1788 revelan un estilo muy tradicional propio del aprendizaje, y aquellos fechados después de 1828 demuestran manierismos propios del hábito y la práctica. Los estudios preliminares del *Mangwa* son muy curiosos, porque dadas las características de la obra uno pensaría que los dibujos se efectuaban sin demasiada preparación, casi de modo espontáneo, reflejando impresiones instantáneas. Sin embargo, es sorprendente descubrir que Hokusai llegaba a hacer amplios estudios con una gran delicadeza de acabado para pequeñas figuras del *Mangwa*. A veces hacía un boceto preliminar en rojo, para al final repasarlo en negro. En otras ocasiones, para evitar cualquier error utilizaba una cuadrícula o red, de acuerdo al característico método de traslación y reducción de los artistas occidentales, una enseñanza que quizá descubriera en libros de arte holandeses.



Derecha: dibujo de un noble sentado con vestido completo.
Izquierda: Dibujo de un hombre sentado con la pierna izquierda descansando sobre la rodilla derecha.



Derecha; Dibujo de Hotei, el Buda sonriente. Pincel y tinta.
Izquierda: Mujer sentada con Shamisen (instrumento musical japonés)

Se han hecho observaciones interesantes acerca de su método de dibujo. Hokusai utilizaba una gama muy variada de estilos de línea y pincelada. Procuraba dibujar con concreción sólo aquello que estaba seguro que iría en el dibujo final, y cuando tenía dudas trazaba las formas ligeramente con el pincel de un modo más tenue, indicando que aquella era una zona o elemento que necesitaba ser nuevamente trabajado. Por otro lado,

simplificaba zonas donde había un repetitivo tratamiento decorativo, por ejemplo en una rama trazaba varios círculos para indicar los haces de hojas de pino, en lugar de dibujarlos aguja por aguja. Hacía lo propio en la decoración de ropa o en el tratamiento de hierbas y plantas de un jardín. Como soporte solía utilizar el *Usugami*, un papel fino cuya principal característica es que permanece transparente incluso cuando varias capas son superpuestas. Por este motivo era un papel muy valioso para hacer calcos y para añadir parches de papel con correcciones, que en ocasiones era la única manera de hacer mejoras.

Los bocetos preparatorios en sus fases iniciales a veces nos dejan perplejos porque difieren mucho del resultado definitivo del grabado. Los diseños de composiciones completas son bastante escasos. Es más común encontrarse estudios de figuras individuales, que luego irían combinándose y ordenándose en el papel durante el proceso de elaboración de la imagen. En las primeras etapas se prefería dar importancia a la imaginación antes que a la forma y estructura. Se llenaban hojas enteras de bosquejos concertando imágenes de todo tipo, aprovechando cualquier área libre del papel. Una práctica que producía verdaderos archivos de imágenes de estudio.



Ejemplo de Hanshita-e.

Hokusai solía comenzar el trabajo elaborando el dibujo del elemento protagonista de la escena, para el que dibujaría con una rápida pincelada cursiva la menor estructura posible, sin tener en cuenta la composición o el diseño. De cualquier modo, la organización estaba de alguna manera ya dada, pues una característica general en el *Ukiyo-e* es la concentración. Un motivo central subordina a otros temas para no distraer.

Finalizados los estudios preparatorios, un papel *Usugami* en blanco se ajustaba a una guía de tamaño similar al marco del grabado, de modo que el dibujo no excediera sus límites exactos. Se copiaban o redibujaban los distintos elementos de la composición definitiva cuidadosamente, con una tenue pincelada que en la versión final será más intensa. Ahora la atención se centraba en crear una organización equilibrada alrededor del protagonista principal. Luego el trabajo se hacía más creativo y ligero de pinceladas. En un estado avanzado, para enmendar errores se aplicaban parches de papel blanco y se redibujaba sobre ellos. En la última fase se añadía el texto, las llamadas y los marcos.

El resultado era el dibujo definitivo, llamado *Hanshita-e*. Hoy día apenas se conservan unos pocos. Son dibujos muy escasos debido a su naturaleza perecedera, pues

se adherían a la plancha a modo de guía o patrón de corte para el entallador, que relevando con una cuchilla las líneas exteriores del dibujo, destruía el papel al tiempo que producía el grabado matriz.

Pese a todo, de Hokusai se conserva un buen número de *Hanshita-e*, debido a la paralización y abandono de uno de sus proyectos: *Cien poemas explicados por una nodriza*. De la serie sólo se publicaron veintisiete grabados, elaborados con gran ambición por un Hokusai que se hallaba en la cúspide de su carrera. Sin embargo, la publicación cesó y nunca se reanudó. La dureza económica de los años 1834 al 36 no podía favorecer la publicación y venta de este tipo de dibujos, que demandaban entalladores e impresores expertos. La inacabada serie dejó treinta y cuatro dibujos preparativos de variada composición y diseño que hoy se conservan en la colección Freer.



Comparativa: "Cien poemas explicados por una nodriza", *Hanshita-e* y grabado final.

2. Pinturas

En occidente el arte *Ukiyo-e* se suele relacionar solamente con la xilografía, quizá porque la mayoría de obras traídas a Europa desde Japón a mediados del siglo XIX, y que tanto impacto causaron en los artistas de vanguardia, eran grabados en madera. Sin embargo, la pintura era un medio muy respetable, en tanto a diferencia de las impresiones seriadas, aquí sólo se producía un original directamente pintado por el artista sobre seda. El propio Hokusai consagró sus últimos años a este género, y es en las pocas piezas conservadas donde mejor se revelan las características de su pincelada y colorido.

Una característica importante de la pintura tradicional japonesa es que hasta la introducción de los usos artísticos occidentales no se pintaba sobre lienzo ni se utilizaban aceites y témperas. La práctica pictórica regular se basaba en el uso de un tipo de acuarela de efectos parecidos al gouache, o bien de una tinta india negra muy opaca. Los pinceles eran redondos y estrechos en la punta. A la hora de utilizarlos se sujetaban perpendicularmente sobre la superficie a pintar, generalmente seda o papel. Este procedimiento pictórico procedía de tradiciones chinas y se parecía bastante a la meticulosa técnica de la caligrafía.

En general, antes de sujetar el pincel en su mano, lo más importante para el pintor japonés era contar con una idea clara de lo que iba a hacer. Entonces el tema era reducido a sus elementos más simples, efectuando un esquema sin demasiada elaboración. Los artistas tenían que seguir doctrinas y fórmulas procedentes de escuelas tradicionales, a las cuales adecuaban sus ideas. Las convenciones solían radicar en la línea, grosor, cantidad y tipo de trazo. La escuela Kano procuraba dar un tratamiento naturalista al paisaje, animales y figuras, al tiempo que modificaba las siluetas para asemejarlas a la pincelada característica de las grafías del idioma chino, lo cual daba un efecto cuadrado a los elementos. Por otra parte, estas escuelas estaban relacionadas con cuestiones religiosas. La escuela Tosa, por ejemplo, tenía mucha influencia del arte hierático budista. También los temas eran en gran medida procedentes de la tradición. Hasta la llegada de la influencia europea los maestros solían ser implacables siguiendo estos rígidos principios. Por eso Hokusai, que se atrevió a pintar

libremente, fue repudiado por el arte tradicional y nunca fue acogido en la jerarquía de los pintores japoneses, que lo consideraban falto de refinamiento. De cualquier modo, lo cierto es que Hokusai era más realista que los maestros de generaciones anteriores, que verdaderamente no habían aprendido de la naturaleza sino de su propia tradición.



Pinturas en formato Kakemono.

Sus pinturas tienen una gran fuerza expresiva. Su estilo de pincelada muestra una soltura curvilínea que fue capaz de mantener y hacer evolucionar en una suerte de espirales de mayor elegancia, a pesar de que en su madurez fue influido por el compulsivo tratamiento cuadrangular de los pintores de la escuela Kano. Quizá este influjo se aprecia mejor en las obras de su última época, donde hace uso de amplias y cortas pinceladas.

En lo que respecta al colorido, utilizaba espesas y variadas masas de color, en ocasiones dando una cualidad sombría a las zonas de profundidad. Aunque le influyó el claroscuro de la pintura occidental, realmente nunca renegó totalmente del estilo japonés de tintas planas. En su *Tratado del colorido* (1848) criticaba las obras de arte holandesas: “*En el arte japonés se presta atención a la forma y el color sin apuntar el relieve; en el proceso europeo se busca el relieve y la ilusión ocular.*” Al final concluye admitiendo ambas opciones estéticas. En realidad la opción japonesa es perfectamente defendible. Al omitir el sombreado y limitar la representación a formas y color se evita la frialdad del excesivo realismo, que haría de una imagen una reproducción decepcionante de la naturaleza, una imitación que es bastante común entre nosotros, que somos aptos para imaginar. La planitud de los pigmentos nos invita a que apreciemos la superficie como una sencilla ilusión del mundo. Por otra parte, la tradición de la pintura japonesa entendía que el realismo era una evidencia de falta de imaginación, y en general se prefería dar cierto idealismo a las imágenes para expresar ideas poéticas, literarias o religiosas.



Pintura del llamado "Álbum de Pinturas" (hacia 1808-1809) Victoria and Albert Museum.

Las pinturas de Hokusai muestran guerreros, deidades, cortesanas, campesinos, animales... Como motivo principal suele aparecer una figura aislada, quizá porque en una pintura resultaba más costoso efectuar composiciones de varios elementos como las que aparecen en los grabados. De sus pinturas podemos destacar primeramente los *Kakemonos*. Estos eran cuadros colgantes sobre seda que podían ser enrollados. Se colgaban habitualmente en las paredes de las *Tokonoma* (alcobas decoradas con estampas colgantes y composiciones florales de *Ikebana*). Por otro lado, una temática con la que ganó fama desde muy joven fue la representación de cortesanas. Era un motivo solicitado por ricos comerciantes y patrones del barrio de Yoshiwara, en la antigua Tokio. Hokusai realizó un importante número de estas pinturas sobre seda utilizando una amplia gama de colores. Entre las más notables destaca *Cortesana sentada*, una pequeña pintura producida cuando contaba cerca de cuarenta años. Es un trabajo sobresaliente caracterizado por sus vivos colores y bonitos detalles. Otra obra a destacar es *Mujer sujetando una pipa*, realizada en su cincuentena, que retrata a una cortesana fumando una pipa mientras levanta el dobladillo del kimono ligeramente. El uso de colores apagados en las sombras añade un distintivo toque de gracia y suavidad a la pintura.

La naturaleza era otro de sus temas predilectos, y de entre las muchas obras que efectuó podemos mencionar *Sauce y cornejas jóvenes*, *Patos en un riachuelo* y sobre todo *Garza en un poste del puente*. Esta última pieza demuestra una técnica pictórica interesante. La garza ha sido acentuada por medio de *Sotokuma*, un procedimiento para iluminar un elemento rodeándolo de un difuminado de *Usumizi*, una delicada tinta negra, que otorga al conjunto un aspecto desenfocado.

En cuanto a los paisajes, es muy interesante la pintura de un *Chico mirando el Monte Fuji*, de 1839. En esta época Hokusai empezó a ignorar el apoyo de críticos y se centró en su individualidad a través de pinturas a pincel. Su enérgico genio creador acababa de dar a luz la majestuosa serie de *Treinta y seis vistas del monte Fuji*, y aunque tenía ochenta años sus capacidades en el terreno de la pintura estaban en plenitud. Esto es visible en la obra *Raiden, dios del trueno*, que el crítico Fenollosa consideró la más satisfactoria de entre todas las que había visto de este dios japonés. Fue producida en 1847, cuando Hokusai tenía ochenta y ocho años. El coleccionista Freer pagó por ella 500 dólares, una enorme suma de dinero en el año 1900.



Derecha: *El tigre y la nieve.*
Izquierda: *Chico mirando el Monte Fuji.*

Hay cierto misterio sobre cuál fue su última pintura. Algunos creen que pasó sus postreros días atareado en una simbólica imagen de un dragón ascendiendo al sagrado Monte Fuji. Ciertamente, el dragón tenía un significado especial para el maestro, pues había nacido el año del dragón y sentía que esto le había favorecido en su carrera. Por otro lado, tras pintar el Fuji en todo su esplendor, para él esta montaña tenía un gran valor personal. Otros investigadores aducen que su última pintura fue *El tigre y la nieve*. En esta imagen habría hecho una especie de epílogo a sí mismo, comparándose con un tigre sonriente y orgulloso, aunque viejo y en el invierno. Para terminar, un par de pinturas ejecutadas en 1849, *Pescador y Talador*, son apreciadas por algunos como sus verdaderas últimas pinturas. Son una pareja de imágenes contrastadas de dos hombres en trabajos opuestos. Un pescador en el mar y un talador cortando madera en la montaña.

En su faceta de pintor Hokusai ha sufrido mucho por parte de imitadores y falsificadores, y sólo una pequeña porción de obras que sostienen su nombre pueden realmente atribuírsele. Hoy día se preservan en posesión de unos cuantos coleccionistas. La colección Freer, en la *Smithsonian Institution* es la más destacada, contando con noventa y dos pinturas. Esta recopilación fue originalmente construida por Charles Lang Freer (1854-1919), que reunió las piezas hacia 1907, adquiriendo la mayoría de pinturas directamente de Bunshichi Kobayashi (1864-1923), un pionero en comerciar pinturas *Ukiyo-e*. En el *Museo Hokusai* de Obuse, en Japón, se encuentra otra notable colección que incluye carrozas de festival decoradas.

BIBLIOGRAFÍA

FORRER, Matthi: *Hokusai*. Ed. Kliczkowski, Madrid, 2002.

GARCÍA RODÍGUEZ, Amaury: *La obra múltiple y el productor plural. El proceso creativo del Ukiyo-e*. XXVI coloquio internacional de Historia del Arte UNAM. México D.F., 2006.

GOBBI, Pietro: *Hokusai (Edo 1760 – 1849) Le Cento Vedute Del Fuji*. Catálogo de la exposición *Fugaku Hyakkei*, L'arte Antica, Torino, 2005.

HOLMES, C.J.: *Hokusai*. Longsmman Green & Co. Nueva York, 1901.

HILLIER, Jack: *Hokusai: paintings, drawings and woodcuts*. Phaidon, Londres, 1985.

INAGA, Shigemi: "The Making of Hokusai's Reputation in the Context of Japonisme". *Japan Review, International Research Center for Japanese Studies*, 2003.

LONGSTREET, Stephen: *The Drawings of Hokusai*. Borden Publishing Company, Alhambra, California, 1969.

NAGATA, Seiji: *Hokusai: genius of the Japanese Ukiyo-e*. Kadansha International. Tokio, 1999.

_____ : "Hokusai paintings: true gems adorning Freer Collection". *The Nikkei Weekly*. Febrero, 2006.

SUMPTER, Sara: "Katsushika Hokusai's Ghost of Kohada Koheiji: Image from a Falling Era". *Rebels and Renegades Symposium*. University of Oregon Art History Association, Abril, 2006.

YONEMURA, Ann: "Drawings show unparalleled virtuosity". *The Nikkei Weekly*. Febrero, 2006.

PATRIMONIO Y URBANISMO. UN VÍNCULO INDISOLUBLE

Carmen de Tomás Medina

Escuela Técnica Superior de Arquitectura, Universidad de Sevilla, España.
Profesora del Departamento de Urbanística y Ordenación del Territorio de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura, universidad de Sevilla, España.

ctomas@us.es

RESUMEN

Todos sabemos que existen distintos métodos de aproximación al conocimiento del urbanismo. Sin embargo a mi entender, será **EL MÉTODO BASADO EN EL ESTUDIO DEL PATRIMONIO URBANO EL VERDADERAMENTE FUNDAMENTAL**, pues nos facilitará entender la morfogénesis de una ciudad, a través del estudio de su evolución histórica.

En el sentido de lo descrito se ha dirigido mi labor como profesora de urbanismo en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de la Universidad de Sevilla, y dado que la mayor parte de mi docencia la he impartido como profesora de primer y quinto curso, he podido comprobar que el enseñar a estudiar la ciudad desde el entendimiento de las distintas piezas generadas por la historia, en primero, hace que cuando lleguen a quinto propongan intervenciones basadas en el respeto absoluto al patrimonio urbano.

PALABRAS CLAVE

PATRIMONIO, URBANISMO, HISTORIA URBANA, MORFOGÉNESIS, DOCENCIA UNIVERSITARIA

El urbanismo es una disciplina dinámica, compleja y cambiante con el tiempo, que persigue comprender la ciudad para poder intervenir en ella, y que se basa en un pormenorizado estudio de la misma como fundamento de sus propuestas de actuación. Se utilizan distintos métodos de aproximación al conocimiento de la realidad urbana, entre los que se encuentran el que entiende la ciudad como un hecho funcional, el que la estudia como un hecho social y político, ó el que la aborda como un hecho cultural, sin embargo ninguno de ellos es del todo completo para el entendimiento de una ciudad porque el método que realmente explica su morfogénesis, y que por tanto ayuda a entender el vector de crecimiento de la misma, es el histórico.

Será el estudio del patrimonio urbano generado por la evolución histórica de una ciudad el único método de conocimiento que nos aporte las claves esenciales de su morfogénesis, lo que lo convierte, a mi entender, en requisito imprescindible para realizar cualquier intervención urbana. Sin embargo, mi experiencia como profesional del urbanismo me ha enseñado que el estudio de este método casi nunca se lleva a la práctica, y que en la mayoría de los casos las actuaciones urbanísticas carecen de un correcto análisis del tejido donde se pretende actuar, de un entendimiento de sus valores patrimoniales y urbanos, y de un conocimiento exhaustivo de los vectores de crecimiento seguidos, lo que tiene como consecuencia intervenciones urbanas de muy baja calidad.

Por esto, mi labor como docente en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Sevilla, España, se ha centrado en llenar este vacío formativo y dado que gran parte de mi actividad la he desempeñado como profesora de primer y quinto curso, he podido comprobar que el **ENSEÑAR A ESTUDIAR LA CIUDAD A PARTIR DE LAS DISTINTAS PIEZAS Y COMPONENTES URBANOS QUE HA DEJADO LA HISTORIA, EN PRIMERO, HACE QUE**

LAS NUEVAS PROPOSICIONES DE PLANEAMIENTO OFRECIDAS POR LOS ALUMNOS DE QUINTO, SE SIGNIFIQUEN COMO PERFECTAS OPCIONES DE REMODELACIÓN URBANA ya que han tomado como norma de su trazado, el respeto absoluto a la huella urbana de la historia.

En definitiva mi experiencia me ha hecho reafirmarme en mi idea de que únicamente a través de una formación técnica universitaria fraguada desde el respeto a las tramas urbanas y los elementos patrimoniales desarrollados a lo largo de la historia se conseguirá formar arquitectos, que conscientes de la importancia de la preservación del patrimonio propongan intervenciones urbanas de calidad.

Y así, arranco la asignatura de urbanismo en primero, proponiendo a los alumnos la introducción al urbanismo a través del estudio de la evolución histórica de una ciudad. Estudio que comenzará con una correcta comprensión del territorio y de su representación, y que se llevará a cabo mediante un análisis exhaustivo del medio físico natural y antropizado como marco de acercamiento al conocimiento de la ciudad.

En este sentido, se propone un estudio de la topografía del lugar, señalando los accidentes geográficos más importantes, la red hidrográfica, la vegetación, el clima, además de los sistemas de comunicaciones y de asentamientos; también se enseña su representación, explicando las diferencias entre la topografía y la geodesia, insistiendo en la importancia de la cartografía, y explicando distintas formas de representación del terreno, entre los que se subraya el mapa hipsométrico como fundamental para la representación territorial. De tal manera que al final del estudio quedan claramente identificados los condicionantes geográficos, así como los vectores de crecimiento naturales en los que se pudo basar la ciudad para el desarrollo de su morfogénesis.

Entendido el territorio se pasa al estudio de las distintas civilizaciones que han precedido nuestra cultura, y se profundiza en el conocimiento de las aportaciones más importantes de cada una de ellas a lo urbano.

En el sentido de lo descrito, comenzamos con las civilizaciones primitivas y el estudio pormenorizado de Mesopotamia y Egipto, lo que nos esclarecerá la importancia de los componentes urbanos en la ciudad mesopotámica, y nos aclarará las claves de la conformación de su tejido urbano, influenciado en todo momento por la disposición del zigurat. Tras el estudio de la civilización egipcia entenderemos que lo realmente importante para ellos era la vida después de la muerte, hecho que condiciona definitivamente sus escasas intervenciones urbanas.

A continuación y tras un breve estudio de la civilización Minoica y Micénica nos detendremos en el estudio del mundo heleno, lo que nos aportará, sin duda, las claves de nuestra cultura urbana y las bases de nuestra civilización.

Y con todo ello llegaremos al estudio de la roma clásica, cultura responsable del origen de muchas de nuestras ciudades. Así tras un pormenorizado estudio de la romanización y de la latinización llevada a cabo en España, entenderemos las pautas de colonización del territorio, las grandes obras de infraestructuras construidas, y por su puesto los vectores de crecimiento que dieron lugar al trazado de nuestras ciudades. De tal manera que el alumno dispondrá de formación teórica suficiente como para buscar la huella de la civilización romana en la ciudad objeto de estudio, e identificar el trozo de tejido urbano, así como los componentes urbanos esenciales levantados por esta civilización.

De la misma manera se estudiara el periodo islámico, se profundizará en los conceptos fundamentales para lo urbano y se identificarán las nuevas piezas generadas, articuladas esta vez, de manera muy diferente a lo estudiado para las civilizaciones anteriores. Porque en esta civilización lo privado se impone a lo público, y desaparece el valor

estructurador y jerarquizador de la calle. Sin duda existe una gran diferencia en la configuración del tejido urbano.

El estudio de la edad media se completará con el de la civilización cristiana que nos ayudará a entender la transformación de las tramas islámicas, la aparición de los nuevos componentes urbanos y la consolidación de muchos de los centros históricos de nuestras ciudades actuales.

De vital importancia será el entendimiento de la llegada de la revolución industrial y de lo que supuso la construcción del ferrocarril para la ciudad estudiada. Por esto resultará de gran utilidad, reconocer el trazado de esta vía, así como de los tejidos suburbanos que se desarrollaron como consecuencia de la misma, donde la polución, las condiciones antihigiénicas, e insalubres parecieron ser sus ordenanzas de trazado.

E igualmente significativo resultará conocer las reacciones que surgieron en la historia a la revolución industrial, encabezadas por los utopistas, seguidas por los pragmáticos y continuadas por aquellos que ofrecieron un modelo formal. Porque aunque estos movimientos no generaron un modelo para todas y cada una de las ciudades, si dieron lugar a modelos de crecimiento que se repitieron en casi todas las ciudades de la época.

Así, se construyeron muchos suburbios ajardinados, ante la imposibilidad de reproducir fielmente las ideas de Howard para la ciudad jardín y se levantaron multitud de ensanches, que siguiendo las ideas de Hoffman buscaban la construcción de una nueva ciudad basada en la igualdad. Sin embargo todas ellas fracasaron porque siempre se les criticó que únicamente fueron un cambio de escala.

También se estudia la ciudad racionalista y su influencia en la construcción de la ciudad. Que al igual en los casos anteriores dio lugar, la mayoría de las ocasiones a la construcción de nuevas piezas urbanas llamadas polígonos residenciales.

Y con todo ello, los alumnos dispondrán de la información necesaria para afrontar el conocimiento de la ciudad en la actualidad. Y así, gracias a su formación teórica entenderán que los distintos tejidos que conforman la ciudad actual son producto de la historia, y que por tanto, para realizar cualquier intervención urbana de calidad será preceptivo el conocimiento y el respeto al patrimonio.

Sin embargo, enseñar urbanismo y patrimonio nunca ha sido tarea sencilla para un docente, pues además de explicar la disciplina y detallar el método de análisis más adecuado, debe desarrollar los instrumentos necesarios para llevarlo a cabo. La labor se hace especialmente difícil, cuando los oyentes son alumnos que están comenzando la carrera de Arquitectura prácticamente a la vez que iniciándose en el aprendizaje de la materia, porque las primeras nociones de urbanismo son fundamentales para asentar los cimientos del conocimiento de la disciplina, y ellos carecen de la formación teórica y práctica necesaria para afrontarla.

En este sentido, surge la necesidad de replantearse los instrumentos a utilizar para el conocimiento de la disciplina en los estadios iniciales, y nace el propósito de emplear instrumentos relativamente sencillos, que lejos de complejizar la labor de aprendizaje del alumno, lo acerque al entendimiento de las distintas piezas que conforman la ciudad.

Así, pretendiendo superar las dificultades iniciales de los alumnos noveles y sin renunciar a utilizar el dibujo como instrumento fundamental, **SE PROPONEN NUEVAS TÉCNICAS DE REPRESENTACIÓN QUE SIRVIÉNDOSE DE LOS GRANDES AVANCES INFORMÁTICOS FACILITEN LA LABOR DE APRENDIZAJE DEL ALUMNO.**

El objetivo será representar la ciudad y reconocer las piezas que la han conformado, cómo han cambiado sus alineaciones, que transformaciones morfológicas han sufrido sus

parcelas, de qué manera se han reestructurado sus viarios y por qué lugares transcurrían los bordes de los recintos urbanos consolidados en las diferentes etapas de la historia.

CONCLUSIONES

En definitiva, con el objeto de consolidar los cimientos de la formación de un arquitecto y entendiendo que el **URBANISMO Y EL PATRIMONIO TIENEN UN VÍNCULO INDISOLUBLE**, se propone **INCORPORAR EL ESTUDIO DE LA IMPORTANCIA DE LA PRESERVACIÓN DEL PATRIMONIO AL MARCO DE LA DOCENCIA UNIVERSITARIA** y utilizarlo como elemento fundamental del método histórico, que resultará básico para iniciar a los alumnos en el conocimiento de la ciudad, y así, gracias al reconocimiento y la identificación de las distintas piezas que han formado parte de su morfogénesis, conseguiremos introducirlos en el **URBANISMO** de una manera sencilla y amena, proporcionándoles unos conocimientos sólidos de la realidad urbana, que por haber nacido desde el respeto a la historia, sentarán las bases del código deontológico que deberán respetar antes de intervenir en la ciudad, lo que conllevará sin lugar a dudas, **INTERVENCIONES URBANAS DE CALIDAD**.

BIBLIOGRAFÍA

- ***ARIAS, P.** (1991)
Sevilla, centralidad urbana. Territorio y ciudad. ETSA de Sevilla, 1991.
- ***CAPEL, H.** (2002)
La morfología de las ciudades. Sociedad, cultura y paisaje urbano. Ediciones Serbal, 2002.
- ***CHUECA GOITIA, F.** (2011)
Breve historia del urbanismo. Alianza Editorial, 2011.
- ***DE LAS RIVAS, JL.** (1992)
El espacio como lugar. Universidad de Valladolid, 1992.
- ***EZQUIAGA, JM** (1990)
Formas construidas, Formas de suelo. Reflexiones en torno a los nuevos proyectos.... Geometría nº9, 1990.
- ***FORRAT, JC.**
Introducción a la historia del urbanismo. Universidad Politécnica de Valencia
- ***GARCÍA Y BELLIDO, A.**
Urbanística de las grandes ciudades del mundo antiguo. Edición CSIC.
- ***HALL, P** (1996)
Ciudades del mañana. Historia del urbanismo en el siglo XX. Ediciones Serbal, 1996.
- ***LEWIS, D** (1972)
El crecimiento de las ciudades. Ediciones Gustavo Gili, 1972.
- ***MEDIANERO HERNÁNDEZ, J.M.** (2004)
Historia de las formas urbanas medievales. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2004.
- ***MORRIS, A.E.J.** (2007)
Historia de la forma urbana. Desde sus orígenes hasta la Revolución Industrial. Editorial Gustavo Gili, SL, 2007.
- ***QUEROL, J** (2004)
Bienvenidos al Urbanismo: imágenes y palabras. Editorial Viena, 2004.
- ***OLIVA I CASAS, J** (2005)
La confusión del urbanismo. Ciudad pública versus ciudad doméstica. Enciclopedia catalana, 2005.
- ***PANERAI, P Y MANGIN, D** (2002)
Proyectar la ciudad. Ediciones Celestes, 2002.
- ***RECUENCO AGUADO, L.** (1999)
Consideraciones sobre la nueva ciudad. Sevilla ante la revisión de su planeamiento. Universidad de Sevilla, 1999.
- ***SOLÁ-MORALES, M** (1969)
Sobre metodología urbanística. ETS Barcelona, 1969.
- ***STEENBERGEN, C Y WOUTER, R** (2001)
Arquitectura y paisaje. Gustavo Gili, 2001.

PUELUN WIYICHE, Ruta Patrimonial Indígena por los Cementerios de San Juan de la Costa, al sur de Chile

Claudia Castillo Haeger
Universidad de Los Lagos, Chile
claudia.castillo@ulagos.cl
Mario Del Castillo Oyarzun
Universidad de Los Lagos, Chile
mario.delcastillo@ulagos.cl
Vessna Novak Colillanca
Universidad de Los Lagos, Chile
nvessna@gmail.com

Resumen:

El rito fúnebre en la cultura huilliche corresponde a una travesía espiritual poco estudiada y su identificación y análisis supone una preocupación por el deterioro y/o abandono del patrimonio indígena rural, expresado en el descuido frente a las tradiciones culturales de un pueblo y su sincretismo con la religión predominante y los cementerios católicos. La comprensión del territorio a través de los cementerios indígenas postula un reconocimiento de una relación huilliche transversal al tiempo; la interacción con su entorno natural y con un paisaje cultural cargado de elementos simbólicos que configuran su cosmovisión particular.

Palabras clave: Cementerios Indígenas, Rutas Patrimoniales, Cosmovisión Huilliche.

1. CONTEXTO

El estudio se enmarca en la zona sur del Chile, específicamente en la región de Los Lagos, provincia de Osorno y comuna de San Juan de la Costa. Ésta es una de las comunas más pobres del país y con una identidad cultural indígena relevada por su misma comunidad; según el Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO, 2012) de la Ilustre Municipalidad de San Juan, la comunidad indígena huilliche alcanza a 7.000 personas sobre un total de 8.831 habitantes de la comuna (CENSO, 2002). Esta densidad rural de población huilliche configura un potencial patrimonio cultural, tangible e intangible, distribuido en diversos poblados rurales sobre un territorio costero (planicie costera) e interior (cordillera de la costa) a través de cuatro Cementerios Huilliches ubicados en la comuna.

El rito fúnebre en la cultura huilliche corresponde a una travesía espiritual poco estudiada y su identificación y análisis supone una preocupación por el deterioro y/o abandono del patrimonio indígena rural, expresado en el descuido frente a las tradiciones culturales de un pueblo y su sincretismo con la religión predominante y los cementerios católicos.

La comprensión del territorio a través de los cementerios indígenas postula un reconocimiento de una relación huilliche transversal al tiempo; la interacción con su entorno natural y con un paisaje cultural cargado de elementos simbólicos que configuran su cosmovisión particular.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Como objetivos del estudio se propone: Identificar la cosmovisión Mapuche y su relación con el cementerio como lugar tangible de patrimonio cultural. Caracterizar y analizar los cuatro cementerios de la comuna San Juan para elaborar un catálogo sitios. Proponer criterios de base para una ruta patrimonial indígena a través de los cementerios huilliches.

Como metodología se han organizado cuatro etapas. Primera etapa: Definición de conceptos principales y significados de la cosmovisión mapuche huilliche. Se estudian los antecedentes oficiales relacionados al tema, se revisa la bibliografía publicada en relación al estado del arte de la investigación en cementerios indígenas. Segunda Etapa: Caso de Estudio, se visitan los

cuatro cementerios huilliches, se registran antecedentes y se levantan fotografías panorámicas. Se realizan entrevistas semi estructuradas a actores clave; públicos, locales y académicos. El trabajo en terreno levanta datos inéditos que se complementan con observación participante y la elaboración de cartografía de síntesis para especializar los datos recogidos y caracterizar los cementerios huilliches de San Juan de la Costa. La Tercera Etapa comprende el diseño de unas fichas de síntesis a modo de catálogo comparativo de los elementos constitutivos de los sitios estudiados. La Cuarta Etapa plantea las conclusiones del estudio a modo de reflexión en curso y elaboración de unos criterios de base para una propuesta de valorización cultural indígena del territorio a través de una Ruta Patrimonial Indígena PUELUN WIYICHE.

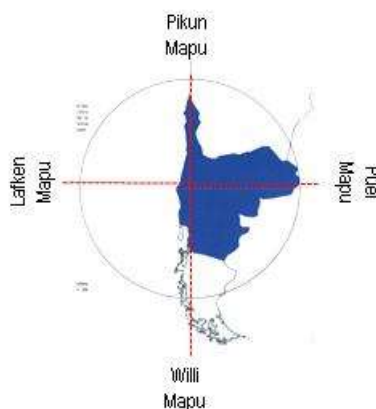
3. COSMOVISIÓN MAPUCHE Y TRAVESIA ESPIRITUAL

La cosmovisión mapuche en general y huilliche en particular comprende el territorio en una relación dinámica y sobrenatural. El pueblo mapuche habla de la creación del universo a partir de la dualidad, en la que se basa la existencia de oposiciones complementaria, siendo este el principio ordenador. Debido a los extremos antagónicos, el Nag Mapu es el lugar donde estas zonas cósmicas mantienen un conflicto permanente en que coexisten estos opuestos para alcanzar el equilibrio. (Dirección de arquitectura, MOP, 2003)

WENU MAPU. Tierra de Arriba. Espacio sagrado e invisible, donde habita la familia divina, los espíritus del bien y los antepasados mapuches. NAG MAPU. Tierra que Andamos. Espacio visible que es habitado por el hombre y la naturaleza. MIÑCHE MAPU. Debajo de la Tierra. Espacio que se encuentra la fuerza del mal o espíritus malignos.

El Nag Mapu, que es la tierra en la que andamos, posee una estructura horizontal organizada a partir de los Meli Zuam (cuatro lados de la tierra), relacionados con los puntos cardinales. Lados que definen particulares modos de vida a partir de la manera en que el mapuche se relaciona en cada uno de ellos con la naturaleza y el medio que los rodea. (Dirección de arquitectura, MOP, 2003)

Figura 03. Territorio mapuche en América del Sur.



Trabajo sin publicar, Vessna Novak, 2016.

ESTRUCTURA MELI WITXAN MAPU El territorio Mapuche está constituido bajo la estructura de relaciones Meli Witxan Mapu (encuentro de las cuatro tierras). Estas cuatro tierras son: Puel Mapu: tierra del Este. Pikun Mapu: tierra del Norte. Lafken Mapu: tierra del Oeste. Willi Mapu: tierra del Sur.

El territorio mapuche abarcaba gran parte de Chile y Argentina en 1540, en Chile, el territorio mapuche comprende las tierras ubicadas entre los ríos Bío-Bío y Toltén, desde la Cordillera de Los Andes hasta el mar y según procesos históricos, políticos, administrativos y culturales la población mapuche ha sido reubicada hacia el sur poniente de su territorio ancestral.

IDENTIDAD CULTURAL: Al interior de cada una de estas tierras se pueden distinguir identidades territoriales, que se definen a partir de la manera en el que el mapuche se relaciona con los diferentes contextos naturales. Algunas identidades culturales se manifiestan y articulan de acuerdo a su origen territorial:

Pikun Mapu: Tierra del Norte que está relacionada con el Pikunche: Gente del norte, Relación con valles carentes de agua.

Lafken Mapu: Tierra del Oeste que está relacionada con el Lafkenche; que es perteneciente a los hombres del borde mar, del litoral o vertientes.

Puel Mapu: tierra del Este, que está vinculado con el Puelche; corresponde a la gente de la cordillera andina.

Willi Mapu: Tierra del sur afín con él Williche; gente del sur donde aquí la cordillera se concibe como un territorio sometido a las fuerzas negativas y tiene una relación esencial con el mar.

TRAVESIA ESPIRITUAL. En cuanto a la concepción de la muerte, en el mundo mapuche se creía que la vida se prolongaba más allá de la muerte; se prolongaba en un doble exacto del cuerpo, en algo equivalente a una sombra que veía dibujarse en el agua o en el suelo. Este otro yo, que seguía existiendo después de la muerte y de la descomposición del cuerpo, tenía la facultad de hacerse invisible e intangible a voluntad; pero estaba sujeto a las mismas necesidades y experimentaba los mismos sentimientos y deseos que los vivos. “Sin pretender agotar su gran complejidad, se descompone en cuatro ideas fuerza: la ausencia del azar (azar), la disociación de los componentes del ser (Separación), el carácter procesual (Transición) y la presencia de otros planos ontológicos de existencia (Umbral)” (Rojas, 2014).

-Azar: La muerte no es natural, ya que su causa se asocia siempre a la voluntad de un agente negativo, generalmente a Kalku.

-Separación: La muerte involucra la separación de sus distintos elementos (almas) constitutivos de la persona. Estas son tres: AM: Espíritu que nace con el cuerpo y permanece con él durante todo su periodo de vida. PULLI: A medida que el recuerdo va desvaneciéndose aproximadamente después de un año el AM va desapareciendo y va apareciendo el PULLI que es el espíritu que se va alejando del cuerpo para pasar a la región de los espíritus. AHUE: Segundo espíritu doble transitorio, que nace del cadáver con la muerte y que permanecía junto a él con su misma forma corporal, es lo que queda como materia y se vuelve a la tierra.

-Transición: la muerte es concebida como una transición, en ningún caso como un corte abrupto.

-Umbral: Este es el cruce que sitúa al difunto a otro plano, es el viaje de las almas a la tierra de los muertos, al otro lado del mar.

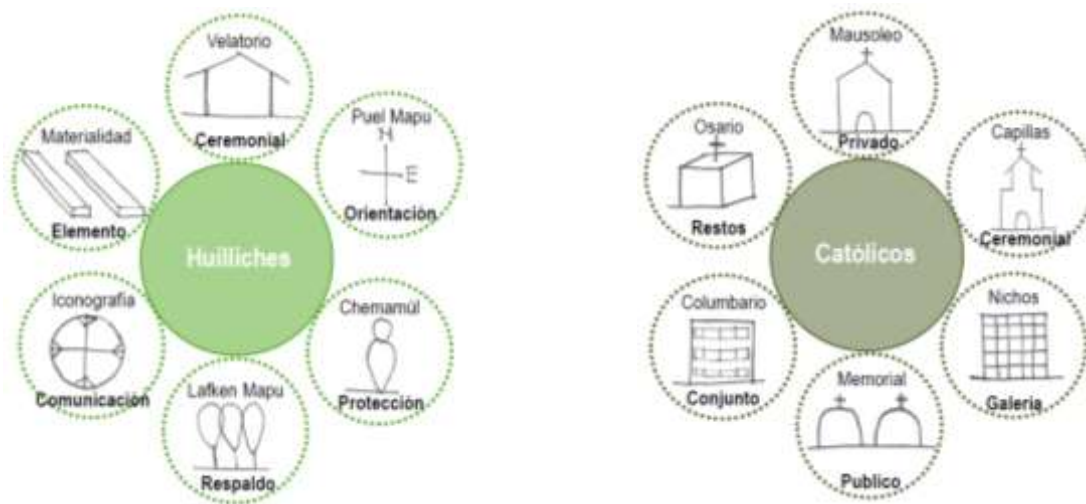
El rito fúnebre en la cosmovisión mapuche se compone de tres procesos para despedir el cuerpo del difunto y para que sus almas emprendan el viaje al más allá:

-Velorio: Es una reunión muy llorada y ruidosa, en esta se realiza un AMULPELLUN es un acto ritual de purificación y se insultan los espíritus del mal.

-Descanso: Es un ritual para que se desprenda el Püllü (espíritu) del cuerpo y se realiza en la casa del difunto, frente a un árbol que luego marcará el principal referente de este.

-Funeral: Se sepulta al difunto, se coloca la Chelmül sobre la tumba, mirando hacia el Este, al igual que el cuerpo, al día siguiente se revisa la tumbas buscando huellas para ver si el difunto se dirigió a su nueva vida (Rojas, 2012).

Figura 01. Elementos del rito fúnebre y travesía espiritual en cementerios huilliches y católicos.



Fuente: Trabajo sin publicar, Vessna Novak, 2016.

PUELUN WIYICHE: Los espacios relacionados con la muerte constituyen espacios sagrados. Allí tienen cabida actos como el Puelun (ritual fúnebre mapuche). Para el mapuche no existe la muerte, cuando su vida material termina su AM se va a la otra vida. El Puelun tiene como fin asegurar que el Am (alma) tenga un viaje sin dificultad a la tierra de arriba. El rito representa el cobijo y protección que otorga la comunidad al viajero en tránsito a la Wenu Mapu (tierra de arriba). En general el espacio fúnebre el cementerio, que se ubica de preferencia cerca de la Wenu Mapu, en una loma o cerro. El espacio está asociado a los lugares altos, con presencia en el cielo y con visibilidad al Puel Mapu (oriente). El espacio en que permanece el cuerpo es un espacio que debe asegurar la permanencia en el tiempo, al no morir el AM, el cementerio es la morada eterna del cuerpo físico y siempre es visitado por sus familiares y amigos (Rojas, 2014).

PUELUN / Cementerio. El tamaño del terreno destinado al cementerio puede ser variable, dependiendo de los requerimientos de la comunidad de usuarios, pero siempre entendiendo que el cementerio es el lugar donde la familia visita al muerto. Debe ser un terreno con dominio y con las pendientes en sentido poniente – oriente, porque en esa dirección se sitúan las tumbas. Representa el Cobijo y Protección que otorga la comunidad al viajero en el tránsito a la Wenu Mapu (tierra de arriba).

Figura 02. Elementos del rito fúnebre y travesía espiritual en cementerios huilliches y católicos.



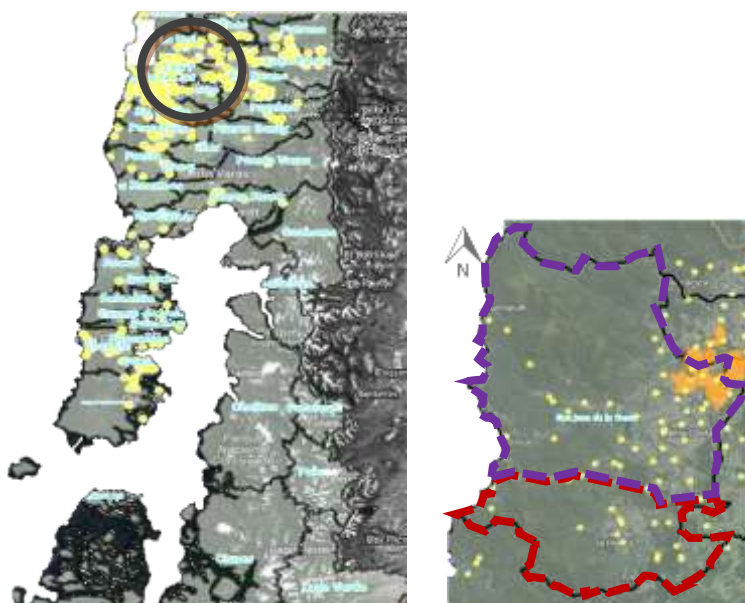
Fuente: El descanso, un rito fúnebre mapuche, Huaiquimilla 2016.

4. ESTUDIO CAMPO CATASTRO CEMENTERIOS

COMUNA SAN JUAN DE LA COSTA Debido a la conquista española y su avance y emplazamiento con las consiguientes acciones bélicas en el año 1793 se firma un tratado de

paz en donde los Huilliches aceptan la mediación y reconocen a las autoridades españolas y sus derechos como “pueblo”. Es en este año en donde los Huilliches, por primera vez, ceden tierras a los españoles. Con Juan Mackenna, como miembro de la Junta de Gobierno de B. O’Higgins, se regula e instala la compra de tierras pertenecientes y registradas en 1793 a nombre de los Huilliches. Entre los años 1827 y 1832 se entregan Títulos de Comisario en sectores de la actual comuna de San Juan de la Costa. Luego del alzamiento mapuche de 1881, en el año 1866, se dicta la ley de radicación indígena, que se aplica a contar de 1883, con el otorgamiento de Títulos de Merced. Sólo hubo 3 títulos de merced en el sector de Cancha larga- Quilacahuín por lo que la totalidad de los Mapuches –Huilliches quedan sólo integrados a los Títulos de Comisario (PLADECO, 2012).

Figura 04. Comunidades Indígenas en la Décima Región de Los Lagos de Chile y Organización Territorial Comuna de San Juan de la Costa, Misión San Juan al norte y Cuinco al sur.



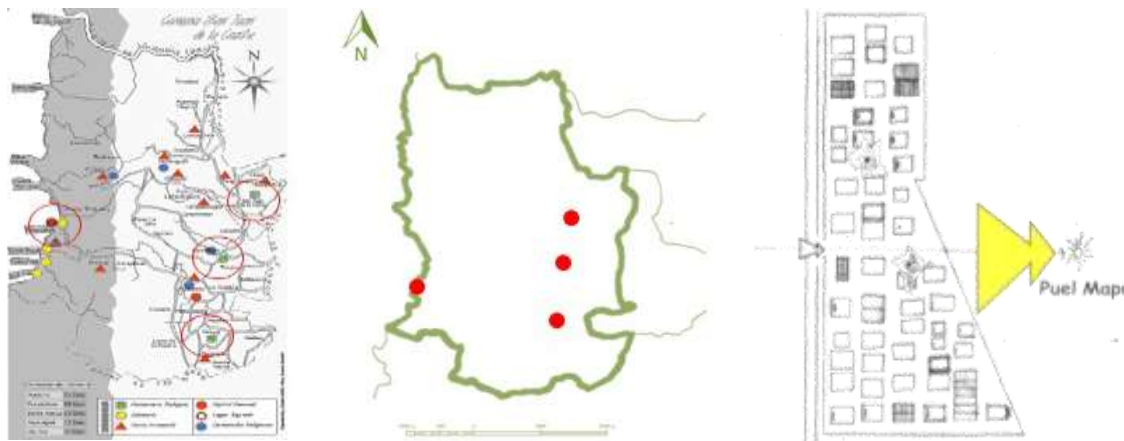
Fuente: Mapa Registro Comunidades y Asociaciones Indígenas Sistema de Información Territorial Indígena. Sin escala. SITI 2.0 CONADI, 2016.

Un factor determinante de la demografía de la comuna es la presencia del Pueblo Huilliche. En general la población indígena alcanza un gran porcentaje de la comuna, alcanzando una cifra cercana a las 7000 personas, alrededor del 80% del total de los habitantes, donde el 99,7% de ella es Mapuche-Huilliche. En la comuna de San Juan de la Costa, existe un gran número de organizaciones sociales de diferente índole. El total de organizaciones sociales de todo tipo al interior de la comuna es de 384, donde las Organizaciones Comunitarias Territoriales – juntas de Vecinos – son 42, las Organizaciones Funcionales Territoriales corresponden a 356, Sindicatos 13, Comunidades Indígenas 91 y Asociaciones Indígenas 18 (PLADECO, 2012). Dado la relevancia de la población indígena, las organizaciones indígenas, ya sean Comunidades Indígenas o Asociaciones Indígenas, mantienen un alto número de adherentes. El número de Comunidades es de 91, dejándonos de forma clara, la relevancia de la población Mapuche-Huilliche en la comuna.

La comuna de San Juan de la Costa, antiguamente llamada por sus descendientes Huilliche como el territorio Junko, está compuesta por dos Jurisdicciones en la que se contemplan dos Cacicados Kuinko y Misión San Juan. Este sistema de organización ancestral está reconocido en el Parlamento de Paz firmado entre la Corona española y la Junta de Caciques en el año 1793 a orillas del Río Las Canoas de Rawe chaurakawin lo que hoy conocemos como Osorno. La Ley 19.253 Ley Indígena en sus artículos 60 y 61 reconoce de manera especial el sistema de organización ancestral para los Huilliches y esto es los Cacicados.

Cabe destacar además en este ámbito, que la comuna cuenta con 2 Cacicados, los cuales están divididos en las Jurisdicciones San Juan Norte y Sur, además en 7 sectores se realiza la festividad religiosa Mapuche conocida como Ngillatún.

Figura 05. Plano atractivos turísticos Comuna San Juan de la Costa, en círculos rojos los cuatro Cementerios: Misión San Juan, Purrehuin, Cunico y Bahía Mansa. Planta esquemática del cementerio Misión San Juan.



Fuente: PLADECO 2012 y Guía de diseño arquitectónico mapuche para edificios y espacio públicos. Lira, J, 2003

El Registro creado al amparo de la Ley chilena N°19.253 tiene a su cargo la Inscripción y Registro de Comunidades y Asociaciones indígenas y otorgar personalidad jurídica. La administración y mantención del Registro le corresponde a la Corporación Nacional Indígena, CONADI, según lo establecido en el art. 39, letra G de la Ley Indígena. La oficina territorial respectiva procede a estudiar e inscribir las comunidades y asociaciones que se presenten para su incorporación y registro. En la práctica este servicio resguarda todo el historial organizacional de las Comunidades y Asociaciones indígenas, desde la promulgación de la ley indígena. Existen requisitos para la constitución de Comunidades y Asociaciones Indígenas, establecidos por la Ley y procedimientos internos, a la fecha se han constituido 3.213 comunidades y 1.843 Asociaciones indígenas (CONADI, 2016).

PUELUN WIYICHE Lugar donde los vivos anhelan darle curso y travesía a las almas en su viaje a la Wenu Mapu (Dirección de Arquitectura, Mop 2003). Los elementos están enfocados a la valoración del viaje que tiene que hacer alma:

Puel Mapu : Orientación de los cuerpos hacia el oeste .

Chemamü: Gente de madera, símbolo de protección.

Lafken Mapu: respaldo del espacio total, por medio de vegetación.

Iconografía: Manera de comunicarse a partir de patrones con significado determinado.

Materialidad: Ligera para poder ser transportada.

Velatorio: Espacio para el último adiós.

En cambio para un Cementerio Católico, lugar sagrado que comprende la creencia en la inmortalidad del alma, la comunión de los Santos y la resurrección de los muertos (Reglamento interno del cementerio católico, www.cementeriogeneral.cl)

Mausoleo: Construcciones que dispongan de nichos a ambos lados con o sin bóveda y osario en el subsuelo. **Iglesias**: Lugar Ceremonial. **Nichos**: Son las sepulturas, ubicados en pabellones o galerías. **Memorial**: Lugar en el que se inscriben nombres de personas fallecidas **Columnario**: Conjunto de nichos, donde se depositan las urnas o ánforas cinerarias. **Osario**: Sepultura en la

cual se depositan restos o restos humanos una vez reducidos. Los elementos están enfocados a la clasificación socio económica del difunto

Figura 06. Panorámicas de los cuatro Cementerios Huilliches de la Comuna San Juan de la Costa: Misión San Juan, Purrehuin, Cuinco y Bahía Mansa.



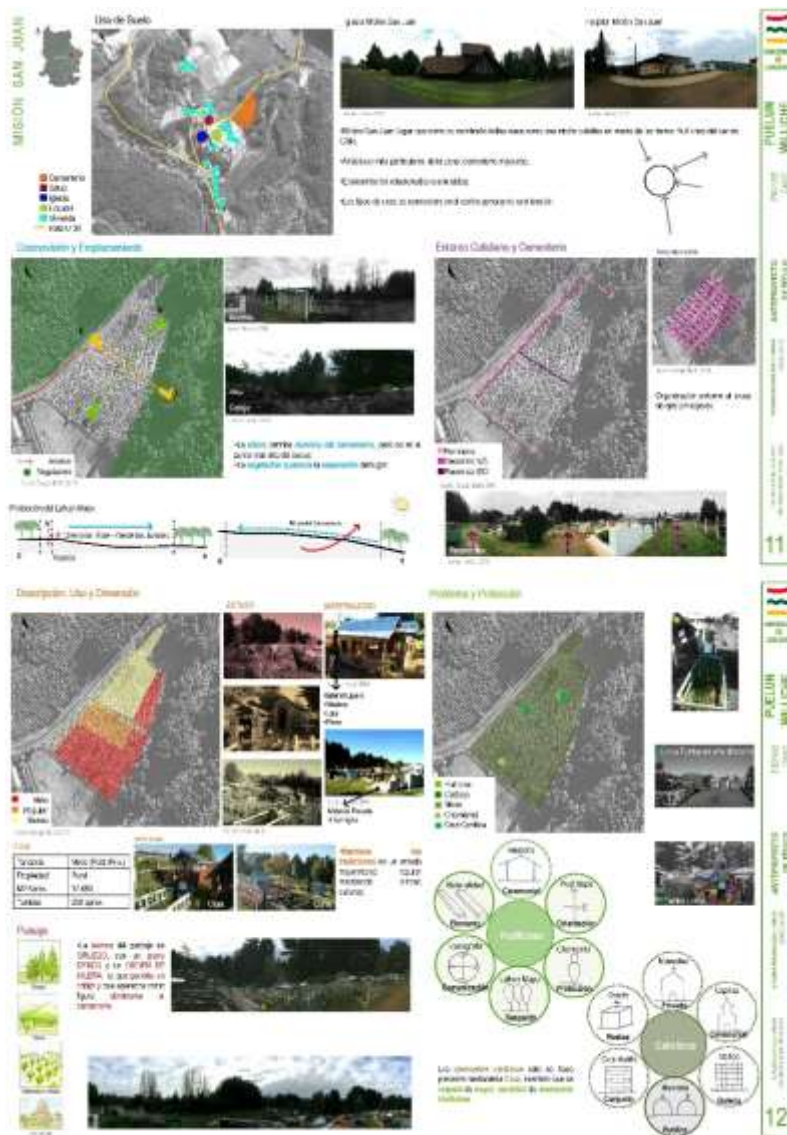
Fuente: Archivo personal Vessna Novak, 2016.

“Creemos que la forma de hacer esto posible es insertando a San Juan de la Costa en el mundo globalizado, creando un espacio territorial que, relevando sus elementos identitarios, sea atractivo para otras culturas. Para esto resulta fundamental dar a conocer al mundo que existe un pueblo único y hermoso como es el Mapuche-Huilliche, mostrándoles sus costumbres y espiritualidad.” (Bernardo Candia Henríquez, Alcalde de la Ilustre municipalidad de San Juan de la Costa, www.sanjuandelacosta.cl)

5. RESULTADOS CATASTRO CEMENTERIOS

Cementerio San Juan

Figura 07. Ficha de catastro y analisis Cementerios San Juan.

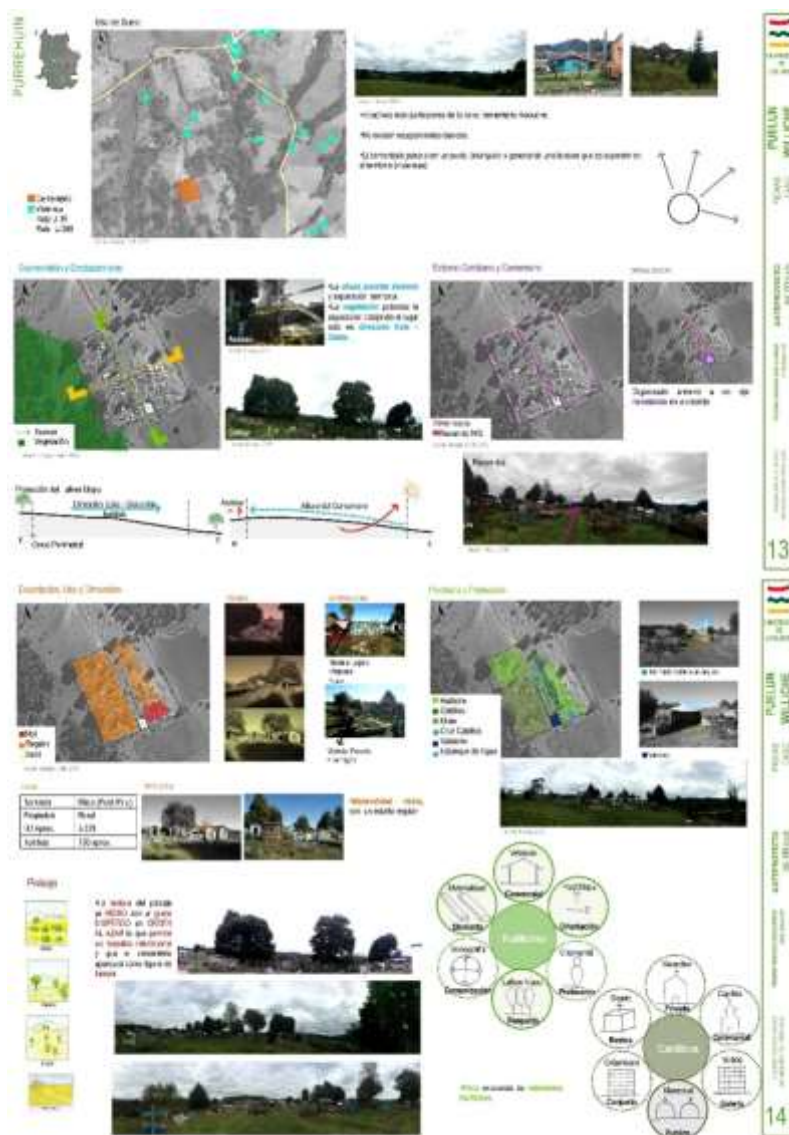


Trabajo sin publicar, Vessna Novak, 2016.

MISIÓN SAN JUAN	PROBLEMAS	OPORTUNIDADES
Cosmovisión y Emplazamiento	Pierde jerarquía por ubicación	Se aprecia desde la localidad
Entorno Cotidiano y Cementerio	No tiene jerarquía de elementos	Facilita el recorrido
Descripción, Uso y Dimensión	Deterioro mayoritario del cementerio	Mantiene Materialidad Huilliches
Problema y Protección	Iconografía católica(cruz) predomina en el cementerio	Trata de mantener las tradiciones
Territorio	No tiene equipamientos turísticos que complementen el cementerio	Atractivo Turístico: Cementerio e Iglesia Católica

Cementerio Purrehuin

Figura 08. Ficha de catastro y analisis Cementerios Purrehuin

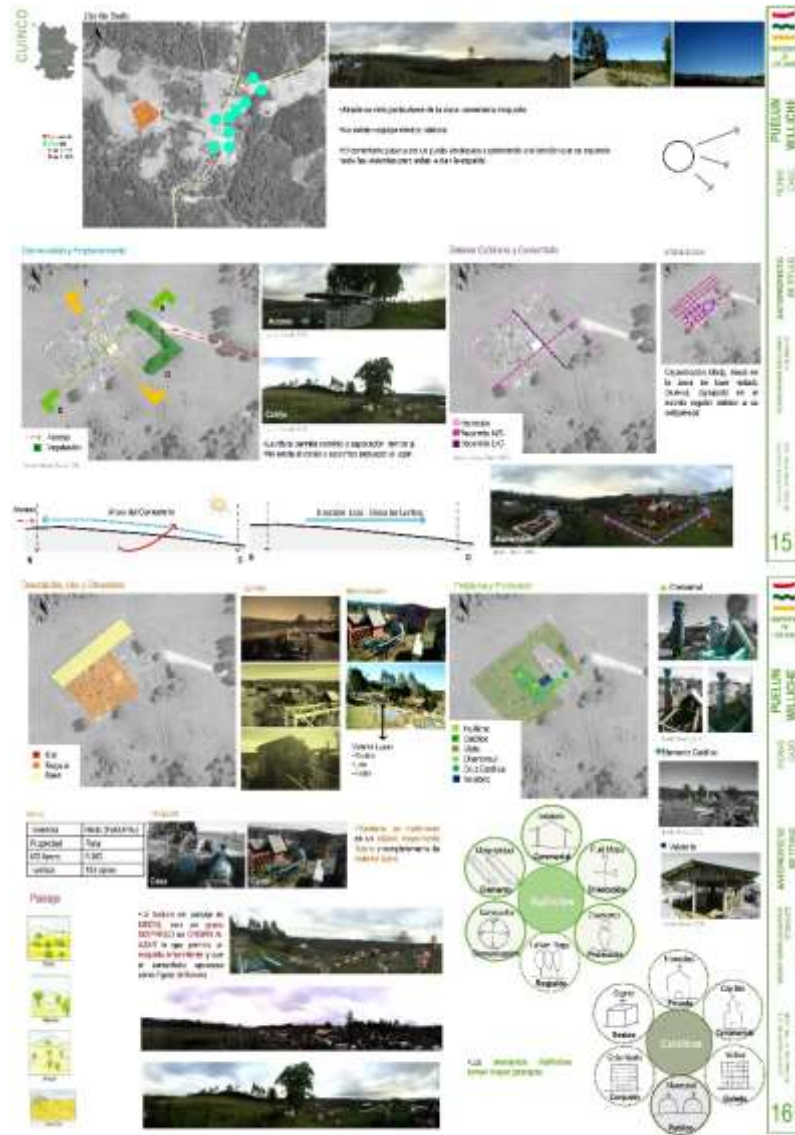


Trabajo sin publicar, Vessna Novak, 2016.

PURREHUIN	PROBLEMAS	OPORTUNIDADES
Cosmovisión y Emplazamiento	No visible desde el sector	Se entiende la presencia celestial
Entorno Cotidiano y Cementerio	Eje resalta elementos Católicos	Se entiende visualmente el cementerio
Descripción, Uso y Dimensión	Presencia de material pesado	Buen estado de conservación
Problema y Protección	Mayor identidad católica	Mantiene elementos Huiliches pero no están relevados
Territorio	No existen equipamientos básicos	Atractivo Turístico: Cementerio

Cementerio Cuinco

Figura 09. Ficha de catastro y analisis Cementerios Cuinco

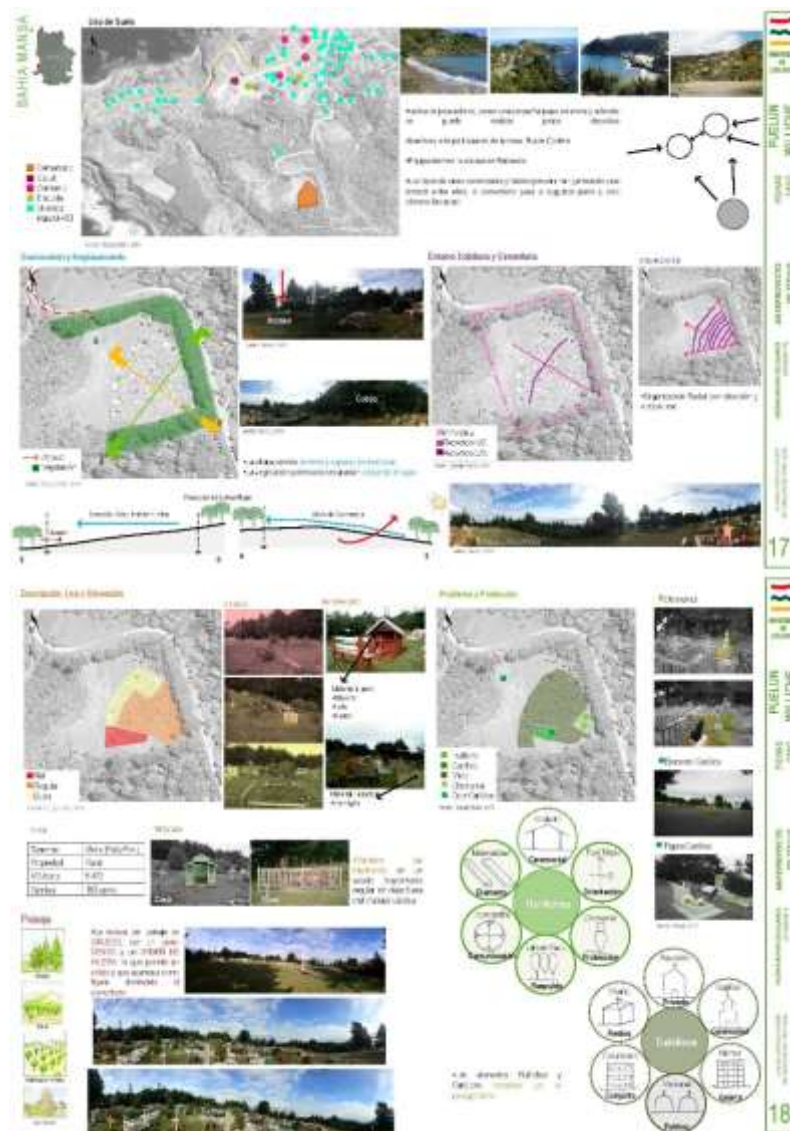


Trabajo sin publicar, Vessna Novak, 2016.

CUINCO	PROBLEMAS	OPORTUNIDADES
Cosmovisión y Emplazamiento	No tiene relación con su entorno	Cementerio como punto jerárquico
Entorno Cotidiano y Cementerio	Zona agrupada se confunde el recorrido (Desorden)	Coloca en valor elementos Huiliches
Descripción, Uso y Dimensión	Zona agrupada mayor deterioro y abandono	Solo material Ligero
Problema y Protección	Iconografía católica(cruz) predomina en las tumba	Mayor Identidad Huiliches
Territorio	No existen equipamientos básicos	Atractivo Turístico: Cementerio

Cementerio Bahía Mansa

Figura 09. Ficha de catastro y analisis Cementerios Bahía Mansa



Trabajo sin publicar, Vessna Novak, 2016.

BAHIA MANSA	PROBLEMAS	OPORTUNIDADES
Cosmovisión y Emplazamiento	Solo relación visual con su entorno	Protección arbórea da sensación de cobijo
Entorno Cotidiano y Cementerio	Se pierde orientación	Vistas Hacia el mar
Descripción, Uso y Dimensión	Jerarquía en elementos católicos	Elementos Huilliches en buen estado
Problema y Protección	No se entiende la identidad	Existen elementos Huilliches
Territorio	Nula relación entre equipamientos de bahía con cementerio	Atractivo Turístico: Cementerio y Bahía

6. CONCLUSIONES HACIA UNA RUTA PATRIMONIAL INDIGENA

“Los cementerios tienen actualmente la forma de casitas, esto se heredó de los procesos de colonización forzada; las cabezas de los muertos están en su gran mayoría mirando hacia el oeste; actualmente se está plantando un chemamül o estatua de madera; el ritual depende de cada comunidad indígena” (Entrevista a P.Huimilla, 24 de abril de 2016).

“Tienen la capacidad de adaptarse y eso lo hace ser muy práctico, debido a que adoptan la cosmovisión según el lugar en donde se encuentren” (Entrevista A.Sagüés, 06 de Mayo de 2016).

“La disposición está relacionada con el Pullu, La altura, que está entre lo espiritual y lo terrenal. El mantenimiento es relativo depende de las familias y sus cuidados” (J. Cheukian, 22 de abril de 2016).

RUTAS PATRIMONIALES. El Ministerio de Bienes Nacionales en concordancia con su política de gestión del patrimonio fiscal, entre cuyos lineamientos estratégicos se encuentra el disponer de terrenos fiscales para la habilitación y gestión de espacios públicos patrimoniales, se crea en el año 2001 el programa “Rutas Patrimoniales”, con el objetivo de socializar espacios fiscales de alto valor social, natural, paisajístico y/o histórico culturales, desarrollando en ellos recorridos transitables en vehículo, a pie, bicicleta y cabalgata. Valorizando, conservando el paisaje y las tradiciones culturales, a través del turismo sostenible.

Reconocer el patrimonio sociocultural, y natural de nuestro territorio nos permite crecer como sociedad y nos ayuda a entender la relación entre ésta y la naturaleza, la de los pueblos indígenas, las tradiciones ancestrales y nos plantea el desafío de comprometernos a mantenerlo vivo, valorarlo y conservarlo para las futuras generaciones. Existen cuatro categorías Naturales, Culturales, Derechos Humanos e Indígenas

RUTAS INDIGENAS: Circuitos que buscan difundir y conservar el patrimonio indígena de nuestro país, relevando en su recorrido las costumbres y tradiciones culturales de los pueblos originarios. (Programa del ministerio de Bienes Nacionales, 2001).

Catrilef y Chaukian proponen una normativa para la configuración de los cementerios mapuches, que estaría compuesta por:

-Título I, Identidad y Propiedad: Representante legal Cacique o presidente asociación / comunidad. Propiedad y Administrador Comunitario. Orientación sepulcro y cadáveres hacia el oriente.

-Título II, Características del cementerio: Reglamento Ministerio de Salud n°357. Deben encontrarse cerrados, ordenados y conservados.

-Título III, Cuidado, Administración, Conservación: El orden está a cargo el pantionero. Requisitos de documentos necesarios para el entierro. Pantionero autoriza acciones en el cementerio.

-Título IV, Las Sepulturas: Diseño arquitectónico funerarios Huilliches. Uso comunitario. Materialidad.

-Título V, Cuidado, Mantenimiento y Protección: Como potenciar costumbres. Mantenimiento, cuidado y protección corresponde al cacicado. (Catrilef, M. y Chaukian, J., 2010)

TRAVESIA ESPIRITUAL Se habla que la muerte es personal e intransferible, nadie puede morir por nosotros, como no podemos retrasar ni cambiar la muerte de una persona por la de otra, la muerte es a la vez lo más individualizador e igualitario: en ese momento nadie es más

ni menos que nadie, en ese momento la muerte como fin de la vida, pero existen varios puntos de vista con respecto a la muerte, uno de ellos es el de la cosmovisión mapuche, como ellos creen en la vida después de la muerte. Luego del paso por el espacio terrenal, al morir, se inicia un viaje hacia el otro mundo (Catrilef, M. y Chaukian, J., 2010).

Cuando una persona muere, se acompaña su sepultura con todos los elementos preciados, los que serían necesarios para su nuevo tránsito. Estas etnias, a lo largo de toda su existencia, han logrado comprender el espacio que los rodea y establecer una íntima relación que une al habitante con la tierra, de la que se desprenden órdenes que determinan su vida (Rojas, 2014).

La cultura huilliche puede manifestarse de manera interesante frente a la cultura chilena, debido principalmente a sus costumbres y espiritualidad asociada al territorio y lo natural. Esto último se ve mayormente reflejado en sus ritos fúnebres y espacios sagrados, ya que cuentan con una arquitectura fúnebre diferente en sus cementerios y éstos a la vez, se encuentran en diversos emplazamientos rurales ubicados de acuerdo a una cosmovisión del territorio como una red natural e intangible. Sin embargo esta red intangible no logra configurar, ni reconocerse como una ruta tangible de su cultura, ni tampoco como una unidad cementerio junto con su localidad o asentamiento.

El ámbito cultural, histórico, paisajista o costero de los cementerios huilliches no se ve reflejado en un equipamiento que complete la travesía del rito fúnebre propio. Junto a los otros cementerios de San Juan de la Costa no se reconoce una ruta patrimonial, singular y potente, por la carencia de desarrollo rural de una comuna vulnerable y actualmente se deterioran, se desconfiguran y/o abandonan.

Todo lo anterior es argumento para potenciar los cementerios huilliches y generar zonas en las que se ponga en valor cultura fúnebre, como elemento principal de una ruta patrimonial indígena, que ayude a visualizar los distintos paisajes y actividades que son complementarias a los cementerios en las diferentes localidades de la comuna de San Juan de la Costa para así consolidar a la cultura Indígena (huilliche) local como la imagen del territorio.

Figura 10. Chemamul, figuras de protección en cosmovisión mapuche.



Fuente: Archivo personal Vessna Novak, 2016.

RUTA PATRIMONIAL INDÍGENA por los Cementerios de San Juan de la Costa: una travesía espiritual que se propone a través de una comprensión huilliche del territorio. Recorriendo cuatro cementerios de acuerdo un orden preestablecido que señala 4 estancias complementarias de la travesía en la comuna: 1 Travesía Cultural, Localidad de Cuinco. 2 Travesía Histórica, Localidad Misión San Juan. 3 Travesía Paisajística, Localidad de Purrehuin. 4 Travesía Costera, Localidad Bahía Mansa.

La primera estancia se relaciona con la Travesía Cultural, donde la tierra que espera al visitante le muestra con historias mágicas el camino entre lo terrenal y lo celestial. La segunda estancia se encuentra a la Travesía Histórica, dado a que este lugar fue el hogar de Comunidades huilliches, las que fueron posteriormente colonizadas por los Padres Capuchinos en 1845, generando sincretismo en la cultura.

Figura 11. Vista de Tumbas del cementerio Mision San Juan. Vista de Tumbas y Respaldo natural del cementerio de Purrehuin. Panorámica del Cementerio de Bahía Mansa.



Fuente: Archivo personal Vessna Novak, 2016.

La tercera estancia promueve una Travesía Paisajística, ya que es un sector que está en medio de bosques milenarios y cruzado por la cordillera costera, donde se puede apreciar la diversidad de especies que ofrece la comuna. Por último tenemos la Travesía Costera, está vinculada con el borde, donde se pueden encontrar una gran cantidad de playas y caletas de pescadores que ofrecen postales naturales de gran valor estético.

Se plantea un itinerario de siete horas, con el objetivo de reconocer y disfrutar la travesía espiritual de nuestros antepasados por medio de la cultura huilliche, con opción de alojamiento en el último sitio o estancia. Propuesta de itinerario Ruta Patrimonial Indígena por los Cementerios de San Juan de la Costa: Travesía Cultural, PUELUN WIYICHE Cuinco, 10 de la mañana. Travesía Histórica, PUELUN WIYICHE San Juan, 12 del día. Travesía Paisajística, PUELUN WIYICHE.Purrehuin, 15 horas. 4. Travesía Costera, PUELUN WIYICHE Bahía Mansa, 17 de la tarde.

Figura 12. PUELUN WIYICHE, Ruta Patrimonial Indígena por los Cementerios de San Juan de la Costa, al sur de Chile.



Fuente: Trabajo sin publicar, Vessna Novak, 2016.

7. BIBLIOGRAFIA

Aedo, M. (2004). Impactos ambientales en Chile: desafíos para la sustentabilidad. Valdivia: LOM ediciones.

Catrilef, M., Chaukian, J. (2010). Antecedentes para la conservación y administración de los cementerios indígenas "Puelun Pu Wiyiche". Rio Negro.

Dirección de arquitectura, MOP, (2003). Guía de diseño arquitectónico Mapuche para edificios y espacios públicos. Imprenta Austral: Temuco

Ministerio de desarrollo social. (2011), Encuesta CASEN Pueblos Originarios. Santiago

MOP, (2012). Guía de antecedentes territoriales y culturales de los pueblos indígenas de Chile. Santiago: ANDROS Impresores

Rojas, P. (2014). El descanso, un rito fúnebre mapuche. De muertes, mudas ontológicas y arboles en el mundo mapuche cordillerano. Valdivia

Subsecretaría de Desarrollo Regional, (2012). Actualización plan de desarrollo comunal (PLADECO). San Juan de la Costa

Huaiquimilla. C, (2016), Mala Junta "Vida explora en los márgenes de la sociedad", El descanso, un rito fúnebre mapuche Festival de cine Guadalajara.

GRUPO DE INVESTIGACIÓN: LA CONSTRUCCIÓN IRREGULAR ACERCAMIENTO A SUS CAUSAS Y EFECTOS

DETERIORO DEL PAISAJE

Arq. Gonzalo Enrique Flores Juca
Universidad de Cuenca
enrique.flores@ucuenca.edu.ec

Arq. Estefanía Andrea Mora Arias
Universidad de Cuenca
estefania.mora@ucuenca.edu.ec

Arq. Jessica Gabriela Salazar Siguenza
Universidad de Cuenca
jessica.salazar.siguenza@gmail.com

Arq. Jessica Graciela Chica Carmona
Universidad de Cuenca
jessica.g.chica@outlook.es

RESUMEN

El paisaje es una composición perceptible, formado por la combinación dinámica entre elementos naturales y contruidos que convierte al conjunto en algo único que se encuentra en continua evolución.

Bajo este antecedente, los territorios sean estos urbanos o rurales provocan un paisaje, el cual debería ser el resultado de un proceso de ordenación y planificación, tal es el caso del cantón Cuenca que a través de su imagen trasmite información sobre la constitución de sus elementos causada por la evolución natural y por la intervención del hombre.

Sin embargo, se ha notado que es repetitivo la construcción de edificaciones de carácter irregular que afectan al paisaje del cantón, desde la toma de las márgenes de protección de ríos y quebradas, edificaciones en zonas con vulnerabilidad, construcciones que sobrepasan la altura máxima permitida y la pérdida de las áreas verdes privadas.

Para demostrar la afección que causan las construcciones irregulares al paisaje del cantón Cuenca se ha realizado el levantamiento de información de 11 áreas de estudio tanto de área urbana como del área rural.

PALABRAS CLAVE

Construcción irregular, cantón Cuenca, paisaje, normativa urbanística, calidad de vida, planificación territorial.

INTRODUCCIÓN

Las normas urbanas se plasman en las Características de Ocupación del Suelo y para el caso de la ciudad de Cuenca, se establecen en la Ordenanza que Regula el Uso y la Ocupación del Suelo, y lo que hacen es mostrarse como indicadores a ser utilizados en las construcciones. Estas normas son la concreción de un modelo de ciudad pensado y planeado en un Plan de Ordenamiento Urbano.

Para la ciudad de Cuenca del Ecuador, se ha sectorizado a la ciudad con territorios homogéneos en su tamaño de lote, en el tipo de edificación, y los usos de suelo. Además se

han determinado zonas que por sus características no son aptas para receptor asentamientos humanos.

La ciudad de Cuenca desde su fundación, hasta estos tiempos, ha crecido con propuestas diferentes a la morfología inicial de la ciudad.

En su período de fundación la ciudad tenía una trama ortogonal o en damero exclusivamente, sin duda era la de predominio en las ciudades latinoamericanas, la ciudad sigue creciendo de manera ordenada manteniendo esta trama, por lo tanto la morfología ortogonal resultó un ordenador dentro de la ciudad.

En las últimas décadas el crecimiento de la ciudad se ha caracterizado por una expansión caótica, que entre otras cosas se observan vías con calzadas estrechas, sin jerarquización e interconexión, originadas en gran medida por la ausencia de ordenación global de la ciudad, sobre todo en los sectores periféricos de la urbe.

La periferia de la ciudad se ha caracterizado por la irregularidad en sus construcciones y la dispersión, adoptando diferentes expresiones, como el crecimiento lineal en vías hacia los centros urbanos del área de influencia, urbanizaciones externas, y edificación dispersa con características urbano-rurales.

Actualmente la ciudad está regida por una Ordenanza de uso y ocupación desde el año 2003, en el que se establecen características de ocupación como la longitud de los retiros frontales, así como la altura máxima de la edificación en función de una superficie; las mismas que varían en función del sector de planeamiento.

Además se establece que en los retiros frontales no se pueden construir, y que el al menos el 50% de esta área debe ser área verde. La misma que es de suma importancia ya que se determina con el fin de generar espacios de transición entre lo público y lo privado.

Por otro lado, en dicha ordenanza se establecen aquellas áreas en las que no se puede construir, es decir las que no son aptas para receptor asentamientos humanos. Estas zonas son aquellas que presentan problemas topográficos (superiores al 30%), de deslizamientos, fallas geológicas y márgenes de ríos o quebradas que ponen en riesgo la integridad de las personas.

Es importante mencionar que la suma de estos incumplimientos produce la afección del paisaje tanto natural como urbano y en algunas casos se convierte en un peligro latente para las personas que deciden construir en las zonas vulnerables.

1. ÁREA DE ESTUDIO

Cuenca, es una ciudad ubicada en el austro de la República del Ecuador y capital de la provincia del Azuay, situada en la parte meridional de la Cordillera andina. Su centro histórico fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en el año 1999. Muestra diversidad cultural, arquitectónica y un aporte a las artes, ciencias y letras ecuatorianas. Cuenta con un paisaje urbanístico que mantiene armonía con el entorno geográfico, destacando su centro histórico. (Ver figura N° 1)

Figura 1. Ubicación de la ciudad de Cuenca

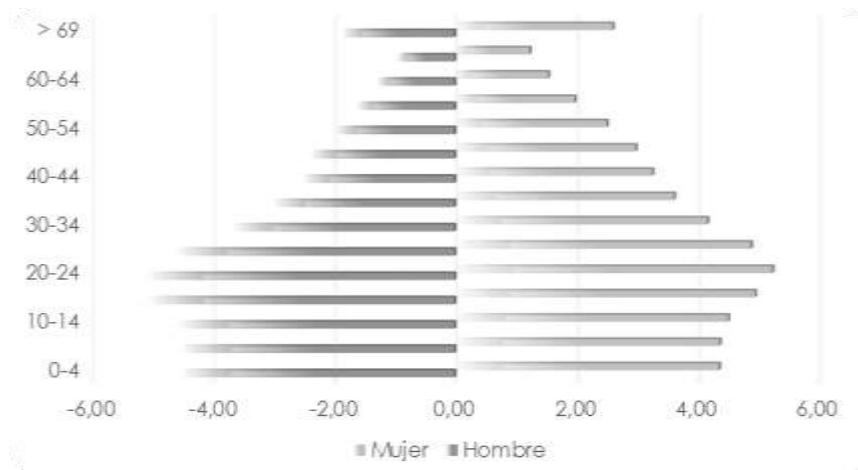


1.1. Datos Demográficos

Cuenca según el VII Censo de Población y VI de Vivienda realizado a finales del 2010, cuenta con 331888 habitantes distribuidos en las 15 parroquias urbanas que la conforman, presenta una tasa intercensal (2001 - 2010) de 1,93%.

Su pirámide poblacional presenta una forma regular, el rango de edad comprendida entre 0 y 14 años representa el 26,9%, el 20,3% de la población tiene edades entre 15 y 24 años. El grupo de población comprendida entre los 25 y 64 años corresponde al 46% de la población y finalmente el 4,6% son personas de la tercera edad. En consecuencia, la mayor parte de la población es joven, además en la ciudad el sexo femenino es el predominante con el 52%. (Ver figura 2)

Figura 2. Cantón Cuenca. Pirámide poblacional urbana, 2010



1.2. Datos Económicos

En la ciudad de Cuenca el PEA representan 159675 habitantes. De los cuales el 55% son hombres y el 45% son mujeres. (INEC, 2010)

Las actividades ocupacionales realizadas mayoritariamente son el comercio al por mayor y menor en un 25% y las industrias manufactureras en un 16%. En la Tabla 1 se observa los valores de las actividades agrupadas en seis predominantes.

Tabla 1. Actividad Ocupacional en la ciudad de Cuenca.

Actividad Ocupacional		
Actividades	Casos	%
<i>Comercio al por mayor y menos</i>	40796	25,7
<i>Industrias Manufactureras</i>	26021	16,39
<i>Enseñanza</i>	11718	7,38
<i>Administración pública y defensa</i>	8829	5,56
<i>Construcción</i>	8768	5,52
<i>Transporte y almacenamiento</i>	7915	4,99
<i>Otros</i>	54702	34,46

1.3. Proyección de la Población

La proyección realizada para el año 2030 establece que la población aumentará en 215.000 habitantes aproximadamente desde el último censo realizado en el año 2010. La Tabla 2 presenta la proyección de la ciudad de Cuenca por quinquenios.

Tabla 2. Proyección de la población de la ciudad de Cuenca.

Cuenca	Censos		Proyección de la Población			
<i>Año</i>	2001	2010	2015	2020	2025	2030
<i>Población</i>	147143	311888	381201	418152	469518	527194

2. ANÁLISIS HISTÓRICO DE LA PLANIFICACIÓN EN LA CIUDAD DE CUENCA

La actual ciudad de Cuenca en su trama, así como en los sectores que la conforman es el resultado de un proceso de crecimiento guiado a través de diferentes épocas y Planes de Ordenamiento Urbano.

En los años cuarenta la ciudad entra en un auge económico basada en los sombreros de paja toquilla, y la ciudad se expande hacia El Ejido (sur) con edificios de gran importancia como es el caso del Colegio Benigno Malo, el Hospital San Vicente de Paul, así como con barrios pertenecientes a la población obrera como los herreros de El Vergel, San Blas, San Sebastián reconociendo a este sector como la periferia de la ciudad.

En estos años se plantea el primer Plan Regulador para la ciudad de Cuenca en 1947, a cargo del Arquitecto Gilberto Gatto Sobral, que lo desarrolló basado en postulados de la arquitectura Moderna y la ciudad Jardín, esta propuesta, define tres grandes zonas en la ciudad: urbana, la no urbana y la industrial.

En la década de los años 60, la economía de la ciudad se basa en procesos de industrialización, y surgen los barrios periféricos como repuesta a la migración campo - ciudad y el desplazamiento de gran cantidad de la producción artesanal a los sectores de: Fátima, María Auxiliadora, Cristo Rey y Luis Cordero.

Para los años 70, las actividades terciarias con las que sostienen la economía, principalmente la construcción, en el año 1971 se formula la Ordenanza y reglamento del Plan Director de Desarrollo Urbano de la ciudad de Cuenca, a cargo de la municipalidad.

A finales de esta década, en el año 1979, la ciudad presentaba varios problemas por lo que se realiza una convocatoria a las consultoras nacionales y extranjeras para realiza el Plan de Desarrollo Urbano del Área Metropolitana de Cuenca. Dicho estudio se llevó a cabo entre los años 1980 a 1982.

Este plan estructuró al teritorio en cuatro partes: **urbano, área especial, área metropolitana y resto del cantón.**

Con la llegada del nuevo milenio, el país atravesó una crisis económica que afectó a todos los sectores económicos, decretando la dolarización, con esto se desató un proceso de migración al extranjero principalmente desde las provincias de Azuay y Cañar.

Debido a todos estos procesos de cambio, la ciudad necesitaba una ordenanza que norme su crecimiento y en el año de 1998. Dicho cuerpo normativo fue actualizado en el año 2003, y se establece la "Reforma, actualización, complementación y codificación de la ordenanza que sanciona el Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Cuenca: Determinación para el uso y ocupación del suelo urbano", que actualmente se encuentra vigente.

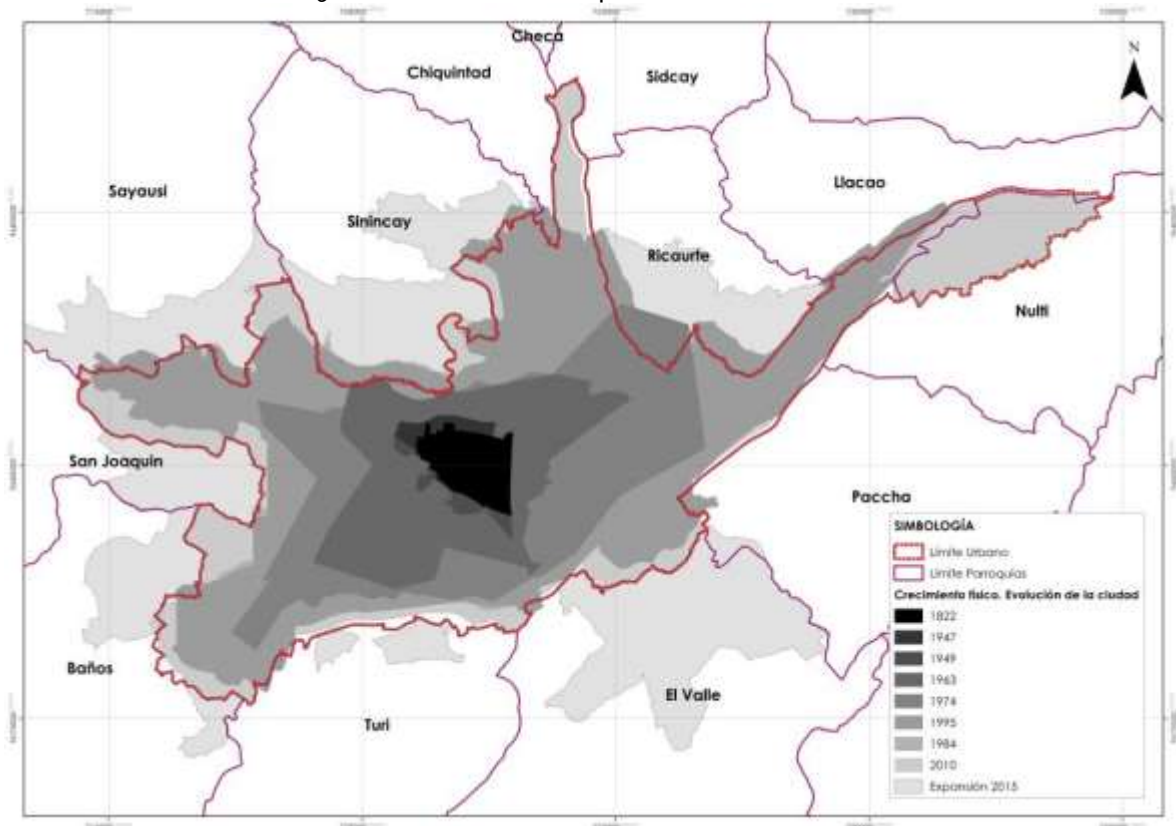
Esta ordenanza divide a la ciudad en las siguientes áreas: **Área urbana, Áreas de Influencia Inmediata, Resto del Territorio Rural Cantonal, Área tampón, Corredores de crecimiento**

consolidados, Corredores de crecimiento en proceso de consolidación, y Resto del Territorio Rural del Área de Influencia Inmediata de la ciudad de Cuenca.

La área urbana del cantón se divide en cinco sectores: Norte, Sur, Este, Oeste y el Centro Histórico, para el cual se determina una ordenanza especial, con el objetivo de mantener sus características arquitectónicas.

En resumen, en 1947 se elabora el Anteproyecto del Plan Regulador; en 1971 se plantea la Ordenanza y el Reglamento del Plan Director de Desarrollo Urbano de la ciudad de Cuenca; en 1982, se realiza el Plan de Desarrollo Urbano del Área metropolitana de Cuenca; ya para el año de 1998 se formula el Plan de Ordenamiento del cantón que conlleva una ordenanza que lo sanciona, la cual fue reformada, actualizada y complementada en el año 2003, siendo la que rige en la actualidad al cantón. (Ver figura 3)

Figura 3. Incremento de superficie en la ciudad.

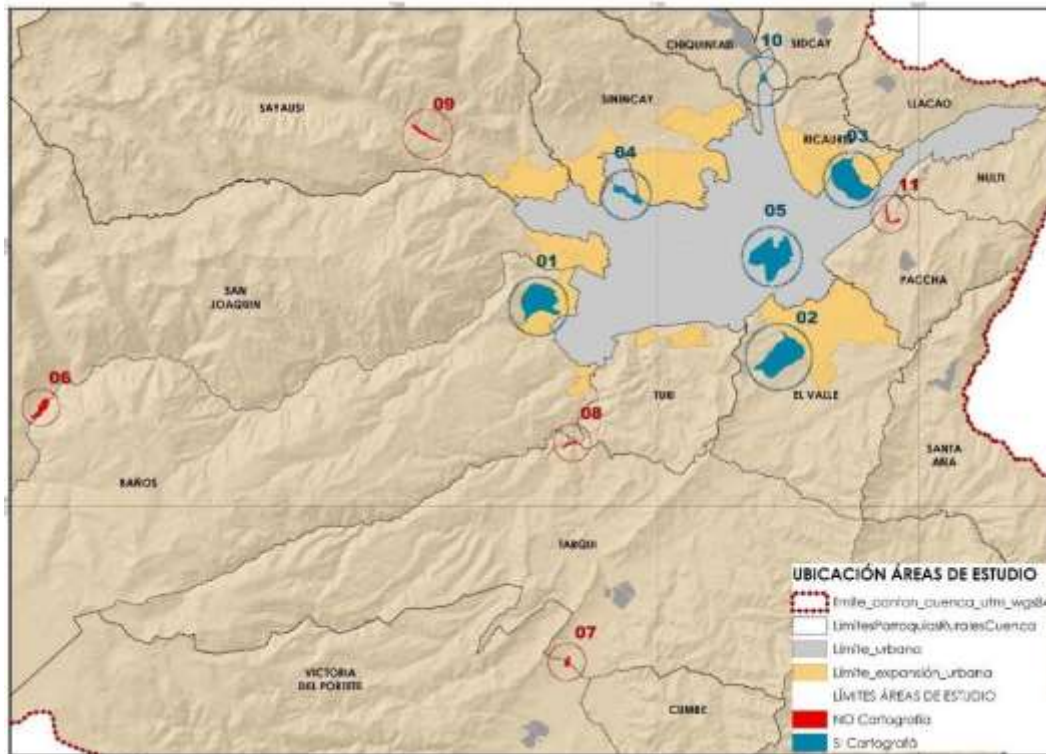


3. SITUACIÓN ACTUAL

Para realizar el análisis se han determinado 11 áreas de estudio ubicadas en el cantón Cuenca, con el fin de determinar las causas y efectos de las edificaciones irregulares, entendiendo como irregular todo aquello que no sigue la norma vigente y en este caso que afecten al paisaje.

Dichos sectores se agruparon en función de su consolidación, teniendo un sector consolidado, 5 sectores en proceso de ocupación y 5 áreas de estudio rurales; que suman 675 ha, 373 manzanas, 8657 predios y 9469 edificaciones. (Ver figura 4)

Figura 4. Cantón Cuenca. Áreas de estudio



Bajo este enfoque, es necesario entender que el territorio es el soporte sobre el cual se desarrollan las actividades humanas, y que cumple varias funciones como: ser fuente de recursos naturales (suelo, agua, vegetales, animales y minerales), soporte de elementos físicos y receptor de efluentes producidos por las actividades humanas.

Por lo tanto, para prevenir el impacto ambiental negativo en el paisaje del cantón se realiza de manera sintetizada una descripción de los principales causantes, desde el punto de vista arquitectónico, para el deterioro de paisaje, con el fin de plantear determinantes que contribuirán a la preservación y conservación de dicho patrimonio, tratando de regular las actuaciones sobre el mismo y mitigar los efectos producidos por el hombre.

De esta manera, se desarrollan 4 temáticas:

- Edificaciones en márgenes de protección de ríos y quebradas.
- Edificaciones en zonas vulnerables.
- Edificaciones que sobrepasan la altura máxima permitida.
- Área verde en los retiros frontales

3.1. Edificaciones en márgenes de protección de ríos y quebradas

La expansión de la ciudad y con ello la necesidad de la vivienda, se ha incrementado aceleradamente en los últimos años, llegando incluso a construir en las márgenes de protección de los ríos y quebradas.

La construcción de estas edificaciones ponen en riesgo a las personas que allí habitan, debido que al no respetar las zonas de inundación se encuentran en peligro latente por posibles derrumbes, deslizamientos o desbordamientos de las fuentes naturales.

Además afectan al paisaje natural, puesto que por la modificación del contexto existente se cambia el cauce natural, se limita el espacio por el cual discurre el agua, además de provocar erosión en algunos casos.

Bajo este contexto, se identificaron aquellas edificaciones que se encuentran en las márgenes, teniendo como resultado que el 3% del total inventariado se encuentran en las zonas de inundación. De los 11 sectores analizados, son 4 los que presentan mayor número edificaciones.

Figura 5. Victoria del Portete



Zhucay



Chiquintad



Marianza



Fotografías. Áreas de estudio (Chiquintad)



3.2. Edificaciones en zonas vulnerables

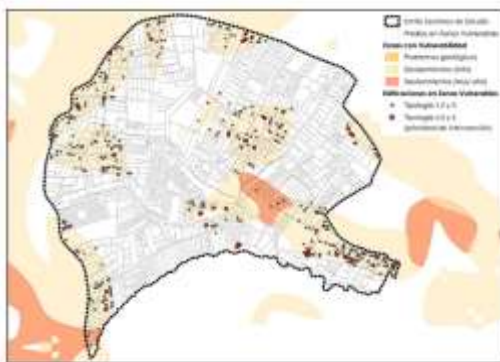
Son aquellas edificaciones que se encuentran en riesgo por emplazarse en áreas con limitaciones topográficas, problemas geológicos o de deslizamientos; que a más de afectar el paisaje natural existente ponen en peligro la integridad física de sus habitantes.

Por lo tanto, es de vital importancia determinar las edificaciones que se encuentran en estas zonas.

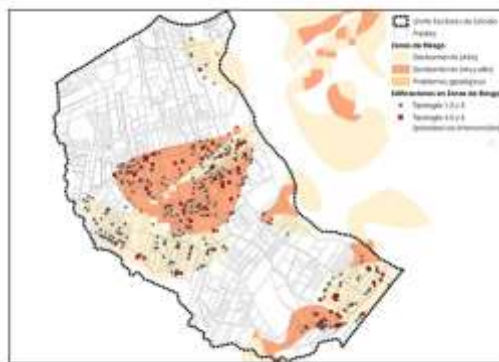
Dentro del análisis de la edificación ubicada en zonas de riesgo en los sectores estudiados se han identificado un total de 1009 construcciones que representa el 11% de las 9469 edificaciones analizadas en los 11 sectores de estudio.

Los sectores estudiados que presentan mayor número de edificaciones en riesgo son: Baños, Ricaurte y Paccha, como se observa en las figuras a continuación.

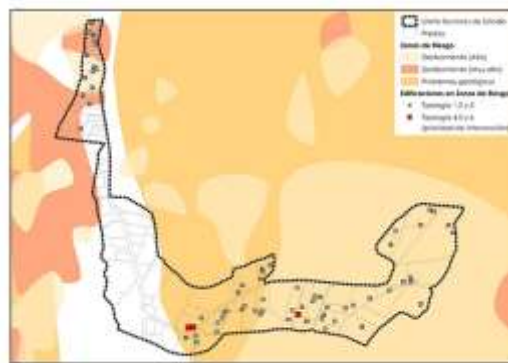
Figura 6. Baños



Ricaurte



Paccha



Fotografías. Áreas de estudio. (Paccha)

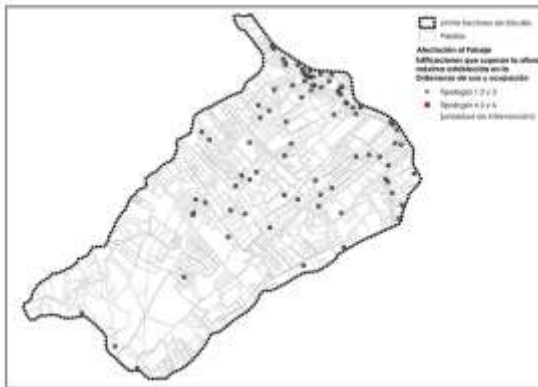


3.3. Altura de la edificación

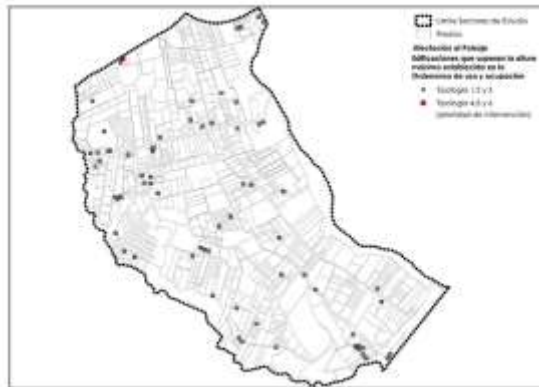
Esta característica de ocupación se establece dentro de la ordenanza vigente en la ciudad y se determina de acuerdo a los sectores de planeamiento, por lo tanto el análisis surge con la necesidad de ubicar a las edificaciones que incumplen con el número de pisos establecido y con ello afectan la trama del sector y por ende el paisaje.

De los 11 sectores, el 11% del total de edificaciones inventariadas superan la altura máxima permitida, de los cuales la mayoría se encuentran emplazadas en 3 sectores como El Valle, Ricaurte y Totoracocho, cabe recalcar que en el caso de los sectores en proceso de consolidación como El Valle y Ricaurte la planificación no se encuentra actualizada, permitiendo como máximo 2 pisos en terrenos de 750m², lo que conlleva a que se construya irregularmente. Mientras que en Totoracocho, esta irregularidad se presenta por los procesos de redensificación que está atravesando el sector, los mismos que se desarrollan al margen de las normas vigentes, construyéndose sin cumplir con la relación altura-superficie de terreno.

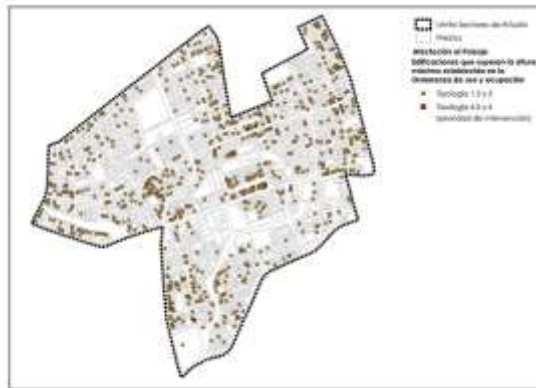
Figura 7. El Valle



Ricaurte



Totoracocho



Fotografías: El Valle (Altura máxima 2 pisos)



3.4. Áreas verdes en retiro frontal

Se debe considerar que si bien la propiedad es privada, está delimitada por la función social que constitucionalmente debe cumplir en la ciudad, por ende deja de ser un inmueble excluyente e individualista para convertirse en parte integral de la comunidad, que debe cumplir responsabilidades y obligaciones en beneficio del interés colectivo.

Una de estas responsabilidades es el de contribuir al paisaje del sector, mediante la permeabilidad de los cerramientos, con el fin de que se establezca una correcta transición entre lo público y lo privado; además el alineamiento de las fachadas a través del cumplimiento de los retiros mínimos establecidos, con el fin de que se establezca una trama homogénea y finalmente con el aporte de áreas verdes privadas que permitan determinar espacios agradables para el disfrute del peatón. Por lo tanto estos 3 elementos trabajan en conjunto para enriquecer el paisaje.

Sin embargo, esto no sucede en la mayoría de sectores consolidados y en proceso de consolidación, puesto que priorizan al vehículo, sustituyendo al área verde por pavimento rígido; en otros casos se construye en los retiros que aparte de suprimir el área verde, cambian el patrón urbano establecido. Es así que de los 11 sectores analizados, la mayoría no cumplen con esta disposición, sin embargo, es más notorio en los 4 sectores que se indican a continuación.

Figura 8. Baños



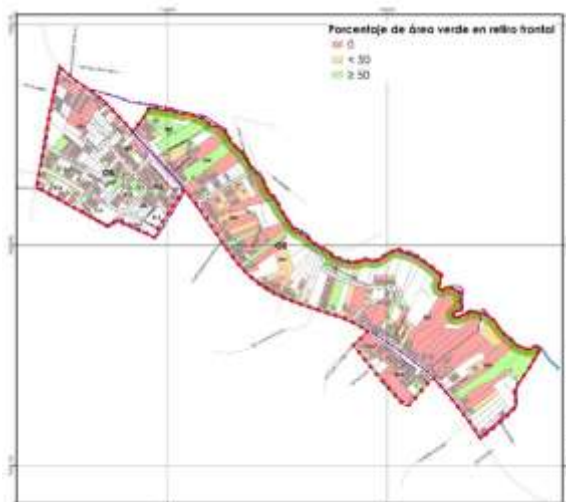
El Valle



Totoracochoa



Racar



4. CONCLUSIONES

En las áreas consolidadas, las principales afecciones al paisaje se dan por los procesos de redensificación que se realizan al margen de la ordenanza vigente. Generados probablemente por el alto costo de suelo, que con lleva al aprovechamiento máximo de los predios, como la ocupación de los retiros frontales con edificaciones nuevas, en su mayoría para garajes o comercios, lo que provoca el cambio del patrón urbano, disminuyendo las áreas libres y las condiciones de habitabilidad. La priorización del vehículo, se evidencia aún más puesto que se sustituye las áreas verdes por pavimento rígido para estacionamiento. Y finalmente la construcción en altura sin respetar las superficies mínimas establecidas.

En general, todos estos incumplimientos provocan la alteración de la trama urbana y de la homogeneidad del sector y con ello la afección al paisaje urbano.

En cambio, en los sectores en proceso de consolidación, el principal problema es la falta de una planificación actualizada que sea coherente con los nuevos requerimientos de la ciudad. Esto ocasiona que se construya informalmente, ya que los requisitos para la construcción no responden a la realidad de los sectores, tal es el caso de la superficie mínima establecida (750m²) y la altura máxima de edificabilidad (2 pisos). La informalidad provoca que se construya en zonas vulnerables, muchas veces por desconocimiento de la población o por la falta de un adecuada gestión y control de suelo.

Mientras que en las zonas rurales, las principales afecciones al paisaje se generan por la construcción en suelos vulnerables o en márgenes de ríos o quebradas, esto se debe a que el costo del suelo en estas áreas es mucho más bajo, sin embargo, el riesgo que corren las personas es mayor. Por ello, en el caso de desastres naturales como: deslaves, inundaciones, derrumbes, entre otros, los más afectados son las personas de bajos recursos económicos.

En consecuencia, la falta de planificación actualizada coherente con los requerimientos de la sociedad, la débil gestión y control de suelo y la falta de políticas compensatorias para la población más vulnerable son las que provocan el progresivo deterioro del paisaje. Por lo tanto, para mitigar esta situación se debe actuar a corto, mediano y largo plazo para que las consecuencias en el futuro no sean peores.

En consecuencia, el problema del deterioro del paisaje se cree como resultado de los problemas en la gestión de la ciudad, estableciendo responsabilidad en la acción política, llevándonos a pensar con una visión crítica a las estructuras formales de la administración.

“El intelectual propone y el político dispone; y dispone no porque desprecie el trabajo del intelectual, sino muchas veces porque no sabe qué hacer, consciente como es de que su papel es fundamentalmente el de tapar agujeros para evitar ir a pique, más que el pilotar la nave hacia metas maravillosas” (Bobbio, 1986).

BIBLIOGRAFÍA

Tomado del proyecto de investigación “La construcción irregular, acercamiento a sus causas y efectos. Análisis en un determinado sector de la ciudad.” (2016). Universidad de Cuenca. Ecuador

UNA VISIÓN DE LA METODOLOGÍA DEL DISEÑO ARQUITECTÓNICO EN EL PATRIMONIO

Juan Francisco Cazorla Arteaga
Universidad del Azuay
Ecuador
jfcazorla@uazuay.edu.ec

Resumen:

En Holanda existen millones de metros cuadrados de edificaciones vacíos. Muchos de ellos pertenecen a edificios patrimoniales que debido a su naturaleza han permanecido intactos en el tiempo y no han sido adaptados a los nuevos usos que requiere el mundo contemporáneo.

Este hecho abre una discusión sobre patrimonio y conservación. Durante el último siglo diversas metodologías han sido planteadas, carteles y escritos que pretenden ser una receta para determinar que merece ser conservado y como se lo debe preservar. Sin embargo el patrimonio muchas veces no es físico si no, el mismo es simbólico e intangible. Este ensayo explora el tema de la conservación patrimonial a través de varios ejemplos y propone una metodología para identificar y preservar el verdadero valor patrimonial de un edificio.

Palabras Claves:

Patrimonio, Conservación. Reciclaje, Adaptación a Nuevos Usos.

A Vision on Methodology in Design with Heritage

In the Netherlands there are millions of square meters in vacancy due to the out-dated buildings that are not able to hold contemporary programs and necessities (Job Roos, 2014). Furthermore, monuments compose a big portion of this vacancy rate. This gives a big opportunity for restoration architects to renovate, adapt and bring back the old glory of ancient structures.

However, restoring a building is a task that leads to a discussion about the correct design attitude to preserve the past and enhance the future. During history, experts in conservation had tried to reach to a consensus, to find a recipe that standardizes historical interventions. Nevertheless, the values of a monument are innumerable and sometimes, they are not materialized on the building physical components, neither in the design itself. They are present on the culture, in the memory of the people and in the atmosphere of the place (Paul Meurs, 2014). This diversity of features makes impossible to have a conservation formula that fits the requirements of every monument (Fig 1). As a result, each conservation project requires a unique approach to preserve and enhance its own soul, its authenticity.

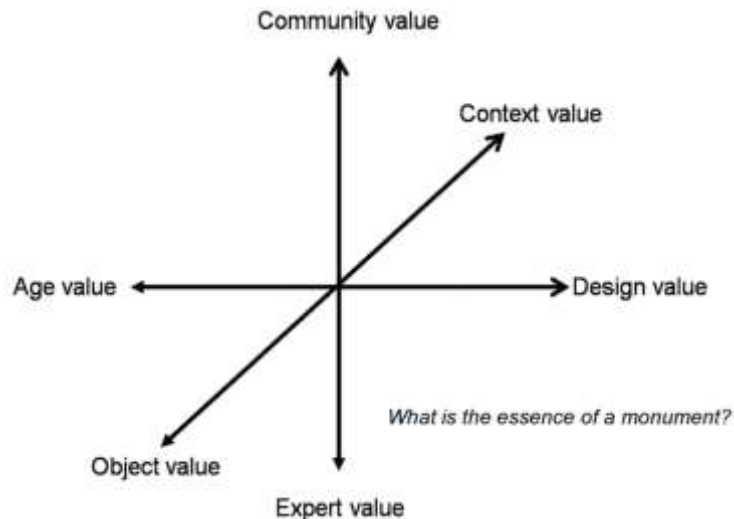


Figure 1: Values of Heritage buildings

Source: Paul Meurs, 2014

On the past century a number of charters were elaborated to establish principles and methods to achieve successful historical interventions. The first main document was done in Athens on 1936. It focused on the preservation of the material and artistic value of iconic monuments. It appeared as an answer to preserve iconic buildings from the modernity.

Later in the century, on 1964, a second document was subscribed (ICONOS, 2014). The Venice Charter, which differs from the previous one mainly because it was focused not in a single iconic monument. With the objective of keeping the historical atmosphere, the document tried to preserve the monuments within their surroundings (Paul Meurs, 2014). The Venice Charter values the conservation rather than the restoration and the restoration rather than the reconstruction (Hees, 2014). As a result it tried to limit the amount of intervention to the minimum and preserve the monuments as original as possible.

A third text emerged, the NARA document was subscribed on 1994. This document had a broader perspective towards the authenticity values. It differed from previous charters because it looked not only for material values present on monuments, but also for intangible features. Such as the architectural design intentions, the tradition, the spirit and feelings behind the building to preserve. By including intangible values, the NARA document lead to a different conservation approach (Hees, 2014).

The principles stated in the different charters are valid and useful. Nevertheless, they do not necessarily lead to successful historical interventions. The main problem of the charters is that, despite their evolution through time, they are standard documents that try to freeze monuments and contexts in time. However, neither the buildings nor the cities are a part of a museum; they are organic and changing environments. Furthermore, its essence to survive lies on its ability to adapt to the new realities given by time. They are alive not because of their beauty but for its

function. As a result, it is not only necessary to keep the past and the authenticity of a building. It is necessary to bring the monument's glory to the present, keep their values, transform its weaknesses and potentiate its soul to have a contemporary use and even a future life on our monuments (Zijlstra, 2011).

"A state without the means of some change is without the means of its conservation" (Burke,1990).

With this in mind, in order to do a successful conservation intervention it is necessary to first understand the monument. There are diverse procedures to assess values of a building, Analysing Buildings from Context to Detail in Time (ABCD) research method is one of them (Zijlstra, 2011). This particular investigation starts in a macro level by understanding the current context and even the past, when the building was built; gradually it goes to a micro level to its architecture and ends with detailed examinations (Zijlstra, 2011). Furthermore, the analysis is done from different perspectives: architectural, historical, social and economical. As a result 'ABCD' analysis can give a framework with a broad perspective about the features of the building to restore, which leads to a better understanding of the real values of the monument. Rather than search for pre-established values by charters, a design based on an analysis method leads to an intervention that recognizes the real and unique values of each monument and allows preserving its real authenticity.

Albert Einstein said: "If we knew what it was we were doing, it would not be called 'research', would it?"



Figure 2: Dejenne City

Source: Cotter, 2012

There are several monuments which real value do not lies on standard features and require an extensive analysis to determine it. One example of this is the Dejenne city located in Mali (Fig. 2). The monument main feature is that it was constructed with mud and as a result, yearly it is partially dissolved after the rain season. The community repairs and restore the building every year as part of a millenary religious festival. This feature leads to a monument that does not have a fixed form, since yearly it is repaired, yearly it changes its shape. As a matter of fact, the real value of Dejenne city is not the form of the building, it is the damage process of its material that leads to the repairing tradition (Paul Meurs, 2014). As a result, the architecture of the monument evolves with time, which is the essence of the building. A lack of understanding of this feature, or applying standardize charters values in a restoration process can destroy the repairing tradition, the real authenticity of the monument; which is the main feature that a restorer should look to preserve.



Figure 3: The Justus van Effen Residential Complex 1920

Source: Molenaar, 2014

The understanding of a building is transcendental to achieve a successful intervention. The Justus van Effen residential complex located in Rotterdam Spangen in The Netherlands was design by Michael Brinkman and built on 1920s. (Fig. 3) The project design was focused on the 'street life'. The plot distributed standardized departments units around a big gallery that emulates the street on the higher level of the complex. Additionally the project was designed around a central patio with share showers facilities on its core. These share spaces enhanced the social interactions between neighbours and created a community in the original housing project.



Figure 4: The Justus van Effen Residential Complex 2010 before Intervention

Source: Adams, 2010

Due to the modern life requirements, the project experimented a major renovation on the 80s (Fig.4). The apartments became bigger; the complex went from the 264 original units to 164. Insulation as well as new finishes were incorporated in the building. Additionally each department was upgraded with private shower facilities. Finally the appearance changed; the building complex went from being characterized from its brick texture to a white neutral painting. Even when the functional features of the building were upgraded the intervention was totally unsuccessful, because the renovation did not understand the building. The intervention destroyed the social interaction between the residents and the identity of the complex. As a result, with the functional upgrades, the project went from being a successful high-dense residential project into a slum (Molenaar, 2014).



Figure 5: The Justus van Effen Residential Complex after 2010 intervention.

Source: Molenaar, 2014

A new intervention took place on 2010 (Fig. 5). Differently from the 80's intervention this one started with a research to understand the values of the original project, what made it successful. As a matter of fact, the re-design tried to bring the original concept back, 'the street life', by redistributing the apartment modules and trying to generate again the community life towards the gallery. This intervention as well as the one of the 80's functionally upgraded the complex to adapt it to contemporary standards. However, the last one was successful because it

understood the building and its values. Despite of that, there are still problems with the cohesion of the neighbourhood, the security and that some elements like the shared showers (nowadays communal room) facility do not have the vitality of previous years; nevertheless the project was successful (Molenaar, 2014).

Both redesigns took similar approaches. They enhanced the functional features of the project and did an aggressive intervention to the original building. Nevertheless, what made the difference between them was that rather than applying a standard solution, the late intervention understood the complex; its approach was more scientifically, it looked for rescuing the values and tried to improve the weaknesses of the project. As a result, it saved the historical soul of the complex and gave the project a present life with the restoration.



Figure 6: The Soda Fabrik 2014.

Source: Cazorla, 2014

The uniqueness of a building can be discovered only when it is understood. The Soda Fabrik (Fig. 6), located in Schiedam in the Netherlands, was selected to be the focus of a renovation project at TU Delft on late 2014. This building was approached with an ABCD analysis method. After the research, the analysis concluded that the values on which the project was founded were diverse. The urban values were transcendental to define the program and the design intervention. Some of them were the connections to the city and the uniqueness of the neighbourhood, while the development plan of the city of Schiedam defined the new program (Fig 7.).

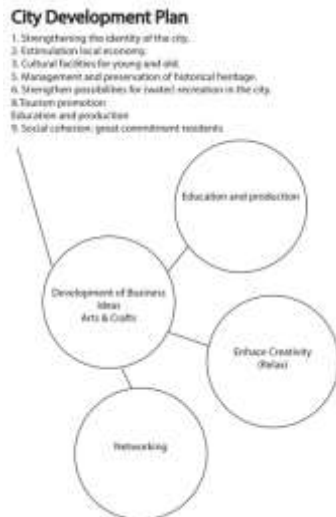


Figure 7: Program

Source: Cazorla, 2015

The building analysis, at an architectural level, highlighted some valuable features to preserve like: the shape, the different types of construction, the warehouse typology, the flexibility of the building and even some of the damage of the complex. Additionally, the design tried to preserve the production feature. The building used to house a soap factory of soap; therefore, the proposal wants to transform the Soda Fabrik into a factory of business ideas.

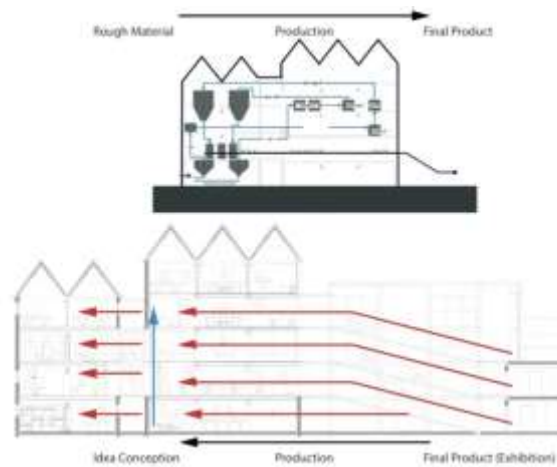


Figure 8: Soda Production / New Circulation

Source: Cazorla, 2015

The intervention was designed as an adaptive reuse. It respected the main buildings and created a few openings in the southeast façade to allow new circulation, which emulates the old soda process (Fig 8) and connects the old building with the new show room. Additionally, the new design tried to merge the not integrated complex of the project, which is partly composed by residential units and partly by industrial warehouses. With this addition, the design pretends to consolidate the project with harmony in a single complex but respecting the diversity of each unit (Fig 8,9).

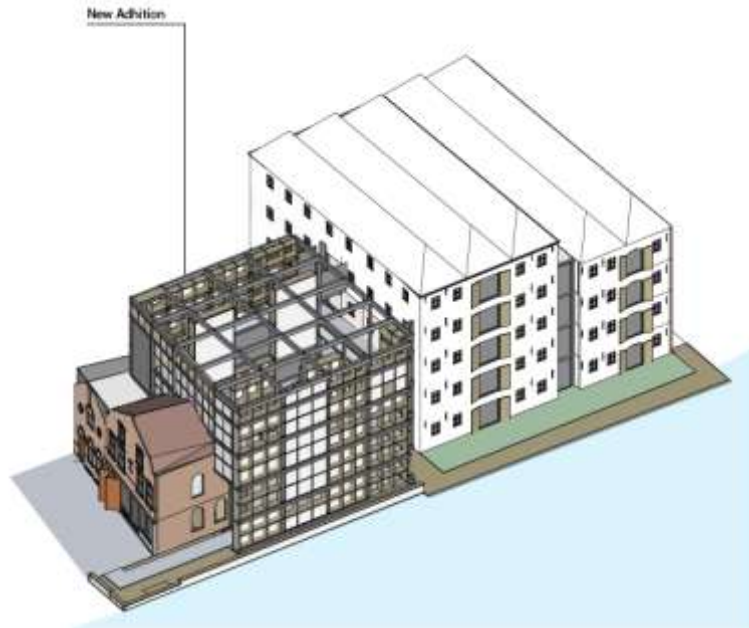


Figure 9: Soda Fabrik Intervention
 Source: Cazorla, 2015



Figure 9: Soda Fabrik Intervention Façade
 Source: Cazorla, 2015

The design approach to the Soda Fabrik tried to preserve the unique historical values, improved what was not valuable and adapted the building to host a new function. Rather than focusing only in preserving and freezing in time an old monument the design approach tried to bring the lost life and glory of the Soda Fabrik.

This essay as well as the Methodologies of Architectural Design course shows that there is an infinity of possible approaches towards the conservation of a building. However what dictates, which are the correct to apply in an intervention, is the value assessment that results from the analysis of the monument. The task of a restoration architect is to recue the past values of a building and potential them to the future, not to freeze buildings in time. Every project is unique, so it needs a unique approach to be successfully restored.

Reference List

- Job Roos, RMIT Lecture series on Methodologies of Architectural Reuse, Delft, November 2014
- Paul Meurs, RMIT Lecture series on Methodologies of Architectural Reuse, Delft, November 2014
- 'International Council on Monuments and Sites', ICOMOS, Last Modified January 2015, <http://www.icomos.org/en/documentation-center/1823-new-bibliography-heritage>.
- Rob van Hees, RMIT Lecture series on Methodologies of Architectural Reuse, Delft, December 2014.
- Hielkje Zijlstra, 'Analysing Buildings from Context to Detail in time ABCD ',IOS Press under the imprint Delft University Press , 2009
- Hielkje Zijlstra, RMIT Lecture series on Methodologies of Architectural Reuse, Delft, November 2014
- Edmund Burke, Cantacuzino, p. 14,1990.
- Cotter, RMIT Lecture series on Methodologies of Architectural Reuse, Delft, January 2015
- Molenaar, RMIT Lecture series on Methodologies of Architectural Reuse, Delft, January 2015

LEO EL NOMBRE DE LOS VIENTOS

Juan Garzón Gómez.

Doctorando del Dpto. de Historia del Arte de la Universidad de Granada.
Grupo de investigación HUM 222
trova@correo.ugr.es

Resumen

En octubre de 2015 se estrenó la propuesta audiovisual *Siempre/Todavía*, trabajo conjunto del artista plástico y escritor Alberto Corazón y el compositor Alfredo Aracil. La convergencia en la misma de palabra, imagen y sonido, nos adentra en el universo de la correspondencia de las artes y el diálogo entre diferentes formas de expresión. Partiendo de diversas teorías sobre esta materia, se propone una aproximación analítica a la mencionada obra con el objetivo de descubrir indicadores que permitan establecer si el nivel de confluencia entre modos creativos justifica hablar del nacimiento de una obra singular, más allá de una exitosa conjunción de individualidades.

Palabras clave

Correspondencia de las artes; Ópera sin voces; Damasco Suite, somos imágenes; Siempre/Todavía; Siglo 21; Arte contemporáneo.

Se podría calificar de sobrecogedora la ópera sin voces *Siempre/Todavía* que el compositor Alfredo Aracil (Madrid, 1954) ha creado basada en el libro *Damasco Suite, somos imágenes*, escrito por el artista plástico y diseñador Alberto Corazón (Madrid, 1942) a partir de sus experiencias en un viaje a Damasco. La obra, estrenada el pasado 15 de octubre de 2015, está compuesta por 25 piezas para piano interpretadas por Juan Carlos Garvayo (Motril, 1969). En escena, el solitario pianista se muestra como el hilo conductor que va engranando cada una de las notas que conforman la partitura, con los versos y las imágenes —más de quinientas— de Alberto Corazón, que se proyectan a compás y con minuciosidad impecable en una gran pantalla. Música, palabra y plástica adquieren tal nivel de complicidad que es fácil sentirse secuestrado por el clima, por el sonido de la imagen, el color de la música y el ritmo de la letra.

La propuesta se convierte así en un estudio profundo sobre la correspondencia de las artes, cuestión que a lo largo de la Historia de la Cultura ha sido abordada por teóricos de la Estética desde diversos posicionamientos. El objeto de la presente comunicación es un acercamiento a la mencionada obra, partiendo de las premisas de algunos de estos ideólogos, con la finalidad de conocer cómo se materializa en esta ópera sin voces la confluencia de diferentes lenguajes artísticos y si se manifiesta en ella alguna de dichas premisas.

Si bien son numerosas las publicaciones que, desde la *Poética* de Aristóteles hasta el presente, pasando por obras como *Laokoon* (1766) de Gotthold Lessing (1729-1781), se han ocupado del asunto, hemos elegido tres para que nos sirvan como referencia y base de esta aproximación analítica, *De lo espiritual en el arte* (1911) de Wassily Kandinsky (1866-1944), *Mnemosyne. El paralelismo entre la literatura y las artes visuales*, escrita por Mario Praz (1896-1982) y publicada en 1971, y *La correspondencia de las artes* (1969) del filósofo y estético francés Étienne Souriau (1892-1979).

WASSILY KANDINSKY: DE LO ESPIRITUAL EN EL ARTE

Las teorías de Kandinsky sobre el color y la forma suponen una puerta abierta a la comprensión y el conocimiento del desarrollo de los principios que mueven el devenir del arte en el siglo XX, y propician el acercamiento al universo de la representación del espíritu y la materia, y, a través de ellos, la sociedad. Analizando lo que el autor llama el "Principio de Necesidad Interior", el cual subyace en todo el desarrollo de *De lo espiritual en el arte*,

canalizando y justificando el discurso, se hallan conceptos que evidencian, para sí mismo, esa necesidad de interiorización en busca del alma del arte y a través del arte.

La necesidad interior nace de tres causas místicas y está constituida por tres necesidades místicas:

1º Todo artista, como creador, ha de expresar lo que le es propio (elemento de la personalidad).

2º Todo artista, como hijo de su época, ha de expresar lo que le es propio a esa época (elemento del estilo, como valor interno, constituido por el lenguaje de la época más el lenguaje de la nación, mientras ésta exista como tal).

3º Todo artista, como servidor del arte, ha de expresar lo que le es propio al arte en general.¹

La palabra más allá de sí misma y no como simple representación objetual, puede servir de vehículo en la búsqueda no sólo de imágenes que permitan viajar de lo exterior a lo interior, sino de lo propiamente interior en lo exterior.

La posibilidad de representación del mundo interior radica en la determinación de la ubicación de la necesidad de belleza interna o externa que, desde Maeterlink a Schönberg, corre paralela al deseo de consecución de la libertad creativa. Kandinsky usa la música como medio que coadyuva a la construcción de una pirámide espiritual en la que se hallan representadas todas las artes que miran a aquella como referente para construir su propio lenguaje, siendo la interrelación entre todas ellas lo que las hace avanzar.

Analiza la plástica a través de la pintura y la relación que mediante esta se establece entre color y forma, partiendo de ambos como conceptos no absolutos. El paralelismo de los colores con los sentidos y su influencia, tanto física como psíquica, en la búsqueda de la espiritualidad artística, viene determinada por la propia personalidad de cada uno de los colores que, de manera determinante, incide en la vida interior de la obra:

Del mismo modo que un cuadro en tonos amarillos irradia calor espiritual y otro en tonos azules parece irradiar frío (es decir, efecto activo, ya que el hombre como elemento del universo está creado para el movimiento constante, quizá eterno), el verde irradia aburrimiento (efecto pasivo). La pasividad es la cualidad más característica del verde absoluto, matizada por una especie de saturación y autocomplacencia. El verde absoluto es en el campo de los colores lo que en el social es la burguesía: un elemento inmóvil, satisfecho y limitado en todos los sentidos.²

Es precisamente esa vida interior de la obra lo que, según Kandinsky define su magnitud, su fuerza, su calidad. Es lo que determina la existencia de un alma espiritual que no debe depender de la naturaleza externa y que tampoco debe someterse a las leyes de lo puramente físico o científico. Para la consecución de la libertad creativa se hace necesaria la independencia de la naturaleza externa y en la capacidad de utilización de esta para los fines propios de la obra radica el encuentro de esta consigo misma, con su alma y la del artista.

Dicha actitud no está exenta de riesgo, pues la transformación de forma y color puede no ser comprendida por el espectador, lo que propiciaría un alejamiento de este del artista y su obra, hecho que según el autor suele ocurrir en momentos sociales de exaltación de lo material.

¹ KANDINSKY, Wassily. *De lo espiritual en el arte*. Barcelona: Labor/Punto Omega, 1988, p.72.

²*Ibidem*, p. 83.

Kandinsky analiza en profundidad la situación evolutiva del arte en el siglo XX, elaborando su teoría a partir de la necesidad de independización de obra y naturaleza. Desgrana, a través del análisis del color, la forma y la interrelación de los lenguajes artísticos, los principios que deben mover al artista y su obra en la búsqueda de una creatividad propia, de un espíritu singular, alejado de cánones establecidos, que se convierta en expresión del alma más allá de formas externas preconcebidas. Es, en definitiva, un verdadero manifiesto de la abstracción.

Interesa sobremanera esta cuestión en cuanto puede ser punto de partida para encontrar paralelismo entre las diferentes disciplinas artísticas. Si se admite la necesidad de independización entre obra y naturaleza, y por ende la singularización, para cualquier creación artística, sea cual sea su génesis y lenguaje, habría también de ser admitida la cuestión de que, en el fondo, esto podría suponer una regla que entrara en contraposición con el propio principio de libertad creativa que se está defendiendo. Se correría así el riesgo de estar canonizando la des-canonización, pero asumiéndolo como tal podría servir de aglutinador en la búsqueda de correspondencias. Este canon, tal vez algo artificioso, podría justificarse a sí mismo desde el momento en que su aplicación supondría la definición de un espacio común en el que los distintos niveles creativos del arte encontrarían un campo de complicidad, una vía de interrelación que podríamos calificarla como de real: la representación del alma. Así, partiendo de un fin compartido toma importancia la idea de que caminos paralelos en busca una misma meta pueden estar íntimamente relacionados. Podrán usar formas diferentes y materias diversas, pero, ¿no es cierto que herramientas que sirven para un mismo fin deberían tener puntos convergentes? De Madrid a París un tren, un avión o un turismo usan diferentes medios para realizar el trayecto, pero todos ellos están movidos por un motor que genera la energía necesaria para que se produzca el movimiento. Así, el reto está en encontrar ese motor que unifica los caminos análogos de las diferentes artes.

MARIO PRAZ: MNEMOSYNE. EL PARALELISMO ENTRE LA LITERATURA Y LAS ARTES VISUALES.

Podría calificarse casi de vehemente la defensa que Mario Praz realiza de la correspondencia existente entre la literatura y las artes visuales. Esta defensa le hace incluso casi desaconsejar la lectura de su obra a quien no le interese la cuestión:

De modo que si lo que os interesa en una obra de arte es el hecho de que sea algo único, si una posible comparación entre un poema y un cuadro no os interesa tanto por lo que ambos tienen en común como por lo que distingue a uno de otro y hace de cada uno algo aparte, si no os interesan las fuentes, sino el producto final, entonces el tema de este libro os parecerá académico e, incluso, superfluo.³

Tras la valentía de este sesgo nada más comenzar la obra, el autor plantea un mapa en el que históricamente ha existido la relación entre los lenguajes literario y plástico. Con referencias sucesivas a artistas y autores desde la antigüedad clásica, nos sumerge en un universo en el que palabras e imágenes viajan de la mano, inspirándose, de manera simbiótica, poetas y pintores, cada uno en la disciplina del otro. Recurre a Simónides de Ceos, a Homero, Dante, Boccaccio, Miguel Ángel, Canova o Botticelli, para sentar las bases de la complicidad secular de las dos formas de expresión. Ahora bien, esa correlación que defiende Praz no debiera ser entendida siempre como un acto de continua armonía, pues en muchos casos la competitividad ha sido manifiesta. Así nos lo hace ver el autor cuando asevera que:

El prestigio que adquirió la pintura gracias a los grandes maestros italianos del Renacimiento le aseguró la victoria sobre su arte hermana, la poesía, como lo demuestran los constantes esfuerzos

³ PRAZ, Mario. *Mnemosyne. El paralelismo entre la literatura y las artes visuales*. Madrid: Taurus, 2007. p. 9.

de los poetas por competir con los pintores en la sensualidad de sus descripciones.⁴

Pero más allá de que la relación entre ambas disciplinas no siempre se diera en un contexto igualitario, es de destacar que, a pesar de los diferentes caminos que cada una pudiera tomar, Mario Praz continúa insistiendo en la existencia de un espíritu común que no se deja influenciar por la exigencia temática, la cual puede darse o no, sino que está en función del tratamiento que el artista da a la obra, ya sea esta pictórica, poética o musical. Por otra parte critica posturas como la de Hatzfeld por limitarse exclusivamente al análisis de las obras a la hora de determinar la existencia o no de paralelismo entre ellas. ¿Significa esto entonces que esa correlación debe darse tan solo en función de uno u otro parámetro? Tanto el fondo como la forma pueden ser elementos de partida para el descubrimiento de puntos de confluencia entre las artes, pero, ¿necesariamente estos tienen que producirse de manera simultánea? ¿Pueden dos obras encontrarse en correlación desde el punto de vista iconográfico y sin embargo no tener unidad de estilo? ¿Y viceversa? Kandinsky hablaba de la necesidad de recurrir a la libertad de la obra para determinar su nivel expresivo e incluso su capacidad de relacionarse con el entorno. Tal vez sea aquí donde se pueda encontrar respuesta a estos planteamientos que surgen de la lectura de *Mnemosyne*. Extrapolando esa libertad creativa como referente para medir la necesidad de uno u otro criterio establecedor de correspondencia artística, tal vez sea factible hallar diferentes niveles de interacción disciplinar. Así, se podría establecer un primer nivel en el que el paralelismo se encontrara tan solo en el ámbito temático. Por ejemplo la relación existente entre una poesía que describe una fuente de la Alhambra con un cuadro que, figurativamente, la represente. Un segundo nivel en el que poesía y pintura no abordaran elementos iconográficos similares pero si tuvieran una unidad expresiva y de estilo. Desde este punto de vista habría paralelismo entre obras como “La desesperación” de Espronceda y “Monje a la orilla del mar” de Friedrich. En ambas propuestas está presente el concepto de lo sublime aunque utilicen elementos iconográficamente tan dispares como pueden ser un monje en el caso del pintor, o la referencia del poeta a orgías y mortales bacanales. Ambos, envueltos en un halo romántico que no deja indiferente, plantean desde perspectivas formales diversas, un ambiente de caos y tiniebla latente. En un tercer nivel se encuadrarían aquellas obras que se relacionan tanto temática como estilísticamente. El uso de criterios similares en fondo y forma definiría espacios comunes de convivencia, tanto si las obras hubieran surgido separada o conjuntamente.

Un ejemplo del primer caso se produce en la analogía existente entre “Los fusilamientos del tres de mayo” de Goya (1746-1828) y los versos de Imanol Larzabal (1947-2004) publicados ciento sesenta años después, en 1974, y recogidos en un disco bajo el título “Contra la muerte. España en marcha”, editado en Francia y cuya carátula era el citado cuadro.

Somos los hombres / que la historia olvida, / aquellos a quien nadie
representa, / los que el mundo / en sus libros no comenta [...]. / Pero
escuchad: / la clase enflaquecida, / los parias de la historia / y de la
renta / no dan aún la guerra / por perdida.⁵

En el segundo caso se enmarcarían obras como por ejemplo el cuadro de Guinovart (1927-2007) “La raíz del grito” realizado en 1975 para ilustrar la carátula del vinilo que, bajo el mismo título, recogía los poemas de José Manuel Caballero Bonald (Jerez de la Frontera, 1926) interpretados por Diego Clavel (Puebla de Cazalla, 1946). En esta ocasión poeta y pintor trabajan partiendo de premisas comunes otorgando a la obra una unicidad plástico-poética que se refleja en las texturas, colores, significados e intención de las dos propuestas. El dolor, el miedo a la soledad, la búsqueda de libertad... sentimientos que, con desgarró, se dejan entrever a través tanto de la pincelada como del verso; en tumultuosa tempestad, ambos artistas confluyen en el manejo de los recursos expresivos otorgando a la obra fuerza y contundencia, tanto visual como literaria. Así las dos manifestaciones convergen en una sola, única y singular, con identidad propia.

⁴*Ibidem*, p.12.

⁵ LARZABAL, Imanol. «Martillo pilón». En: *Contra la muerte. Espagne en marche*. Ed. Des Femmes. París: ProductionDroug, 1974.



Las penas que estoy pasando
que duras son de llevar,
tanto tiempo encerrado
por buscar la libertad.⁶

Descanso a mi cuerpo
no le voy a dar
hasta que llegue la horita
en que pueda decir la verdad.⁷

La raíz del grito.
Guinovart, 1975

Mario Praz argumenta esa concordancia desde la capacidad que otorga a la escritura como medio de representación del resto de las artes. A través de ella, el escritor es capaz de traducir sus emociones ante la obra plástica o musical. Pero, ¿por qué no al contrario? ¿Acaso la pintura, la escultura o la música no tienen el poder de traducir las inquietudes que el artista siente tras una lectura poética? Si antes aparecía la idea de esa percepción de victoria de las artes plásticas sobre la literatura, ahora se denota cierta preponderancia de la capacidad interpretativa de la poesía frente al resto de especialidades artísticas. Se hace necesaria entonces la búsqueda de equilibrio.

Curiosamente una posible respuesta a la cuestión surgida tras la lectura de esta hipótesis de Mario Praz sobre la mayor capacidad interpretativa de la escritura, podría encontrarse algo más adelante en la propia obra:

Habría que pensar que el mejor banco de pruebas para la teoría del paralelismo entre las artes debe buscarse en aquellos casos en que el artista es también escritor.⁸

De esta forma adquiere gran interés la aplicación de esta conjetura a la ópera sin voces *Siempre/Todavía*, toda vez que en ella la figura del artista plástico y el escritor recaen en la misma persona, Alberto Corazón. Su propuesta creativa proporciona una vía para analizar si la suposición de Praz se cumple frente a otras alternativas que estiman la existencia de grandes divergencias en las diferentes obras de un mismo artista. Dichas tendencias las refiere el propio autor al citar la *Teoría de la Literatura* de Wellek y Warren que sostiene que «los raros casos en que el artista y el poeta son la misma persona nos permiten comprobar el grado de imprecisión que puede haber en el enfoque centrado en las intenciones del autor»⁹.

Frente a esta aseveración Praz se reafirma en su convicción indicando que «...existe una unidad latente o manifiesta en las obras de un mismo artista —cualquiera que sea el terreno en que éste intente expresarse—»¹⁰. ¿Qué se puede esperar entonces del choque, más que del encuentro, de estas dos posturas? Cabría reflexionar si esta confluencia manifiesta a la que hace referencia se da de forma natural o es inducida por el propio artista, y en cuál de estos casos es lícita y verdadera. ¿La búsqueda expresa de la correspondencia artística en sus obras

⁶ CABALLERO BONAL, José Manuel. «Que duras son de llevar». En el LP *La raíz del grito*. Barcelona: Ariola, 1975.

⁷ *Ibidem*, «Descanso a mi cuerpo»

⁸ PRAZ, Mario. *Mnemosyne. El paralelismo entre la literatura y las artes visuales*. Madrid: Taurus, 2007. p. 49.

⁹ *Ibidem*. P.49

¹⁰ *Ibidem*, pp. 57-58.

por parte de un creador multidisciplinar hace que esta sea falsa? Se da además la circunstancia de la existencia de un segundo sujeto como autor de la música, Alfredo Aracil, lo que supone la oportunidad de delimitar si el efecto que produce su irrupción en la creación es de distorsión o de cohesión y, por tanto, si coadyuva o no al cumplimiento de la formulación de Praz.

ÉTIENNE SOURIAU: LA CORRESPONDENCIA DE LAS ARTES

Étienne Souriau fundamenta su obra en la Estética Comparada, la cual define como la «disciplina que se basa en la confrontación de las obras entre sí, así como en el proceder de las distintas artes»¹¹.

Souriau habla de la existencia de *correspondencias funcionales* que pueden encontrarse en la analogía de lo expresado. Formas de expresión diferentes que describen situaciones concretas, tanto en el plano de lo matérico como de lo sensitivo. Así el autor sostiene que estructuras artísticas que usan diferentes lenguajes y materiales pueden procurar en definitiva las mismas sensaciones, independientemente de su naturaleza. Sitúa la forma gramatical en el mismo plano que la materia en las artes plásticas, «La forma gramatical, en la obra literaria, se sitúa en el mismo plano, y tiene el mismo alcance que, en las demás artes, los imperativos de la materia empleada»¹², y defiende la complementariedad en la diversidad:

Las diferentes artes son como distintas lenguas, entre las cuales la imitación exige la traducción, un nuevo pensar en un material expresivo totalmente distinto, una invención de efectos artísticos, antes paralelos que literalmente análogos.¹³

Todo ello entraría en evidente contraposición con la defensa que realiza Mario Praz sobre el efecto sensitivo y anímico que las diversas formas de expresión artística pueden suscitar:

No hay que confundir los colores y forma que pueden sugerir una experiencia musical con los colores y formas que la pintura y la escultura son capaces de sugerir directamente. En la experiencia práctica un objeto aprehendido a través de uno de los sentidos siempre puede ser aprehendido, cada vez que resulta necesario u oportuno, a través de cualquiera de los otros sentidos; pero en el arte no sucede lo mismo: un estado de ánimo expresado a través de una de las artes no puede aprehenderse en forma plena a través del uso directo y simultáneo de todas las otras artes.¹⁴

Es posible que la cuestión no radique en distinguir, minimizando o maximizando según el caso, la capacidad de uno u otro lenguaje de transmitir un determinado estado de ánimo, sino, como sostiene Souriau, en la analogía de lo expresado. Así, partiendo de la base de que ambos autores defienden la correspondencia de las artes, la sensación contradictoria que transmiten las palabras de Praz en cuanto a que en relación con la aprehensión del objeto artístico y sus consecuencias las diferentes artes podrían llegar a estorbarse, se torna menos chocante y más amable, con la defensa que, por el contrario, hace Souriau de la complementariedad de estas.

En este sentido, y en apoyo a dicha complementariedad, valga como ejemplo la correspondencia que en numerosas publicaciones se ha establecido entre materias tan diferentes como, a priori, pueden mostrarse la música y la arquitectura. Destacamos obras como *Música de la arquitectura*¹⁵ (Akal, 2009) donde se hace una importante recopilación de

¹¹ SOURIAU, Étienne. *La correspondencia de las artes*. México: Fondo de Cultura Económica, 1965, p. 14.

¹² *Ibidem*, pp. 158-159.

¹³ *Ibid.* p. 21.

¹⁴ PRAZ, Mario. *Mnemosyne. El paralelismo entre la literatura y las artes visuales*. Madrid: Taurus, 2007, pp. 60-61.

¹⁵ Recopilación de los escritos de Xenakis dedicados a la relación entre arquitectura y música. Recoge diferentes tipos de documentos unidos a los proyectos arquitectónicos, todo ello comentado por Sharon Kanach y distribuido en cuatro epígrafes: *Los años Le Corbusier, La ciudad cósmica y otros escritos, Xenakis, arquitecto independiente y Los politopos*.

los textos que Iannis Xenakis (1922-2001) dedicara a la reflexión sobre la correspondencia de ambas disciplinas, *Arquitectura y música del siglo XX*¹⁶ (Fundación Caja de Arquitectos, 2008) de Susana Moreno Soriano, así como la Tesis Doctoral *La arquitectura es música congelada* de Gastón Clerc González, dirigida por M^a Encarnación Casas Ramos y Federico Melendo García-Serrano y realizada en el Departamento de Estética y Composición de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid en 2003. En ella se aborda un minucioso análisis de la relación música-arquitectura, desde la antigüedad clásica hasta el siglo XX, pasando por los principales periodos históricos, con el objetivo de “mostrar esa hermandad pitagórica y agustiniana entre la Música y la Arquitectura”.¹⁷ El propio Étienne Souriau habla de esta correspondencia defendiendo la afinidad existente entre ambos campos del conocimiento:

Sinfonías o catedrales, arabescos o danzas, tienen entre sí el íntimo parentesco de recrear, cada uno en el dominio que le asigna su opción original, idéntico esfuerzo, directamente instaurador, en cosmogonías cuyos mundos se bastan cada uno a sí mismo, sin alusión ninguna a realidades que les sean extrañas. Es el género de afinidad cuyo vocabulario incita a hablar del carácter puramente musical de un acorde cromático; del carácter de arabesco de una danza; del carácter coreográfico de un trazo de la pluma o del buril, que proyecta en el espacio sus volutas, o sus zigzagueos. Y también, si se quiere, la afinidad de una fuga de Bach con las combinaciones lineales de lambrequines decorativos en la redondez de una cerámica de Urbino.¹⁸

La existencia de ritmo en las diferentes expresiones artísticas es un hecho admitido. La arquitectura tiene el suyo, al igual que la poesía, la pintura, escultura y música. ¿No son pues acaso lícitos los intentos comparativos con el objetivo de determinar la existencia, o no, de relaciones? Pero no es la intención en esta comunicación el adoptar el ritmo como parámetro coercitivo de las posibles afinidades artísticas, pues, como se ha vislumbrado a través de las teorías de Kandinsky, Praz y Souriau, pueden ser muchas las conexiones a establecer mediante elementos, sensaciones y conceptos tales como, textura, color, sonoridad, timbre, estado de ánimo, alma, fuerza, composición, y un largo etcétera de factores a tener en cuenta. La elección de estos tres autores como fundamento, ha seguido el criterio de ir avanzando en cuanto al segmento temático tratado en cada una de las publicaciones. Partiendo de Kandinsky, más centrado en las artes plásticas y la importancia de su liberalización respecto a la forma, se da un paso más con la comparativa de Mario Praz entre artes visuales y literatura, para terminar ampliando el estudio, con Étienne Souriau, al resto de las artes. Se abre así un panorama ecléctico que posibilita la aplicación del mismo a la propuesta cultural que nos ocupa con el objeto de conocer si en ella se dan, o no, las hipótesis planteadas.

SIEMPRE/TODAVÍA

Con este título, que evoca el poema *Hoy es siempre todavía* de Antonio Machado (1875-1939), el artista plástico y escritor Alberto Corazón y el compositor Alfredo Aracil han creado lo que ellos mismos llaman una ópera sin voces, interpretada como ya se ha apuntado al inicio, por el pianista Juan Carlos Garvayo. En ella, el universo creativo no se cierra a una sola disciplina artística, sino que pintura, palabra y música conviven y se nutren unas de otras en una simbiosis colectiva que confiere a la obra un corpus unitario que va más allá del diálogo entre diferentes formas y lenguajes. En esta celebración de los sentidos nada es arbitrario ni pasa desapercibido. Texto, imagen, y sonido ocupan cada uno un lugar propio, protagonistas

¹⁶ Estudio de edificios del siglo XX cuya construcción ha sido concebida expresamente para la música, como son por ejemplo el Pabellón Phillips de la Exposición Universal de Bruselas (1958), el Pabellón IBM de la Feria Mundial de Nueva York (1964) o el Pabellón Diatope de París (1978). Cabe destacar el estudio de edificios en cuyo proyecto han intervenido tanto arquitectos como compositores, como son los casos del Pabellón de Suiza de la Exposición Universal de Hannover (2000) del arquitecto Peter Zumthor y el músico Daniel Ott, el Pabellón Nacional de Alemania de la Exposición Universal de Osaka (1970) de Fritz Bornean y Karlheinz Stockhausen o el edificio del IRCAM en París (1973-1977) obra de los arquitectos Richard Rogers y Renzo Piano y los compositores Pierre Boulez y Luciano Berio.

¹⁷ Clerc González, Gastón. (2003). *La arquitectura es música congelada* (Tesis Doctoral inédita). Departamento de Estética y Composición, Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid. p.34.

¹⁸ SOURIAU, Étienne. *La correspondencia de las artes*. México: Fondo de Cultura Económica, 1965, pp. 133-134.

absolutos de sus espacios individuales pero no por ello exentos ni aislados, pues el todo se abre camino como universo singular en el que todas sus partes reclaman y obtienen la atención incondicional del espectador, sin que ninguna prevalezca sobre las otras.

Esta propuesta multidisciplinar está inspirada en el libro que Alberto Corazón escribió a partir del cuaderno de viaje confeccionado en una visita a Damasco y Alepo, con motivo de una exposición antológica de su obra en el Museo Nacional de Damasco en octubre de 2003. Basado en las anotaciones y dibujos que el pintor fue haciendo a modo de diario, *Damasco Suite, somos imágenes* se articula como una narración de sus vivencias en estas ciudades sirias. Lo que aparentemente pudiera parecer una sucesión de pensamientos breves, por momentos inconexos, se torna en una obra literaria perfectamente argumentada y coherente. Consigue adentrar al lector en su universo creativo y vivencial, no sólo mediante la palabra, sino con la construcción de imágenes, no físicas, que transmite con palpable nitidez a través de sus reflexiones. Imágenes que no están pero que se ven, y que tratan tanto la realidad personal como la ensoñación o el devenir cotidiano del entorno.

Una larga carretilla, empujada por un anciano, se detiene en medio de la calle. El hombre se sienta en el suelo con las piernas cruzadas y ofrece su mercancía, sin decir una sola palabra.¹⁹

En el libro, al igual que en su viaje a Damasco, Alberto Corazón adopta unas veces el papel de protagonista y otras el de espectador. Esta perspectiva fluctuante, presente en toda la obra, dota a la misma de cierto dinamismo ordenado, pues el cambio constante de punto de vista no supone que el lector se vea invadido por el caos, sino que le va llevando, a través de las páginas, en una corriente sin retorno y se podría decir que incluso sin fin, pues en el final subyace una necesidad de comienzo, presente y futuro.

El estado de ánimo que está en el origen de esa identificación con la dualidad protagonista/espectador es el mismo que provoca la necesidad en el artista de desarticular los conceptos unívocos tradicionales de los dos aspectos básicos que estructuran la obra: la creación artística y el tiempo. Así, una obra de arte no se nutre de un único lenguaje al igual que el tiempo no se plantea como una línea unidireccional, sino como un espacio global anacrónico. Del mismo modo que se siente protagonista o espectador, sus obras nacen sin evitar ninguna dimensión creativa y sin desprestigiar la memoria como fuente atemporal de inspiración. No una memoria basada en la mirada retrospectiva, más bien un lugar donde la cultura coexiste *Siempre/Todavía*.

Escribir y dibujar es el mismo gesto, una secuencia que necesita a ambos, el relato. La prosodia. El dibujo es el gesto. Y el silencio.

Cuando voy garabateando, aparecen palabras. Y cuando escribo, a veces, necesito trazos.²⁰

Inspirado en este libro, Alfredo Aracil compone lo que él ha denominado una ópera sin voces con partitura para piano solo. Lo que en principio se concibió como una obra exclusivamente musical, fue adoptando otra personalidad mucho más amplia. El concepto de integración de las artes que ya apuntaba Corazón en el libro, se ha visto plasmado en la puesta en escena del espectáculo audiovisual *Siempre/Todavía*.

El trabajo completo tiene una duración de setenta minutos en los que, sin solución de continuidad, conviven textos, imágenes y notas. Distribuida en 25 piezas, cada una de ellas supone la reflexión, el relato de un individuo impersonal e intangible, que nos hace navegar a través de su pensamiento, planteando el concepto de tiempo como contenedor de la cultura. Un espacio adimensional en el que pasado, presente y futuro se muestran atemporales y traslapables. El tránsito entre uno y otro no supone alejamiento, sino convivencia. De esta forma la memoria no es tal, sino que es presente en cuanto a que permanece y coexiste con un futuro que parte de ella y llega a ser ella. Todo ello supone la asimilación por parte de Aracil de la obra de Alberto Corazón quien aporta textos del libro así como imágenes, unas del propio

¹⁹ Corazón, Alberto. *Damasco Suite. Somos imágenes*. Madrid: Antonio Machado libros, 2011, p. 57.

²⁰ *Ibidem*, p. 71.

cuaderno de viaje y otras creadas para la partitura. Se conforma así una propuesta en la que el concepto de correspondencia de las artes está continuamente presente materializándose en la consecución de una obra singular que no es música, imagen o verso entrelazados, sino que es un todo, una creación con entidad propia indisoluble.

Las mencionadas veinticinco piezas responden a los siguientes títulos:

1. Preludio
2. Nocturno
3. Los ojos
4. El escultor
5. Declamación
6. Los vientos
7. Locus amoenus (Lugar sereno I)
8. Eco (I)
9. Arca de la memoria
10. Interludio I: el silencio, los sonidos
11. Eco (II)
12. El escriba
13. Escribir y dibujar
14. Mardik
15. Eco (III)
16. Locus amoenus (Lugar sereno II)
17. Eco (IV)
18. Cortejo
19. Interludio II: la luz, el color
20. Los colores
21. Alfabeto
22. La escala de Jacob
23. Eco (V)
24. Duermevela
25. Epílogo

Sería motivo de un estudio más pormenorizado el análisis —en cuanto al ámbito que nos ocupa de la correspondencia de las artes— de las veinticinco piezas que conforman la obra, por lo que nos vamos a centrar en una de ellas para realizar una aproximación válida para el objetivo de este artículo.

En la página 107 del libro de Alberto Corazón, podemos leer el siguiente párrafo:

Nombre de los vientos en una inscripción hitita

El viento que todo lo arrasa
El viento que viene del sur
El viento caliente
El viento de tormenta
El viento de los tornados
El viento que viene del oeste
El viento que viene de la profundidad
El viento frío
El viento de las nubes²¹

Este texto inspiró la pieza número seis, *Los vientos*, la cual puede verse en el siguiente enlace:

<https://youtu.be/KgKlpwLVUUC>

²¹ *Ibid.* p. 107.

Recordando las teorías de Kandinsky, Praz y Souriau propuestas al inicio, se pueden establecer diversas vías de reflexión si las aplicamos a la pieza objeto de este análisis. A primera vista, llama la atención que la obra se ocupa, al igual que lo hace Wassily Kandinsky, de establecer paralelismos entre colores y sensaciones, lo que no significa que la relación propuesta sea idéntica a la que se indica en *De lo espiritual en el arte*, pero sí el hecho. Cada uno de los nombres de los vientos que podemos ir leyendo en pantalla, mientras formas abstractas van deambulando por esta, están acogidos por fondos de color uniforme, lisos, sin textura, que sirven de soporte al desarrollo tanto visual como auditivo. Así, en *Los vientos* se establecen los siguientes vínculos: verde para el viento que arrasa, amarillo y rojo para vientos cálidos, azul para los fríos y tormentosos, malva para el tornado, gris para la profundidad y blanco para el viento de las nubes. Esta primera observación nos sitúa en el plano de las sensaciones, no se ocupa tanto de detenerse en posibles correspondencias físicas como de plantear un espacio espiritual compartido. Es la búsqueda del alma, de la vida interior de la obra, que defiende Kandinsky, y que otorga a esta su verdadera esencia. El papel que juega la música nos recuerda la funcionalidad que le confiere este autor como medio en el que el resto de las artes se apoyan para avanzar juntas.

Por su parte Mario Praz defiende la correspondencia de las artes partiendo también de la existencia de un espíritu común, pero que va más allá de la confluencia temática. Resulta pues de interés la posibilidad de encontrar respuestas, mediante el análisis de la pieza en cuestión, a aquellas preguntas que nos hacíamos al comienzo de este artículo tras la exposición de las teorías de Praz, aplicándole los niveles de interacción disciplinar que definimos: temático, expresivo o ambos simultáneamente.

En cuanto al paralelismo temático nos hallamos ante una obra que, tanto a través de la palabra, como de la imagen y la música, plantea como motivo único los nombres de los vientos y, por consiguiente, su naturaleza. Cumple por tanto un primer nivel de correspondencia, entendiendo por niveles no la supremacía de uno sobre otro, sino la delimitación de caracteres que no son excluyentes y que, por otra parte, no se plantea cada uno de ellos como indispensable para que se pueda considerar la existencia de correspondencia entre lenguajes artísticos diferentes. Evidentemente, los casos que ostenten el tercer nivel, en el que se dan de forma simultánea correspondencia temática y expresiva, la presencia de interacción será más global que en aquellos que manifiesten uno u otro, lo cual no deriva en que esta tenga que ser sistemáticamente más intensa.

Referente a la correspondencia expresiva son analizables ítems tales como motivos, lenguaje, estilo, textura, timbre, composición, etc. En el fragmento que nos ocupa hay signos de posibles paralelismos entre motivos, tiempo, lenguaje o estilo. El uso en las imágenes de estructuras indefinidas y cambiantes que deambulan por y desde todos los puntos cardinales, se complementa, por una parte, con la dinámica que modifica continuamente la tipografía, tanto en forma como en color, y, por otra, con la línea melódica que se presenta variable, por momentos sostenida y amable o vehemente en otras ocasiones, al igual que puede serlo el viento. El tempo, la cadencia plástica, musical y gráfica gozan de una delicada complicidad que traslada con calma al espectador del inicio al fin de la pieza, empapándose de los distintos vientos por los que le hacen viajar, volviendo placentero incluso el paso por aquellos más impetuosos. La utilización del lenguaje descriptivo en el medio plástico y en el escrito se refuerza con el carácter programático de la partitura, detallando con acierto los paisajes duros, cálidos, fríos o profundos por los que transita. Suceso este que no acontece con voluntad individualista, pues el todo surge de entre las partes como algo más que simple suma de particularidades, sino que se ofrece como resultado de una experiencia vital universalista generando un único mensaje. Se constituyen así música, palabra e imagen en trípode sustentante de un organismo único que incluso consigue superar el carácter secuencial que, a primera vista, podría otorgársele. No debe extrañar la consecución de esta cualidad, toda vez que, como ya se ha mencionado, en la génesis de la obra subyace el concepto de memoria-cultura como un espacio unitario, multidireccional e intemporal.

Esta vocación narrativa que desprende *Los Vientos* en cada uno de los lenguajes que aglutina, hace que, como resultado de la confrontación de estos, podamos hallar, tal como sostenía Souriau, *correspondencias funcionales* en la analogía de lo expresado. Material y sensitivamente recorreremos igual camino desde distintos puntos de partida, de modo que la naturaleza de lo revelado pone en el mismo plano forma gramatical, plástica y musical, a modo

de traductor simultáneo de idiomas distintos que encuentran en ella una vía más de concordancia.

Somos conscientes de que esta aproximación —desde la perspectiva de la correspondencia de las artes— a la obra *Siempre/Todavía* a través de una de sus piezas, es un primer paso en un proceso que nos llevaría, extrapolando lo analizado a cada una de las 24 piezas restantes que la componen, a concluir si globalmente la obra pudiera ser ejemplo de interrelación de lenguajes artísticos. En referencia a la pieza que nos ha ocupado, *Los vientos*, podemos decir que en ella hallamos suficientes indicadores positivos, —carácter narrativo, confluencias temática y conceptual, modos de representación, etc.— que nos permiten hablar de la existencia de diálogo entre procesos creativos que, si bien es cierto que parten de un mero paralelismo disciplinar, crean un espacio de convergencia natural y, curiosamente, al mismo tiempo provocado. Es decir, la idea primigenia de los autores de encontrar una vía expresiva común podría hacer dudar de la autenticidad del resultado, por cuanto tiene de intencionado. Esta contingencia nos hace retomar las preguntas planteadas al analizar la teoría de Mario Praz, quien se cuestionaba la veracidad de la correspondencia en el caso de que escritor y pintor fueran la misma persona, circunstancia que se da con Alberto Corazón. A ello añadimos el parámetro de la incursión de otro sujeto, Alfredo Aracil, con un nuevo lenguaje, surgiendo la duda de si dicha irrupción venía a complementar o distorsionar la obra. Tras el análisis efectuado, podríamos concluir que en el caso de Corazón y Aracil, el producto final supera la duda de la intencionalidad, pues va más allá de la simple exposición finalista de una conjunción exitosa de individualidades. Nace así una obra con identidad propia, global y definida en la que el todo fagocita las partes, y es ahí donde radica su naturalidad.

EL PATRIMONIO FLUVIAL DE ECUADOR: UN PROYECTO HISTÓRICO, SOCIAL, CULTURAL, AMBIENTAL Y ECOTURÍSTICO

Dr. José Manuel Castellano Gil (PhD)

Docente-Investigador Universidad Nacional de Educación de Ecuador (UNAE)
jmcaste@yahoo.es

RESUMEN

Las casas flotantes de Babahoyo constituyen una herencia del conocimiento ancestral que es preciso rescatar por su gran relevancia desde diferentes ángulos. Este proyecto de carácter multidisciplinar y transversal pretende recuperar y revalorizar un patrimonio cultural excepcional que hasta la actualidad no ha sido objeto de estudio y que puede convertirse en un referente internacional por su gran interés a través de la materialización de este complejo museístico. Esta propuesta aspira además, a contribuir en el desarrollo social y económico del Cantón. En primer lugar, por su alto contenido patrimonial y cultural; en segundo lugar, por ser una herramienta de concienciación social respecto a la conservación y buen estado de los ríos y, por tanto, un instrumento válido que coadyuve a un cambio de mentalidad, que repercuta en una disminución de los niveles de contaminación, uno de los principales problemas a nivel global, pues el "agua", no olvidemos, es uno de los recursos básicos, prioritarios y estratégicos para el siglo XXI, hasta el punto que es considerado por los especialistas como el "oro blanco" en un futuro muy cercano; en tercer lugar, por su enorme potencial para un desarrollo local y sostenible vinculado al ecoturismo y patrimonio; y, en cuarto lugar, por su repercusión en el ámbito de la inclusión social, bien a través de diversas estrategias conducentes hacia una adecuación y dignificación de las construcciones existentes y de su entorno, como por la incorporación de sus moradores y habitantes en un proceso de reinserción profesional y de servicios, como consecuencia de una planificación de oferta eco-agroturística mediante el establecimiento de rutas ambientales relacionadas tanto con el río, como su fauna y vegetación. Otro aspecto clave de este proyecto se centra en sentar las bases para convertirlo en un centro de investigación de referencia a nivel mundial sobre la problemática de los ríos.

Ese proyecto tiene como principal objetivo desarrollar el diseño del primer complejo museístico flotante del mundo. No obstante, nuestro enfoque no se centra exclusivamente en el área museística, ni en rescatar, reconstruir históricamente ni revalorizar un patrimonio cultural, de por sí relevante y en peligro de extinción. Así como tampoco en recuperar un conocimiento, sus relaciones socioeconómicas o sus elementos asociados a un sistema constructivo propio y singular, que por sí mismo fundamentan más que sobradamente la necesidad de materializar este proyecto.

Nuestra concepción va un poco más allá de esa visión. En primer lugar, esta investigación se enmarca en una propuesta multidisciplinar, transversal e integral, que pretende recuperar y (re)valorizar un patrimonio cultural excepcional que hasta la actualidad no ha sido objeto de estudio, ni centro de atención de las instituciones políticas y culturales y que cuenta con todos los ingredientes para transformarse en un referente internacional. Y en segundo lugar, como consecuencia de ello, tiene una clara orientación pragmática y de aplicación directa en el contexto socioeconómico actual de Babahoyo: va encaminada a potenciar desde la cultura un

desarrollo local sostenible basado en el Plan General del Buen Vivir, en el Cambio de la Matriz Productiva y en los contenidos propugnados por la Agenda 21 de la cultura.

Esta propuesta aspira, por tanto, a fomentar e impulsar un desarrollo social, económico y cultural del Cantón y su Provincia sustentado en el alto contenido histórico y patrimonial de las casas flotantes. Su pretensión es convertirlo en una herramienta de concienciación social respecto al medioambiente; en rentabilizar su enorme potencial para impulsar un crecimiento sostenible; en intervenir en el ámbito de la inclusión social y en la generación de nuevas actividades comunitarias, empresariales y formativas; y en impulsar a través de la innovación y tecnología una alternativa de hábitat a los efectos de inundaciones y cambio climático.

Estos argumentos justifican la relevancia y necesidad de ejecución de este estudio, que debe conllevar un ineludible y comprometido acompañamiento de instituciones locales, interministerial y social para su consiguiente materialización. Por ello se hace imprescindible como primer paso una urgente acción dirigida a contrarrestar la gravísima situación actual que amenaza con la desaparición de este patrimonio flotante en Ecuador. Este es un testimonio arquitectónico que contiene una parte del legado ancestral y es, además, símbolo de un entramado social amplio y propio, el de una cultura anfibia y sus manifestaciones, que hasta hace poco, tenía un fuerte arraigo identitario en el imaginario de gran parte de los ecuatorianos costeros y que en estos momentos la conservación de esa herencia depende exclusivamente de los fluminenses.

Hasta el presente no se le ha concedido el valor, ni se ha reconocido el aporte decisivo que han desempeñado estas balsas y casas flotantes en la configuración del desarrollo social y económico del conjunto territorial ecuatoriano. Y tampoco se ha resaltado su contribución embrionaria a la formación del actual estado plurinacional e intercultural que propugna la Constitución ecuatoriana. Y ello, a pesar que, a finales de la década de los ochenta de la pasada centuria, Jenny Estrada dejaba constancia que la Dirección Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador, en su inventario de monumentos arquitectónicos, hacía referencia a la preservación de este tipo de edificaciones¹, únicas en su género en Sudamérica², y que era considerada como uno de los bienes culturales de la identidad nacional ecuatoriana. Y como contrapunto la propia historiadora guayaquileña hacía un llamado de atención al subrayar que hasta aquel momento no se había estudiado la aplicación de políticas coherentes que permitieran a su vez, mejorar el nivel general de vida de los habitantes de la zona y trabajar con ellos en la autoconservación de sus viviendas³, sin alteraciones arquitectónicas que desfigurasen el sentido estructural y alteraran la armonía del entorno. No obstante, ésta

¹ Sin embargo, debemos subrayar que el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural de Ecuador (INPC) no contempla en su actual inventario de Bienes culturales este tipo de edificaciones flotantes.

² Debemos aclarar, que esa observación no es del todo correcta. Pues, este tipo de viviendas flotantes se encuentra distribuida por amplias zonas de Latinoamérica (especialmente en Colombia, Perú, etc.) así como por el resto de los continentes, con una fuerte tradición y relevancia en el mundo asiático.

³ Estos y otros aspectos están contemplados en nuestra propuesta de investigación.

pertinente sugerencia planteada por Jenny Estrada ha caído en saco roto y nada se ha hecho al respecto. En definitiva, podemos decir que hoy estamos en el mismo lugar que hace más de veinticinco años o quizás en una situación aún peor.

Por tanto, rescatar e incorporar este elemento patrimonial al acervo histórico y su puesta en valor constituyen tareas de primer orden y éstas son objetos de nuestra atención. Esa identificación histórica, social y cultural, su conservación, difusión y proyección deben ser los primeros pasos de una hoja de ruta dirigida a fortalecer y consolidar un sentimiento identitario local y nacional, además, de una poderosa herramienta en el desarrollo local sustentable del Cantón, la Provincia y Ecuador.

Resulta evidente que en esta fase previa, como es obvio en un proceso inicial de investigación, contamos todavía con más interrogantes que respuestas. Pero también arrastramos la indecisión y pasividad de las instituciones ecuatorianas hacia esta iniciativa que planteamos, que cosecha, eso sí, excelentes elogios y aplausos pero nulos apoyos reales.

En cualquier caso, este breve texto nos permite, al menos, compartir con el lector y con la sociedad ecuatoriana algunos de los avances significativos. Nuestra finalidad es despertar el interés y la sensibilidad en la ciudadanía y en las instituciones públicas que deben comprometerse activamente en las labores de rescate, estudio, conservación y difusión de un elemento patrimonial único y singular en Ecuador.

Objetivo central del proyecto

El principal objetivo que nos hemos trazado en esta primera etapa de investigación es el desarrollo y diseño del primer complejo museístico flotante del mundo, con sede en la cabecera provincial de Los Ríos. Este centro es concebido como un agente promotor de los recursos enunciados y tiene como propósito el proyectar a Babahoyo, Los Ríos y Ecuador en el escenario internacional: como destino ecoturístico, cultural y como paradigma alternativo en la lucha por paliar los efectos devastadores, tanto materiales como humanos, generados por las inundaciones y el cambio climático. Además de coadyuvar a mitigar el déficit existente en el acceso a viviendas sociales dignas.

Este Complejo Museístico, a desarrollar bajo una concepción eminentemente digital e interactiva y con una orientación de centro articulador y dinámico de la vida cultural, estará integrado por tres unidades a rescatar de los prototipos de casas flotantes históricas más significativos a reconstruir de nueva planta⁴. Estas instalaciones serán distribuidas en distintos puntos estratégicos del curso del río Babahoyo y estarán dedicadas a recorrer el conocimiento de tres ámbitos temáticos específicos: a) Historia de la provincia de Los Ríos y de Babahoyo; b) Cuencas y Redes fluviales de Ecuador, con especial atención a la provincia de los Ríos y c) Historia de las casas flotantes en Ecuador.

⁴ En estos momentos tenemos seleccionado uno de los prototipos histórico a reconstruir, la "Balsa Blanca", que ha sido uno de los símbolos más arraigado en la sociedad fluminense.

Contribución patrimonial

Nuestro planteamiento tiene como punto de partida la necesidad primaria de rescatar un patrimonio, como las casas flotantes de Babahoyo, que hasta ahora no ha sido valorado, ni reconocido y se encuentra en peligro de extinción. Por tanto, se hace imprescindible un plan de actuación de recuperación y (re)valorización de esa herencia del conocimiento ancestral, para que pueda reconvertirse en un punto de atracción y en un motor de desarrollo complementario en el contexto de una economía local, marcadamente agraria y tradicional, con la finalidad de potenciar una parte del sector servicios en su implementación como recurso social, ambiental, económico, turístico y de innovación tecnológica.

Contribución social

Este proyecto apuesta decididamente por la inclusión y cohesión social a través de diversas estrategias conducentes a una vinculación directa con la comunidad; a una adecuación y dignificación de las construcciones fluviales existentes y de su entorno en un sentido pleno (campañas de embellecimiento y dotación de servicios básicos); al establecimiento de mecanismos competentes que incorporen a sus moradores y habitantes en un proceso de reinserción social y profesional, como consecuencia del diseño y planificación de una oferta ecoturística, en correspondencia a la organización de cursos formativos y de capacitación dirigidos a la creación de microempresas comunitarias en el campo cultural y de servicios.

Contribución ambiental

Estas edificaciones fluviales constituyen una herramienta de concienciación social muy válida respecto a la gestión y conservación de los ríos desde una doble perspectiva. Así desde el área de la educación ambiental es un óptimo instrumento para generar un cambio de mentalidad social sobre la necesidad de preservar y proteger las redes fluviales, una de las prioridades actuales a nivel global y regional. Y desde el campo científico, con la finalidad del establecimiento de políticas preventivas, de control y actuación, dirigidas a reducir los niveles de contaminación en las aguas del río Babahoyo y en su amplia cuenca fluvial, que afecta a diversos núcleos poblacionales y que, además, confluye en un área metropolitana de gran poblamiento humano como es Guayaquil.

De modo que esta caracterización fluvial de la provincia de Los Ríos, espacio natural de las casas flotantes, conlleva una intervención en la gestión, conservación y calidad de sus aguas para mejorar las condiciones de vida, al tiempo que aporta un valor añadido como plataforma de proyección exterior de Babahoyo y la provincia de Los Ríos en el compromiso ambiental y científico responsable. Y para alcanzar ese objetivo consideramos que un aspecto clave de este proyecto es el sentar las bases para que Babahoyo se convierta en sede y punto de encuentro bianual de investigadores de referencia mundial especializado en la gestión y conservación de los ríos.

Contribución a un desarrollo sustentable

Concebimos este proyecto sobre las casas flotantes como un agente activador de un desarrollo sustentable vinculado al ámbito ecoturístico, a las industrias culturales, de servicios y actividades económicas complementarias y como un elemento articulador urbanístico, a partir de la creación del complejo museístico y del diseño de estrategias en tal sentido como el establecimiento de rutas fluviales, terrestres y agroturísticas. Según nuestra consideración, el desarrollo sostenible de la provincia de Los Ríos y del cantón de Babahoyo pasa irremediablemente por una valoración cultural y ambiental del territorio que ponga en valor la singularidad de sus recursos y su capacidad creativa e innovación tecnológica.

El desarrollo económico actual de Babahoyo está sustentado en un binomio productivo agrario tradicional (banano-arroz). Sin embargo, su acelerado crecimiento demográfico en los últimos 60 años (pasando de 9.181 habitantes en 1950 a 153.776 en 2010 y su fuerte concentración urbana (un 15% en 1950 a más del 50% en 2010) son indicadores que hablan de la necesidad de articular una economía terciaria y de servicios complementaria, que no sólo sea capaz de absorber a ese excedente de mano de obra agraria sino que pueda activar y dirigir su desarrollo hacia una economía diversificada, sustentable y respetuosa con el medioambiente.

Contribución a la innovación tecnológica

En las últimas décadas se ha planteado a nivel internacional y se está trabajando en la construcción de casas flotantes como alternativa a los efectos de inundaciones y del cambio climático. Estas edificaciones permiten sobrellevar de una manera más segura las inclemencias meteorológicas en las zonas de alto nivel de riesgo, al tiempo, que se deben introducir condiciones adecuadas para generar un hábitat con un mejor nivel de vida y, por tanto, dotadas convenientemente de los servicios básicos que contrarreste las enfermedades y problemas de salubridad y como una respuesta viable para superar el déficit existente de viviendas sociales. Y en esa línea planteamos el desarrollo y diseño de un Plan piloto de viviendas sociales flotantes como alternativa a las consecuencias de inundaciones y cambio climático en Babahoyo. Y que posteriormente se pudiera replicar en otros espacios de su provincia y otras zonas del país que sufren idénticas inclemencias.

Ecuador cuenta, al menos desde un punto de vista histórico, con un bagaje de conocimiento tradicional y experimental que debe rentabilizar. Y en ese sentido traemos a colación el caso holandés que, a pesar de no contar con una tradición cultural con respecto a esta tipología constructiva, ha sabido extraer esa sapiencia ancestral como resultado de su experiencia colonial en el mundo asiático para aplicarla a su territorio. Esa iniciativa ha contado con el respaldo del propio gobierno que ha potenciado a través de diferentes programas la generalización de edificaciones flotantes, convirtiéndose en un país puntero y vanguardista en este campo del diseño arquitectónico acuático, que ha contribuido a una reactivación económica en cascadas de iniciativas, servicios y emprendimientos a su alrededor.

El ejemplo holandés se aplica en algunas partes del mundo y en el ámbito Latinoamericano debemos resaltar la excelente labor realizada por las instituciones políticas y universitarias de la ciudad de Medellín que, en el marco del proyecto "Ciudades colombianas y cambio climático", está desarrollando una propuesta de edificación de casas flotantes a implementar en las regiones del país más propensas a inundaciones, intensificadas a causa de la variabilidad climática y el cambio climático. Al tiempo que destacamos que ese planteamiento está estrechamente interrelacionado y sustentado en unos fines de preservación y conservación de los valores socioculturales y en la consecución de un mejoramiento de la calidad de vida.

Nuestro proyecto integra plenamente esos fundamentos y va dirigido, por tanto, a motivar la incorporación de arquitectos e ingenieros ecuatorianos en el campo de innovación tecnológica; a estimular la creación de un plan de viviendas sociales flotantes y dignas; y alentar a la iniciativa privada a la construcción de pequeños recintos turísticos flotantes, definidos por una respetuosa relación con el medioambiente, con los rasgos tradicionales y con la capacidad de incorporar nuevos avances tecnológicos implicados en el uso de energías limpias, sistemas de reciclajes y autosustentables.

Por todo lo señalado se hace necesario conservar ese patrimonio arquitectónico, social y cultural como un símbolo identitario que nos conecta al pasado, al mundo de nuestros ancestros, a una cultura anfibia, a las comunidades originarias ecuatorianas y que nos puede proyectar al futuro. Y desde esa última perspectiva estamos convencidos que este patrimonio cultural supone un recurso único, exclusivo y excepcional en todo el territorio ecuatoriano que debe ser rentabilizado, ya no sólo desde el conocimiento sino como un instrumento cultural activo en el diseño de un desarrollo local sustentable de la zona.

LA MÁQUINA AUTOMÁTICA COMO CANAL EXPRESIVO PARA UN ARTE DEL PROCESO

José Manuel Ruiz Martín
Docente investigador
Universidad de las Américas (Quito, Ecuador)
jose.ruiz@udla.edu.ec

RESUMEN

El presente artículo pretende dilucidar algunas de las claves del cambio de paradigma en el concepto de la creación artística de la Historia del Arte durante la segunda mitad del siglo XX, cuando el artista genera nuevas estrategias creativas mediante el uso de la máquina automática - en este caso, la fotocopidora- como canal expresivo, forzando así una transición desde el arte objetual al arte del proceso. Se presenta una lectura de la historia inédita hasta el momento, empleando referencias de gran relevancia ligadas al terreno de la filosofía y el pensamiento y relacionándolas con obras de arte paradigmáticas del movimiento electrográfico, cuyos artistas aportaron sus respectivas miradas en pos de la desmaterialización del objeto, hecho clave para comprender la Historia del Arte contemporáneo.

Palabras clave: Máquina automática; electrografía; desobjetualización; arte procesual.

1. INTRODUCCIÓN

La segunda mitad del siglo XX vino marcada por una profunda e importante transformación en el concepto de la creación artística. En pocos años, y casi radicalmente, el artista pasa de crear objetos a desestimar tal empresa en su plan de acción. Pasa de entender el acto creativo como una manera de liberar el subconsciente, de expresar directamente sus sentimientos más profundos a retomar estratégicamente la planificación de la obra y a introducir en ese nuevo y meticuloso plan toda la complejidad que supone incorporar los nuevos procesos tecnológicos en el proceso productivo global del proyecto.

Así pues, en sus ateliers ya no se crean objetos, sino que, por el contrario, se comienzan a generar cartografías de un proceso o, lo que está directamente relacionado -como veremos aquí-, a triturar auras. Evidentemente, el artista no puede desatender al objeto si previamente no ha triturado su aura, por lo que el proceso va a ser consecuente y progresivo.

“A medida que las obras se tornaban procesuales y se desmaterializaban, mermaba la estética de la presencia sensible y alcanzaban mayor relevancia los gestos, proyectos, la documentación y las fotografías que acentuaban el polo mental, como visualizó con lucidez Szeemann en la muestra de culto *Cuando las actitudes devienen forma* (1969)” (Marchán Fiz, 2012: s/n).

En definitiva, el objeto deja de tener una presencia marcada para ir en pos del proceso creativo en sí mismo. Esto conduce a un arte que transformará la manera en que se produce, renovando a la vez la realidad del atelier, lugar donde penetran -de la mano del artista- las ideas y el pensamiento, ligado cómo no, a la cultura de masas y a la nueva forma que tiene el artista de relacionarse con el mundo.

“Desde la electricidad, los inventarios no constan tanto de mercancías almacenadas sino de materiales en continuo proceso de transformación en lugares físicamente separados. La electricidad (...) prima el proceso” (McLuhan, 2009: 393-394).

Al igual que el propio perfil del artista cambia y se transforman los instrumentos y medios con los que consume su labor, también lo hace el concepto de la creación artística bajo una sentencia desacralizadora: la desmaterialización del objeto, lo que implica, a su vez, una consecuente variación en las relaciones dadas en el contexto del atelier, de la mano de una nueva integrante, la máquina automática como su extensión prostética, lo que supone un antes y un después en la mirada del artista.

2. EL USO DE LA MÁQUINA AUTOMÁTICA DESDE PREMISAS DISCURSIVAS

Durante la antigüedad, las artes mecánicas o artes *mechanicae* -arquitectura, pintura, escultura y agricultura- estuvieron ligadas al trabajo manual de los esclavos, en contraposición con las artes liberales -referidas a las ciencias, principalmente-, solo dignas de hombres libres, clasificación devenida de Grecia y de su sociedad clasista.

En el Renacimiento, el artista -hombre generalmente culto- se interesó de manera especial por la ciencia y la tecnología con la principal pretensión de desarrollar una serie de procedimientos técnicos que le permitiera ser “fiel” en cuanto a la reproducción de la realidad se refiere, algo que, progresivamente, va a ir desmantelándose.

“En una época como la de Leonardo, la sociedad estaba dividida en hombres en posesión de los instrumentos culturales y hombres excluidos de dicha posesión. Los poseedores de valores culturales detentaban la cultura en su totalidad: Leonardo era matemático y técnico, proyectaba máquinas posibles y acueductos concretos” (Eco, 2011: 83).

El artista es, a la vez, responsable, protagonista y encargado de ofrecer imágenes del mundo, probablemente la única forma que posee el ser humano de tener acceso a esa información de lo real. De ahí que el artista sufra una cierta obsesión por la fabricación de un artificio técnico que mecanice el proceso y lo libere así de esa “servidumbre” que supone la construcción de imágenes de la realidad que, en algunos casos, no está ligada a la recreación artística e inventiva de la visión del mundo, sino que es fiel servidor de la distribución de imágenes del mundo que permiten hacerlo visible.

Ejemplo claro de esto, ligado al papel del dibujo y a las técnicas de reproducción y estampación, es el trabajo del artista alemán Alberto Dürero, más concretamente, la realización de su famoso grabado de 1515 *El rinoceronte*, que pretendía con toda probabilidad la forma procesal técnica más fiel respecto a los datos que llegaron a manos del artista -una breve descripción escrita y un boceto-, elaborados por un mercader y un artista desconocido, respectivamente, tras visualizar al animal en Lisboa, proveniente de la India.

Posteriormente, con el advenimiento de las ideas ilustradas, se reclamó la integración de las artes mecánicas con las artes liberales. Esto puede constatarse en la *Encyclopédie, ou dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers*, obra de Denis Diderot y Jean le Rond d'Alambert, publicada entre 1751 y 1780.

En su importante texto *La condición postmedia*, el artista y teórico Peter Weibel referencia dicha Enciclopedia de la siguiente forma:

“Diderot quería (...) cambiar la sociedad a través de la emancipación de las artes mecánicas. A través de la mejora del status de las artes mecánicas quería mejorar el status social de los ciudadanos. Decía que la diferenciación entre artes liberales y mecánicas había degradado a la humanidad” (Weibel, 2006).

La propuesta de Diderot, fue la pretensión de un cambio social de gran magnitud, con la promulgación de las tecnologías como soporte de una profunda reestructuración de la sociedad.

Fue, pues, la unión integradora de disciplinas, la interdisciplinariedad de ciencia, arte y política, la apuesta por una amplitud del saber, por el desarrollo de máquinas que contribuyeran fielmente al progreso. En este sentido, las ideas de la ilustración pueden relacionarse directamente con la “batalla” que, en el transcurso de la historia del arte, han mantenido los tecnófilos por poner en valor la tecnología como medio de creación. Hablamos, pues, de ciencia y tecnología directamente relacionadas con el arte.

Evidentemente, ese compromiso primigenio del artista con la reproducción de la realidad -ligada en cierto sentido a la técnica-, terminó por desaparecer, lo que se tradujo irremediamente en una animadversión hacia la técnica, sobre todo por parte de los artistas que con perfiles herederos de las corrientes románticas relacionadas con la pintura, pues ésta supone que la técnica artística carece de las condiciones idóneas de reproductibilidad naturalista -al contrario que el dibujo-.

Con el advenimiento de la edad eléctrica -tras la Revolución Industrial y la inclusión progresiva de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana del ser humano-, el artista entiende su nuevo rol, concediéndole de nuevo protagonismo a la técnica, aunque esta vez, evidentemente, su objetivo principal dista ampliamente del de sus predecesores.

“Estas tecnologías llevaban implícito un lenguaje que había que aprender y comprender. Los primeros artistas que se enfrentaron a estas máquinas entendieron muy bien que había que estudiarlas, escudriñarlas y comprender su proceso. Para dar contenido a las formas artísticas que se generaban con estas técnicas, desvelarlas, abrirlas, ver y enseñar sus entrañas. Entender lo que significa representación, imagen, lo que somos nosotros en el mundo, para ser en el mundo ‘rastros’” (Tortosa, 2004: 78).

Así, con la fotocopiadora, el artista se encontrará con una tecnología que ha de comprender, lo que implica conocer aspectos tecno-funcionales inéditos hasta el momento. De repente, la electricidad, la física y la química conforman entre sí una serie de componentes y materiales diversos interrelacionados y dotados de cierta complejidad. Esto propició, como así ha ocurrido en otras ocasiones en el transcurso de la Historia del Arte, una fuerte crítica hacia el perfil artístico institucionalizado o apocalíptico. Así, los artistas que se dedicaron a destripar la máquina como método de comprensión previa a cualquier actuación fueron tildados de artistas de bajo rango. Para este sector, según apunta el filósofo José Antonio Marina en *Elogio y refutación del ingenio* (XX Premio Anagrama de Ensayo), la técnica es “una segunda naturaleza, que ahorma la libertad humana, y aceptarla es elegir un destino. Cada técnica artística implica una metafísica, y la metafísica antigua del realismo no era compatible con el arte. (...) Este desprecio de la técnica caracteriza al ingenio, que resuelve los problemas sin recurrir a saberes esotéricos. Le bastan los materiales al alcance de todos. Su vocación es el bricolaje” (Marina, 1992: 149).

Como observación (que posee sin duda también un carácter autocrítico), cabe apuntar que los artistas preocupados en demasía por la técnica y que otorgan excesiva importancia a la misma suelen incurrir en el efectismo tecnicista a la hora de producir su obra. Qué duda cabe que el conocimiento de la técnica, más aún tratándose -no olvidemos- de máquinas, concede al artista cierta libertad, pues le permite conocer las limitaciones y capacidades del medio. Pero, por el contrario, hasta que el artista supera esta fase y, en consecuencia, obtiene dicha libertad, transita por un proceso de desconexión de lo artístico.

“Solo cuando el subconsciente trabaja instintivamente con los medios técnicos, puede la emoción expresarse en las planchas en toda su pureza, y las limitaciones técnicas, dejando de ser estorbos, se vuelven auxiliares” (Westheim, 1967: 187).

El problema surge cuando la técnica se sitúa por encima del propio discurso creativo. Si este hecho da lugar, la obra se resiente. Así, artistas como Sonia L. Sheridan, Jürgen O. Ollbrich o Jake Tilson, por citar algunos, han tenido la capacidad intelectual de comprender los mecanismos

funcionales de la tecnología y la genialidad artística de sobreponerse para trabajar en libertad, para usar la máquina desde premisas discursivas, para domarla y hacer que responda a sus imaginarios.

“Con el desarrollo de la cultura hemos asistido sobre todo a una estabilización de los distintos niveles teóricos: entre investigación teórica e investigación experimental se ha creado un hiato y un sistema de ‘disparidad de desarrollo’, que algunas veces ha presentado décalages de varios decenios y más” (Eco, 2011: 83).

Como bien señala Umberto Eco, la simbiosis entre investigación teórica e investigación experimental, signo específico de la cultura de masas, es lo que mueve al artista que se topa con la máquina automática, lo que, a la vez, define específicamente el interés de este artista en cuanto a creación se refiere, y lo que va a determinar su comportamiento ante la máquina.

3. SOBRE EL DESVANECIMIENTO -O ENFRIAMIENTO- DEL AURA Y LA DESMATERIALIZACIÓN DEL OBJETO.

Cuando el filósofo alemán Walter Benjamin escribió *La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica* (1936), introdujo en ella un término de vital interés para el desarrollo del arte actual y cuyo análisis resulta a la vez fundamental para esta investigación: el “aura”:

“La autenticidad de una cosa es la esencia de todo lo que contiene desde su creación y que se ha transmitido, desde su duración material hasta su testimonio histórico. Este testimonio se basa en esa duración, de modo que la reproducción, al sustraer la percepción de la duración, prescinde de la dimensión histórica de la cosa. (...) Al hacerlo prescinde de la autoridad de la cosa. (...) Todos estos elementos pueden subsumirse en la palabra “aura”; por lo que podemos decir que, en la época de la reproductibilidad mecánica, se desdibuja el ‘aura’ de la obra de arte” (Benjamin, 2010: 15-16).

Benjamin expone la idea de que, con la aparición de la fotografía -entendida esta como *techné* reproductiva-, comienza el proceso de desmantelamiento del aura de la obra de arte, provocado principalmente por la introducción del concepto de serialización.

“Sacar el objeto de su halo, destruir su aura, es propio de una percepción cuyo ‘sentido de lo idéntico en el mundo’ se desarrolla hasta negar lo único, serializándolo” (Benjamin, 2010: 19).

Unas cuantas décadas después, el profesor José Luis Brea publicaba *Las auras frías. El culto a la obra de arte en la era posaurática*, en la cual realizaba una revisión o, mejor, una actualización del pensamiento de Benjamin. En ella, Brea permuta la idea de la desaparición del aura de la obra de arte por una variación de su temperatura, esto es, un enfriamiento de dicho aura. Coincide con Benjamin en diagnosticar la desaparición del aura vinculada a la noción de autenticidad y unicidad, desquebrajadas por la reproducción mecánica. También lo hace al estimar igualmente que a esta caída del valor aurático le corresponde un aumento de su valor exhibitorio. Pero lo que no comparte el autor es que esta traslación del valor aurático al exhibitorio afecte también a la significación de la experiencia artística. Por ello, Brea prefiere hablar de un enfriamiento en la temperatura del aura, pues no cree que haya sufrido una absoluta desintensificación, lo que, según él, nos llevaría consecuentemente a referirnos a la muerte del arte.

“Pero algo fundamental ha cambiado. El viejo aura cuyo desvanecimiento había augurado Walter Benjamin (...) ya no preside, ciertamente la experiencia estética. Aquel aura ya no flota vaporosamente en torno a la obra. Los nuevos dispositivos

de difusión que articulan la recepción de la obra de arte habían sentenciado su desvanecimiento, fantasma de una máquina -la de la representación- demasiado lenta, premiosa en su truculencia” (Brea, 2009: 6).

Brea también se refiere a esto como el “efecto Duchamp”, evocando los *Ready-mades*¹ del artista francés de principios del siglo XX, a los que años después -ya en la década de los sesenta- se sentirían de alguna manera influenciados movimientos como *Fluxus* o el *pop art*, de la mano de Joseph Beuys, WolfVostell o Robert Rauschenberg, entre otros.

“Efecto Duchamp. Un halo frío, eléctrico, que envuelve a las nuevas obras de arte. Desde que el ciclo Benjamin se ha cumplido. Desde que la obra ha perdido aquel halo misterioso que le asegurara un orden de privilegio en la relación que con ella pudiera establecer cualquier sujeto: el aura” (Brea, 2009: 5).

Volviendo a Benjamin, con el transcurso de los años y el desarrollo de las prácticas artísticas ligadas a la tecnología como medio, ha quedado patente que con la serialización no se niega lo único, sino todo lo contrario: se reafirma tantas veces como se multiplique. El interés y la necesidad comercial del mercado del arte por asignar el correspondiente valor económico, es decir, por “amarrar” la autoría en pos de su productividad, propició la serialización numerada y firmada, a lo que contribuyeron decisivamente la estampa y la fotografía y todos los procesos posteriores de reproducción automática, hasta las técnicas digitales de impresión de última generación². De ahí que la serialización no conlleve el desvanecimiento del aura, pues seguimos hablando de obras originales, únicas, aunque seriadas. Lo único probable es que, con la serialización, quizás, la obra de arte haya perdido cierto valor de cambio.

La historia de las prácticas artísticas y la experiencia concreta en lo que a reproductibilidad técnica se refiere, disipa entonces la idea de que la destrucción del aura está directamente relacionada con la serialización. Esto corresponde también en gran medida al desarrollo de la

¹ Duchamp realizó su primer *Ready-Made*, titulado *Rueda de bicicleta*, en 1913. Con él, descontextualizaba las implicaciones codificadas por el arte, pero asumiendo el objeto común como “arte” (es decir, concediéndole una atención privilegiada); dado que es el propio artista el que lo asume, logra desplazar el protagonismo del “objeto artístico” al “artista”; o sea, del “objeto” al “sujeto”. Estas obras de Duchamp se pueden interpretar como un gesto gratuito, como un acto de protesta desacralizante contra el concepto “sagrado” de obra de arte, pero también como una voluntad de asumir en la esfera del arte cualquier objeto “finito”, a condición de que el artista lo tome como arte.

² Véase, por ejemplo, el proceso *Digigraphie*, “un certificado creado por la marca francesa Epson, al cual se están adhiriendo multitud de artistas y talleres que emplean tecnologías digitales de última generación, debido a la extrema fiabilidad, lograda tras largos años de trabajo e investigación por científicos y artistas de reconocido prestigio que poseen las impresiones digitales que emplean este sello. Cada impresión es autenticada de manera individual con un número de serie; el artista procede a firmarla y posteriormente es marcada mediante el sello oficial en relieve de la marca, acompañándola finalmente de un certificado de garantía”. Estas impresiones “aseguran una extrema estabilidad de la imagen: importante resistencia a la decoloración por cualquier agresión física, ya sea bien por luz, calor o bien por ácidos, y una permanencia que, según los *tests* llevados a cabo por el prestigioso instituto norteamericano *Wilhelm Imaging Research*, alcanzan cifras superiores a los 120 años, según el tipo de soporte elegido y las condiciones de almacenamiento de la pieza, las cuales deben respetar una humedad ambiente entre el 30% y el 50%, manteniendo una temperatura no superior a los 21° C” (Ruiz, 2011).

imagen procesual. Para acercarnos a dicho concepto, creemos conveniente definir en primer lugar su antagónico, la imagen objetual. Así, podemos entender por imagen objetual aquella que está consolidada dentro de sus límites, que generalmente posee una temporalidad fija y que uno de sus principales fines es el de permanecer inalterable en el tiempo. En relación a esto, el teórico cinematográfico francés André Bazin, en su libro *¿Qué es el cine?* (2001), más concretamente en el capítulo *Ontología de la imagen fotográfica*, se refiere a la creación de imágenes como la respuesta a la necesidad primitiva de vencer a la muerte, un escape a la inexorabilidad del tiempo, mediante su perennidad material, salvando las apariencias mismas del cadáver en un intento de conservar su alma. Relacionando pues esta definición con la que Walter Benjamin sostiene sobre el aura, su sintonía resulta más que evidente. El aura, entonces, está directamente relacionado con el objeto. Contrariamente a esta manera de entender la imagen, la imagen procesual nos habla de un proceso durante el cual se generan multitud de posibilidades para concebir una imagen, bien de forma metodológica, mecánica, electrónica o informática, sin la necesidad de que ésta se materialice en objeto alguno. De ahí que, para destruir el aura, el artista no tenga más remedio que desviar su mirada desde el objeto hacia el proceso. El profesor Tortosa, en su tesis doctoral, se acerca al concepto de proceso de la manera que sigue:

“Reordenar los materiales, tanto los técnicos que intervienen en la obra, como los conceptuales” (Tortosa, 2004: 75).

La fotografía, claro está, sigue ligada al concepto de autoría, de autenticidad, de objeto. Pretende también permanecer inalterable y “fija”³ al paso del tiempo, por lo que su aura sigue vigente. La fotografía no es sino la tecnología que se limita a concretizar el ideal de imitación de la naturaleza que durante siglos ha perseguido incansablemente el artista, apoyándose para ello en conocimientos tecno-científicos. Es importante como indicio, ya que sin su existencia no hubiera sido posible que los artistas venideros tuvieran claro su papel ante el uso de las nuevas tecnologías.

De esta forma, el aura de la obra de arte permanecería con cierta estabilidad hasta la entrada de la máquina automática en el atelier del artista. Y esta es una de las claves más importantes de la historia del arte de la segunda mitad del siglo XX. Entonces, es la fotocopiadora -también el video o la computadora-, entendida esta como medio, la que permite al artista triturar y dismantelar el aura de la imagen, pues su mirada -su estrategia tecno-funcional- provoca un giro de ciento ochenta grados desde la imagen-objeto a la imagen-proceso. Y la experiencia nos dice que los artistas que se “abalanzaron” sobre la máquina automática, fueron en muchas ocasiones plenamente conscientes de esta revolución.

Pero lo procesual -como bien asevera Brea- es programa o plan de acción, es vocación, y es una forma de tomar partido, de posicionarse, también políticamente. A este respecto, el autor confecciona un precioso símil con el acto de lanzar un dado al aire:

“Es por ello que el establecimiento de un régimen frío, posaurático, es no solo destino: sino también vocación, opción programática, decisión política (...) Es el movimiento -y no su resultado- lo que nos interesa, lo que interesa al sentido” (Brea, 2009: 6).

Así es. El principal interés del artista que cohabita y actúa en un régimen posaurático, se desvincula del resultado, se torna intransigente con el objeto, con la obra limitada espacialmente. En cambio, sus sentidos se amplifican, auxiliado ahora por su extensión prostética, desplazando -de forma consciente o no- la significación de lo artístico a circunscripciones alejadas de lo

³ El concepto de “fijación” resulta muy interesante para establecer una relación oportuna entre la fotografía y el tiempo. El fijador, como solución química, convierte los haluros no revelados en compuestos solubles en agua, que se eliminan mediante lavado. Este producto le otorga estabilidad a la imagen, esto es, permanencia y resistencia al tiempo.

establecido hasta el momento.

“La máquina es una máquina de procesos y esto hace que muchos artistas ya no persigan el objeto final sino la consecuencia de un proceso de transformación. La visualización final no es lo importante más que como expresión/clave del proceso” (Tortosa, 2004: 79).

La máquina xerográfica se erigió, pues, como un medio adecuado de expresión y creatividad, debido a sus características intrínsecas y sus heterogéneas facultades. Y el proceso de experimentación con esta motivó al artista a adentrarse en la exploración de un lenguaje artístico innovador, lo que nos lleva a reafirmar un importante cambio de paradigma en la creación artística o, a lo que Brea se refirió como “un enorme desplazamiento -en el sentido más fuerte, en el que tenía para el Foucault de *Las palabras y las cosas*- de la significación de lo artístico, del orden y la epistema que articula el modo de su acontecer en tanto hecho público. Una enorme variación en la forma en que lo artístico se ofrece a nuestra experiencia, en que lo conocemos, en el modo en que el espíritu recorre ese territorio” (Brea, 2009: 6).

4. PROCESOS DEL COMBATE ARTISTA-MÁQUINA

“Algo está ocurriendo y sé lo que es. Es mi material, movimiento, tiempo, decisión, uso de la máquina. La situación determina el resultado. Yo actúo, la máquina reacciona. Un proceso siempre algo risible. El uso de la máquina, una rutina cotidiana. Sólo apretar el interruptor, utilizando antes los ojos y la cabeza. Observando la máquina, el proceso y el producto resultante crea posibilidades para una intervención artística. Observando a un artista trabajar en ello. Es siempre la creación de una imagen como una información de unas series como documentación. Mi comportamiento a través de los materiales (que incluye a la máquina) determina el resultado de las performances. Yo decido sobre el resultado. El trabajo acontece en una situación pública. Me pierdo y encuentro a través de la ayuda de la máquina. El objeto está en la oscuridad. Todo parece diferente en la luz. Objeto real, original, multiplicación y avería existen en el mismo instante, en la luz y en la oscuridad. El sonido de la máquina es el ritmo del trabajo. Hombre, máquina y resultado instantáneo están en una información/relación fijando el tiempo, el material y la actividad humana. Soy responsable de mi trabajo. Las coincidencias crean las obras más sorprendentes. Yo aprieto el interruptor -donde sea, cuando sea-, por tanto tú puedes” (Olbrich, 1991: 89).

El texto del artista alemán afincado en Kassel, Jürgen O. Olbrich, expresa de forma magistral y con una sutileza encomiable los sentimientos y pareceres de un artista que se enfrenta y, a la vez, se une a la máquina en el proceso creativo, ofreciendo claves de gran interés acerca del devenir de esa profunda relación que surge con la incorporación de la máquina automática en el atelier del artista y, claro está, con los posicionamientos de carácter procesuales que genera la desobjetualización de la producción artística.

Uno de los hitos que resulta más interesante para esta investigación es que la máquina automática deja de ser un medio a los ojos del artista actual, lo que supone un concepto revolucionario. El artista -de alguna manera- personifica a la máquina, la dota de vida -puesto que su comportamiento es autónomo- y le otorga un papel fundamental en el proceso creativo, dejando, en muchas ocasiones, que esta hable y reaccione por sí sola pues, su ayuda, su rol, es de vital importancia para resolver el eterno problema de la representación. Por otro lado, la máquina se desnuda ante el artista, le muestra sus entrañas y, aquel, en una actitud no carente de sexualidad, la observa, la escucha y finalmente la penetra.

Esta metáfora sexual ya fue empleada por Marshall McLuhan de la forma que sigue:

“El hombre se convierte, por decirlo así, en los órganos sexuales del mundo de la máquina, como la abeja lo es en el mundo vegetal, y ello le permite fecundar y originar formas nuevas” (McLuhan, 2009: 72).

En el desarrollo de esta peculiar relación, el artista tiene la posibilidad -e incluso la responsabilidad ética- de ir más allá. Ha de tener en cuenta que la máquina ha sido programada para realizar una labor muy determinada, la cual no tiene por qué ser respetada en su totalidad por el artista, puesto que eso significaría el sometimiento de la creatividad en pos de la técnica, esto es, el artista se convertiría en un mero operario incapaz de hacer cumplir a la máquina sus exigencias creativas. Bien es cierto que estas exigencias de las que hablamos son verdaderamente subjetivas. Para algunos artistas, aquellos que aún no son plenamente conscientes de la importancia que subyace tras la aparición de la máquina automática en el panorama creativo, la degradan hasta su utilidad más insignificante, esto es, la duplicidad. Son resquicios de un pensamiento que debiera estar ya superado, proveniente en gran parte de territorios como el grabado o la estampa, que han solido pecar de excesivamente tecnicistas.

Con la intención de esclarecer las claves que incurrieron en el cambio de paradigma que se dio en el concepto de la creación artística en la segunda mitad del siglo XX, intentaremos elaborar un discurso razonado, tomando como vehículo relacional una serie de obras paradigmáticas elaboradas mediante procesos electrográficos y, teniendo claro que, si aspiramos a no incurrir en el desacierto, no podemos ofrecer objetos, sino procesos justificados por el pensamiento creativo y novedoso del artista, amparado, claro está, por la máquina automática. Es importante señalar que se trata de ejemplificar el cambio de paradigma, por lo que no es objeto de esta investigación analizar procesos análogos, aunque sirvan igualmente para tal fin.

Al revisar las publicaciones y archivos disponibles donde se encuentran las obras más relevantes en cuanto a electrografía artística se refiere, observamos que, en la mayor parte de ellos -salvo algunas excepciones-, dichas obras se encuentran clasificadas según la técnica o el procedimiento empleado. No creemos que este tipo de organización tan cerrada y restrictiva favorezca el desarrollo de la empresa que nos ocupa. Aquí, lo que de verdad importa es el modo en que el artista se relaciona con la máquina, la forma que tiene de enfrentarse a ella, por lo que hemos de entender que ante esto existen dos comportamientos o posicionamientos principales que marcarán las pautas creativas de forma trascendental, es decir, someter a la máquina de forma transgresora para -más allá de sus funciones primigenias- forzarla a hacer realidad los imaginarios del artista, o aceptar su automatización como tal y plantear un programa discursivo cediéndole la palabra, dejando que ella misma actúe, siempre bajo la atenta mirada del artista.

4.1. Habla el artista (sometiendo a la máquina).

Como punto de partida, tomaremos el proceso reproductivo ideado por la artista norteamericana y profesora del *Art Institute* de Chicago, Sonia L. Sheridan, que dio lugar a la serie *Hand with seeds*, reproducida en la publicación del catálogo de la histórica exposición *Electroworks*.

De tal proceso dilucidamos que lo que le preocupa en verdad a Sheridan es que la copia, un simple papel grafiado con pigmentos-tóner de colores por una fotocopidora analógica tricrómica, ejemplifique desde su visualidad formal un profundo cambio de paradigma en el concepto de creación artística. No cabe duda de que esta copia es una auténtica revolución conceptual. Lo que se muestra ante nuestros ojos es la descripción de un proceso que se da en el tiempo y que ha requerido de varios procesos gráficos sobre el proceso gráfico inicial de reproducción, para hacernos entender que no es la calidad ni el significado concreto de la imagen resultante lo que tiene importancia, y, por tanto, en lo que debemos detenernos o considerar para su valoración artística o estética, sino que su verdadera importancia, y lo que hace a esta obra -o mejor, a este

programa de actuación- revolucionario, auténticamente innovador, es que el artista vira su mirada y su interés creativo hacia el espacio-tiempo, ahí es donde se da el cambio de paradigma. Es pues el concepto espacio- temporal lo que ha cambiado, y los artistas, conscientes de ello, dirigen ahora sus investigaciones hacia este hecho.

“En el proceso de generación de la imagen, hay un hecho técnico fundamental, y es que a estas máquinas, para capturar la imagen, no se le dispuso de un dispositivo de disparo único mediante flash, que, por otro lado, hubiese sido lo lógico para ganar tiempo en la copia de documentos. Se siguió manteniendo el tren de lámparas que rastrea por la pantalla en busca de la captura de la imagen. Seguir este tren de lámparas provoca la unión de rastros unidimensionales de la longitudinalidad de lo lineal. Este hecho lo convierte en el protagonista del proceso” (Tortosa, 2004: 79).

La fotocopiadora, cuya pantalla de exposición es plana, horizontal y no admite volumen ni imagen en movimiento, es pervertida técnica y funcionalmente por el artista en su búsqueda de ampliar sus posibilidades, lo que propicia un encuentro singular que algo tiene de lucha y, a la vez, de maridaje pasional.

Así, el concepto de huella queda patente en el trabajo creativo de un buen número de artistas. Para ellos, la huella electrográfica se contrapone al lenguaje fotográfico como una forma más tangible, más directa, más pura de representar y, a la vez, con mayor influencia de la cultura pop. Y es esa pureza de su estética primitiva lo que lo relaciona con las primeras manifestaciones representacionales de la Historia de la Humanidad, con los primeros iconos prehistóricos cargados de significado hallados en Altamira o Lascaux.

El grupo Alcalacanales, cuya obra representa un recorrido ejemplar por lo que significa aprendizaje, innovación, transgresión y aporte creativo y conceptual -más allá de los rasgos previstos en el automatismo de la máquina-, condujo, desde comienzos de los 80, sus primeras investigaciones en este sentido.

“Como desarrollo de los conocimientos adquiridos en la representación del volumen, se plantearon conseguir la inversión de la horizontalidad del plano de representación (...) Tras alcanzar ese modo de representación (...) su siguiente paso fue ensuciarla recurriendo a diversos modos de intervención plástica. A la imagen electrográfica que contenía la huella objetual directa se le iban añadiendo, mediante sucesivas impresiones xerográficas, diferentes estratos de huellas gráficas o pictóricas hasta alcanzar el resultado buscado” (Mira, 2000: 19-20).

La fotocopia en blanco y negro *Hombre sentado* (1984) es fiel reflejo de ello. Perpetrada con tóner sin fijar e intervenida manualmente, esta obra establece una relación más que evidente con el primitivismo representacional indicado con anterioridad. Los pliegues obtenidos tras su intervención que recorren la obra diagonalmente, aluden al icono primitivo de las cuevas prehistóricas, a las grietas de las cavernas, al primer atelier, al origen mismo de la representación. Pura búsqueda arqueológica de la imagen. Pura huella.

Tres años más tarde, nos encontramos con una obra paradigmática, *Piger I* (1987), del artista alemán Klaus Van Bebber, que representa, con una potencia icónica difícilmente igualable, el perfil de una figura humana sin definición, arrodillada, en una posición de súplica que le acerca al rito. Aquí, el indiscutible carácter primitivo de la imagen es aprovechado por otro concepto que, en este caso, es intrínseco a la máquina y caracteriza al medio: el ruido⁴.

⁴ “Moles aplica el término ‘ruido’ a la comunicación visual, definiéndolo como la intervención de estímulos visuales perturbadores que ocultan la imagen que se pretende hacer llegar al receptor, o bien

El ruido visual que genera la sintaxis específica de este canal ha sido aprovechado ventajosamente por los artistas, quienes, comprendiendo el concepto que se esconde tras el proceso de obtención de la imagen, se proponen explotarlo como forma de generar un lenguaje propio, de características formales específicas.

“En toda actividad artística la asunción de un nuevo material sobre el que trabajar establece siempre -poniendo condiciones insuperables, sugiriendo nuevas posibilidades- un lenguaje autónomo. En tal sentido, el complejo (...) constituye un material a formar y, por consiguiente, un material dotado de potencial estético; hasta el punto de que, aún cuando no da vida a fenómenos artísticos autónomos, influye en y modifica los hechos artísticos que lo adoptan como vehículo comunicativo” (Eco, 2011: 356).

Aquí, de repente, la obra de Jesús Pastor se nos muestra como una revelación, una declaración absoluta de intenciones que ahonda a la vez en el proceso evolutivo del concepto de matriz. Huella y ruido, características que radican de los procesos electrográficos, penetran en el progresivamente “guetonzado” (Alcalá, 2009) taller de grabado, disolviendo -física y conceptualmente- la matriz y ejerciendo una importante transfiguración del concepto de grabado, verdadero ejemplo de la influencia ejercida por la electrografía sobre otros lenguajes artísticos.

Así pues, la fotocopidora “tomada como vehículo crea de esta manera fenómenos de modificación de otros lenguajes artísticos; tomada como medio formativo permite el nacimiento de un nuevo lenguaje” (Eco, 2011: 356). También el concepto de performatividad (Barthes, 1994) adquiere nuevas connotaciones con la ya célebre intervención del alemán Jürgen O. Olbrich - *Photocopy Rock'n'Roll* (1984)- sobre una fotocopidora IBM. Aquí, el artista, que baila un *rock and roll* subido sobre la horizontalidad de la máquina, muestra su dominio y sometimiento a la máquina imponiendo su criterio en un acto performativo cargado de significado para el mundo del arte. La huella se muestra explícita en las numerosas grafías que ofrecen testimonio de su acción.

4.2. Habla la máquina (con permiso del artista).

Cuando el artista concede la palabra a la máquina, hemos de entender que existen connotaciones de relevancia, pues con ello, el artista celebra su automatismo, lo enaltece, aunque previamente haya intervenido sobre sus principios tecno-funcionales, o bien, le cede el protagonismo bajo un discurso conceptual. En este último subgrupo de intencionalidad artística se encuentra el trabajo electrográfico del alemán Georg Mühleck, *Copies of Nothing* (1982-86):

“Un ejemplo significativo lo encontramos en las investigaciones artísticas de Georg Mühleck sobre la exploración de las imágenes de la nada, *Copies of Nothing* (Copias de nada), denuncia irónica sobre la reproducción, puesto que la función de estas máquinas ha sido la de copiar, como una conversión ontológica de nada en algo. Georg Mühleck confiere forma a la nada, a través de la diferencia, la repetición y el ordenamiento de un mismo elemento, donde «nada es nada es nada...», como una forma de negación en afirmación, como una búsqueda que permita encontrar, a través de la visión de la máquina -sin ningún referente sobre su pantalla de exposición- el registro de la nada” Tortosa, 2011: 103).

El mismo autor, en 1984, propone en *Diarios de la máquina* -del mismo proyecto- que sea la propia máquina la que se exprese, con lo que elabora 31 registros -uno por día durante un mes completo- al aire libre, dirigiendo la máquina hacia el cielo y careciendo de elementos intermediarios. El resultado no es lo importante -unas imágenes más azuladas y otras menos,

cier los signos introducidos por el azar y los defectos del canal físico, tipográfico, etc.” (Moles, 1975: 617).

dependiendo del clima-. Lo reseñable es la propuesta y su maridaje con el arte conceptual, sirviéndose de la máquina como única comunicadora.

En 1987, Alcalacanales instala en el *Espai d'Art Contemporani* de la ciudad de Valencia, en el contexto de la exposición colectiva *Arte-Naturaleza-Ciencia- Tecnología* -en la que participaron junto a Santiago Polo y José María Yturralde-, una obra que representa la simbiosis perfecta entre objeto escultórico y acción performativa. Se trataba de una escultura formada por multitud de fotocopiadoras en pleno funcionamiento automatizado, a pesar de estar desnudas, por haber sido despojadas de sus cubiertas y carcasas, mostrando así sus entrañas durante el proceso de fotocopiado del "aire de la sala". Dicha escultura poseía un interruptor eléctrico que podía ser accionado por el espectador-usuario de la instalación -el *flaneur*- (Benjamin, 2004) que se acercaba a ella, activando así los mecanismos de reproducción de las máquinas de la instalación, las cuales se ponían automáticamente a fotocopiar indiscriminadamente, lanzando las copias sobre el recinto de la instalación, cuyo suelo estaba completamente cubierto por arena y polvo de tóner. Aquí nos encontramos, pues, con una serie de elementos que se relacionan metafóricamente de manera brillante: la huella del visitante sobre la arena del suelo hace que la máquina genere -a su vez- huella sobre el papel, esto es, la máquina es quien interpreta con su propia mirada dicha huella, aunque -no hemos de olvidar- detrás haya existido previamente la necesaria presencia y actuación de un artista preparado conceptualmente para cederle la palabra.

"Un vínculo que, en el planteamiento de Alcalacanales, no conduce al empobrecimiento de la experiencia artística sino a un fértil juego surgido de la racionalidad tecnológica de la máquina y del imprevisible azar de su inconsciente óptico" (Mira, 2000: 43-44).

Un caso más actual de este mismo presupuesto y con amplias similitudes respecto al anterior sería la obra de carácter instalativo *Les dessins Automatiques* perteneciente al proyecto *Tras (la espera)* del artista valenciano Rubén Tortosa, para la cual trabajó formando equipo con el ingeniero Miguel Sánchez, ambos profesores en la Universidad Politécnica de Valencia. Se trata de una pieza creada por un grupo interdisciplinar que aglutina a ingenieros informáticos, programadores y al propio artista, concebida a partir de un sistema de registro mediante ordenador, un *software* libre Linux, la tecnología de registro de videojuego *Kinect* y una trazadora o plotter. El sistema registra la figura del visitante separándola del fondo -cual *chroma key*-, mostrándola en pantalla y enviándole al plotter los datos algebraicos de la silueta o perímetro para que proceda a su trazado, en este caso de forma vertical sobre una pared y de manera acumulativa, como si de un libro de visitas se tratara, creando así la cartografía del visitante. Lo importante aquí es la manera de ver de la máquina a través de su ojo electrónico. El artista le otorga la palabra, pero no sin antes programarla a su antojo, forzándola a hacer realidad sus imaginarios.

"Ahora, la máquina se vuelve a interponer entre nosotros y lo visible, y también lo invisible, pero esta vez no solo para reconducir la luz a un soporte físico, sino, además, es ella quien mira, escudriña y captura la luz hacia un lenguaje matemático en una nueva forma de representación, en donde la imagen intangible, virtual puede desplazarse de un lugar a otro, de un "servidor" a otro, de un dispositivo a otro, incidiendo constantemente en nuestras vidas" (Tortosa, 2010: 31).

Por último y como reafirmación del tema que nos ocupa, no podríamos pasar por alto los conceptos de error y de azar como recurso artístico. Durante el acto fecundativo -continuando con el símil de la procreación-, que dará como resultado la natividad de la obra de arte, el artista -como hemos visto- puede asumir la total independencia de la máquina o bien puede intervenir consciente o inconscientemente alterando el proceso tecno-funcional de la misma, con el fin de forzar fallos o errores en su funcionamiento que conformen "heridas" en la pieza final, lo que ha dado lugar a importantes obras desde los mismos orígenes del encuentro del artista con la máquina automática aquí tratado. Algunos de los artistas que tuvieron el privilegio de enfrentarse a las primeras máquinas automáticas, desarrollaron iconografías basadas en dicho recurso, perpetrando obras

con una plasticidad deslumbrante.

En el año 1985, el artista francés James Durand, basándose en su discurso de dar la palabra a la máquina o dejarla decidir -como se prefiera-, elabora una serie de paisajes abstractos fruto de la alteración del proceso funcional de la máquina. Tras alterar el proceso de carga electrostática de las coronas de la fotocopidora, generando descargas eléctricas imprevistas sobre su tambor fotoconductor, o sustituyendo la circuitería eléctrica por otras modificadas, Durand aprieta el botón de impresión manteniendo la pantalla de exposición vacía. Esto genera imágenes de naturaleza abstracta, llenas de tóner, pero con unos altos niveles de ruido gráfico (por realineamiento de la disposición de las cargas electrostáticas sobre el tambor fotoconductor de la fotocopidora) y una cromaticidad muy característica.

Tres años más tarde, en el año 1988, Jürgen O. Olbrich y la artista holandesa Lieve Prins, elaboran una serie de trabajos durante el desarrollo del Taller de Electrografía artística organizado por la Universidad Politécnica de Valencia en el contexto de la *II Bienal Internacional de Electrografía y Copy Art*, empleando igualmente una técnica electrográfica similar a la de James Durand. Pero en esta ocasión, aprovechando el azar tan particular presentado en forma de mal funcionamiento no deseado de una copiadora Canon CLC-1 -la primera máquina copiadora digital láser a todo color-. Para ello, dejaron la máquina funcionando bajo las condiciones particulares de su propio error, consistente en una mala distribución de la silicona líquida de su unidad de fijación sobre la superficie de la imagen fotocopiada, que fue cubriendo aleatoriamente y de forma irregular la superficie del papel con el material pigmentario altamente plástico y brillante que es el tóner. Una imagen que solo reproducía el vacío, la atmósfera lumínica y oscura de la sala donde se encontraba ubicada la máquina y que estos artistas hicieron que la fotocopidora reprodujera en cada una de estas fotocopias mal fijadas. Estas copias dieron como resultado unas imágenes abstractas policromáticas con mínimas variaciones tonales entre cada una de ellas y una plasticidad de alto rango producida por la silicona líquida de fijación que fluyó de forma desordenada y caprichosa sobre su superficie.

En la actualidad, este recurso creativo conforma la columna vertebral de todo un movimiento artístico al que se ha denominado *glitch* -fallo en el sistema, mal funcionamiento o problema que causa un retraso temporal-. El teórico y director creativo inglés Iman Moradi (2009) -entre otros autores- establece en el libro *Glitch: Designing Imperfection* dos fórmulas de error en un artefacto: por un lado, el error no premeditado, que puede tener o no ciertos méritos estéticos propios -lo que se denomina también *glitch* puro-, y por otro, el error como resultado de una decisión deliberada por parte del usuario -*glitch* artificial-. Quizás deberíamos subdividir este último grupo en dos más:

- Errores provenientes de decisiones deliberadas con los conocimientos técnicos suficientes como para conocer cuál será el resultado e intervenir así al antojo del usuario.
- Errores resultantes igualmente de decisiones previamente deliberadas pero con la salvedad de no conocer con exactitud qué tipo de “daño” se está cometiendo en la máquina. Con esto, obviamente, se imposibilita el control del usuario sobre el resultado final.

Moradi, además, enumera las características más comunes de los errores técnicos producidos en el *processing*, como la fragmentación, la repetición, la tonalidad o la linealidad.

El colectivo *Joystick* es uno de los grupos que de manera más decidida promueve el *glitch art*. Desde su plataforma virtual aglutinan multitud de creaciones digitales de usuarios que explotan las capacidades estéticas en torno a los fallos o errores de programación de diferentes dispositivos tecnológicos. Entre las pretensiones de este colectivo está la de hacer partícipe a otros usuarios, dándoles la oportunidad de manipular las obras ya dispuestas en la plataforma, o crear una muestra audiovisual donde se manipulen los trabajos seleccionados en directo, dotando a la máquina de un mayor protagonismo. No cabe duda de que estamos ante una forma de

relacionarse con la máquina que basa su actuación en intervenir sobre el punto más vulnerable de ésta.

Son ya numerosos los artistas que vienen desarrollando obras a partir del error. Tanto es así que incluso grupos musicales como la banda inglesa *Everything Everything* han creado *glitch art* en el diseño gráfico de su disco *Man Alive* y en el primer videoclip de este álbum, haciendo girar toda la labor creativa del mismo en torno a dicho concepto.

Lo que comenzó siendo una apuesta creativa transgresora y de naturaleza *underground* -en el caso del movimiento artístico electrográfico del *copy art*-, ha llegado a convertirse en un verdadero movimiento artístico de reconocimiento oficial, fomentado además por grandes multinacionales como *Apple*, que en los últimos meses ha desarrollado diversas aplicaciones comerciales -especialmente para *iPhone*- tales como *iGlitch* o *Satromizer*, entre otros, que permiten al usuario cargar una imagen cualquiera y corromperla posteriormente agitando el teléfono móvil o simplemente tocando la pantalla del dispositivo.

Estamos, pues, ante un auténtico paradigma de cómo la cultura tecnologizada y tecnologizante actual asume y explota conceptos relacionados con la sustancia medular de las prácticas artísticas de vanguardia a las que nos referimos en el transcurso de esta investigación, lo que denota la importante influencia de estos movimientos pioneros en la creación actual. Todos estos artistas tienen algo en común: su interés por ofrecer nuevos planteamientos y por cambiar el método y la forma de representar, adaptándose al sinfín de posibilidades que las nuevas tecnologías brindan al artista.

“Así, veremos enfrascados con la máquina a grabadores en busca de procesos de reproducción y generación de gráficos más dinámicos y flexibles (...); a artistas empeñados en seguir las máximas de los filósofos en boga en los años ochenta y noventa, trabajando en la deconstrucción de la imagen y tratando de ir al encuentro de la máquina para generar una iconografía cargada de renovado simbolismo; a los seguidores y fanáticos del movimiento pop, dispuestos a ser mucho más fieles a sus proclamas y manifiestos (...); a fotógrafos cansados del cuarto oscuro de revelado y de la no-instantaneidad del proceso fotográfico (...); a diseñadores gráficos tratando de construir iconografías más desenfadadas y potentes capaces de conectar con los imaginarios contemporáneos (...); a escultores deseosos por incorporar imagen visual a la materia y por llenar el espacio circundante de nuevas iconografías; a jóvenes creadores ansiosos por experimentar nuevas dinámicas productivas basadas menos en el objeto y más en el proceso e ilusionados por asumir y asimilar en sus proyectos los nuevos parámetros que definen la cultura y el arte postmodernos en la transición del segundo al tercer milenio de nuestra civilización” (Alcalá, 2014).

La realidad nos dice que la máquina automática ha embriagado a multitud de artistas que, pertenecientes a otros campos analógicos o pre-digitales, han dado el salto definitivo hacia las nuevas tecnologías digitales, lo que también se ha visto influenciado por el desarrollo de un planteamiento amplificador del territorio tradicional, ortodoxo y restrictivo de lo gráfico, posibilitando así integrar en este campo artístico procesos y disciplinas de muy diversa naturaleza, como la fotografía, el vídeo, el diseño o la escultura.

REFERENCIAS

- Alcalá, J. R. (2009). El grabado actual: entre la artesanía y la guetonzación, en AA.VV.: *Ingráfica 09, Segundo festival Internacional de Grabado Contemporáneo*. Madrid: Ediciones Asociación Hablar en Arte.
- Alcalá, J. R. (2014). Electrografía artística en el panorama valenciano, 1980-2010, en DE LA CALLE, Román (Coord.): *En torno a los 30 últimos años del arte valenciano contemporáneo (I)*. Valencia: Real Academia de Bellas Artes de San Carlos, Col.lecció Investigació & Documents #20.
- Barthes, R. (1994). *El susurro del lenguaje*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Bazin, A. (2001). *¿Qué es el cine?*. Madrid: Rialp, 2001.
- Benjamin, W. (2004). *Libro de los pasajes*. Madrid: Akal.
- Benjamin, W. (2010). *La obra de arte en la época de su reproducción mecánica*. Madrid: Casimiro.
- Brea, J. L. (2009). Las auras frías. El culto a la obra de arte en la era postaurática, en joseluisbrea.net/ediciones_cc/auras.pdf, [En línea, 11.08.2015].
- Eco, H. (2011). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Debolsillo.
- Marchán Fiz, S. (2012). *Del arte objetual al arte de concepto*. Madrid: Akal.
- Marina, J. A. (1992). *Elogio y refutación del ingenio*. Barcelona: Anagrama.
- McLuhan, M. (2009). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- Mira, E. (2000). *Alcalacanales. El lenguaje artístico de la imagen electrográfica*. Valencia: Institutió Alfons El Magnànim, Diputació de València.
- Moles, A. (1975). *La comunicación y los mass medias: las ideas, las obras, los hombres*. Bilbao: Mensajero.
- Moradi, I. et al. (2009). *Glitch: Designing Imperfection*. London: Mark Batty Publisher.
- Olbrich, J. (1991). Sintiendo los materiales; algunos pensamientos sobre mis actividades de Copy Art, en AA.VV.: *2 Bienal Internacional de Electrografía y Copy Art 1988*. Valencia: Ediciones de la oficina municipal de publicaciones del Ayuntamiento de Valencia.
- Pastor, J. (1989). *Electrografía y grabado. Aportaciones plásticas a través de un nuevo medio de creación de imagen en el grabado en talla: el Copy-Art*. Bilbao: Caja de Ahorros Vizcaína.
- Ruiz Martín, J. M. (2011), *El laboratorio actual de Gráfica Digital. Checking & testing de hardware y software de alto rendimiento con fines creativos*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

- Ruiz Martín, J. M. (2014). *Aparición, impacto y efectos de la máquina automática en el atelier del artista. Del taller tradicional al medialab*. Tesis inédita de doctorado. Cuenca: Facultad de Bellas Artes UCLM.
- Ruiz Martín, J. M. (2016). El rol del medialab en la Educación Artística Superior pública ecuatoriana: primeras experiencias en arte, ciencia y tecnología, *Revista Teknokultura* Vol. 13(1), 97-116.
- Tortosa, R. (2004). *Laboratorio de una mirada. Procesos de creación a través de tecnologías electrográficas*, (Tesis de doctorado). Valencia: Facultad de Bellas Artes de San Carlos UPV.
- Tortosa, R. (2009). *Tras (la espera)*. Valencia: Ayuntamiento de Valencia.
- Tortosa, R. (2011). *La mirada no retiniana. Huellas electrónicas desde el registro horizontal y su visualización mediante la impresión*. Valencia: Sendemá.
- Weibel, P. (2006). *La condición Postmedia*. Madrid: Ayuntamiento de Madrid.
- Westheim, P. (1967). *El grabado en madera*. México D. F.: Fondo de Cultura Económica.

REGENERAR TERCEROS PAISAJES Y ESPACIOS POR MEDIO DE INTERVENCIONES ARTÍSTICAS: DE LA UTOPIÍA A LA PRÁCTICA

Laura Nogaledo Gómez

Facultad de Bellas Artes.

Universidad de Sevilla

lnogaledo@us.es

Abstract:

Analizamos la responsabilidad y acercamiento del creador plástico a la sociedad y problemáticas actuales, no solamente desde una manera contemplativa o crítica, sino también proactiva y con espíritu de buscar soluciones.

Lo hacemos a través de diferentes proyectos transversales de gran interés y repercusión social, que nos planten los límites reales de la creación plástica, actualmente transversal y transfronteriza.

Los proyectos creativos públicos han evolucionado desde el tradicional monumento, a otras maneras de trabajar el espacio tanto urbano, como espacios en desuso y olvido a lo que Giles Clement denominó Terceros paisajes, intentando buscar a través de la intervención una nueva vida para estas localizaciones. Como a planteamientos utópicos como el proyecto de Constant y su proyecto La nueva Babilonia, donde se ponen de manifiesto las dificultades y se plantean otras soluciones, haciendo mención al premio Turner 2015 que ha recaído en el colectivo Assemble por su trabajo, conjuntamente con los vecinos en un barrio degradado de Liverpool.

Palabras Clave: creación plástica, paisaje, espacio, proyectos, arte público.

Introducción:

“Si dejamos de mirar el paisaje como si fuese el objeto de una industria podremos descubrir de repente una gran cantidad de espacios indecisos, desprovistos de función, a los que resulta difícil darles un nombre. Este conjunto no pertenece ni al dominio de la sombra ni al de la luz. Está situado en los márgenes: en las orillas de los bosques, a lo largo de las carreteras y de los ríos, en los rincones más olvidados de la cultura, allí donde las máquinas no pueden llegar. Cubre superficies de dimensiones modestas, tan dispersas como las esquinas perdidas de un prado. Son unitarios y vastos como las turberas, las landas y ciertos terrenos yermos surgidos de un desprendimiento reciente”.¹

¹ Gilles Clement: *Manifiesto del tercer paisaje*, Edit GG mínima 2007, pag. contraportada.



Gilles Clement: *Manifiesto del tercer paisaje*, Edit GG mínima 2007, ilustración pag. 10.

El término tercer paisaje nace de la mirada de Gilles Clement sobre Lemosín lo extrae del panfleto de Sieyès de 1789: “¿Qué es el tercer estado? Todo. ¿Qué ha hecho hasta ahora? Nada. ¿Qué aspira a ser? Algo.”

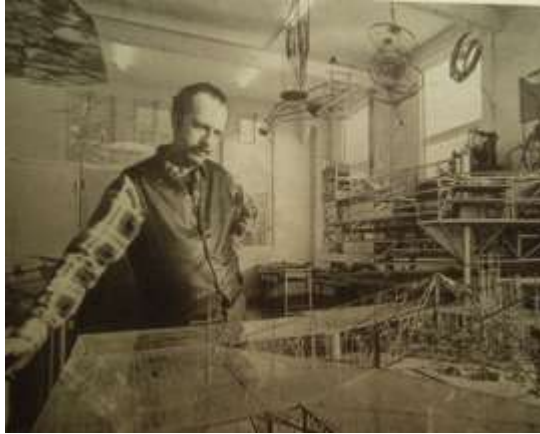
¿Pero realmente a qué nos estamos refiriendo? Lo que denominamos de este modo, son esos espacios que por una u otra razón se han quedado sin uso. Nos referimos a descampados, a los márgenes de la carretera, orillas de bosques. Terrenos que se han quedado sin utilidad en medio de algo. Generalmente son pequeñas extensiones muy dispersas, resultado de algún uso olvidado. Son lo que podemos denominar el *residuo* del tejido urbano.

Estos son lugares ideales para crear nuestras obras, a través de intervenciones creativas, poner en valor estos espacios de forma que vuelvan a ser útiles y estar integrados en el espacio urbano.

Urbanismo utópico: La nueva Babilonia

“Aquel mismo día concebí los planos de un campamento permanente para los gitanos de Alba, y este proyecto está en el origen de la serie de maquetas que componen Nueva Babilonia.(...) Nueva Babilonia no se detiene en ninguna parte, puesto que la tierra es redonda. No conoce fronteras, puesto que han dejado de existir las economías nacionales, ni colectividades, puesto que toda la humanidad es fluctuante. Cualquier lugar es accesible a todos y cada uno de los individuos. Toda la tierra se convierte en la morada de los terrestres. Cada cual cambia de lugar cuando quiere y va adonde quiere. La vida es un viaje sin fin a través de un mundo que se transforma con tanta rapidez que a cada instante parece distinto”.²

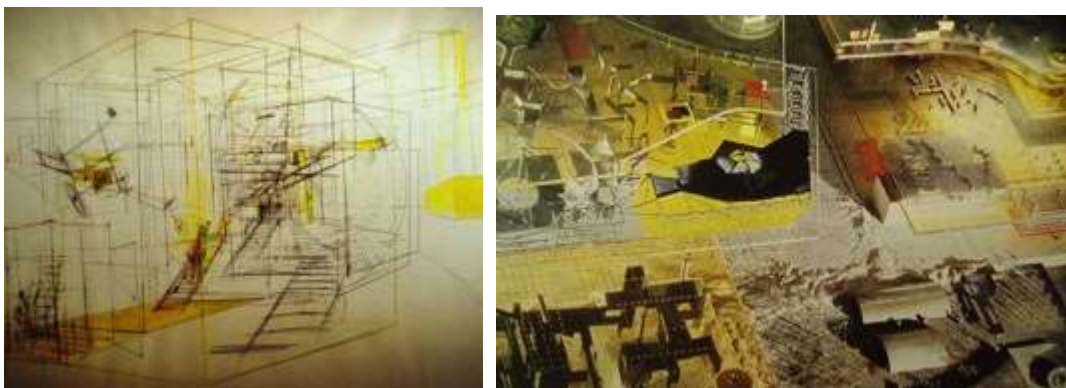
² Constant: *La nueva Babilonia*. Edit GG mínima 2009, pag. Contraportada.



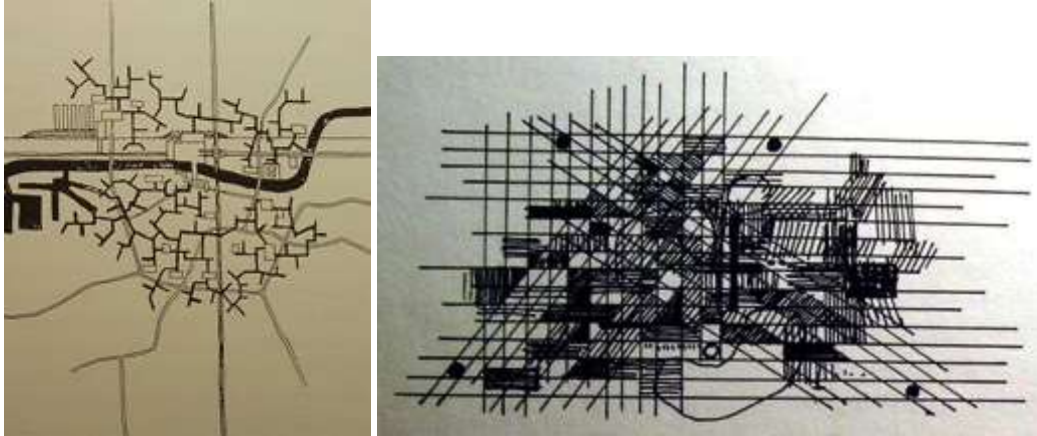
Constant Anton Nieuwenhuys, el creador de la Nueva Babilonia, imagen extraída de <http://lopublico.arquitectura.uniandes.edu.co/concurso/>

La nueva Babilonia es un proyecto irrealizable, propone otra posibilidad de ordenación del espacio, donde hay una gran globalización territorial y humana que fomenta la movilidad. Constant Anton Nieuwenhuys (1920-2005), comienza ese proyecto en 1956, con el objetivo de urbanizar unos terrenos en la región piamontesa de Alba que el Ayuntamiento había asignado a un poblado gitano, con el fin de trasladarlos del espacio empleado para el mercado de ganado que se realizaba los sábados. "Habían encerrado un espacio entre algunas caravanas con planchas y bidones de gasolina, y habían hecho un cercado, una *ciudad de gitanos*"³ Unos espacios que por el mero hecho de estar delimitados se convierten en hogar. Sin embargo ¿Cómo hacer un urbanismo convencional para un pueblo nómada por naturaleza?

Siguiendo el espíritu nómada de este pueblo, su proyecto alcanzó otros objetivos, continuó realizando maquetas y trabajando en esta obra utópica durante toda su vida.



³ Constant: *La nueva Babilonia*. Edit GG mínima 2009, pag. 6 y 7.



Constant: *Boceto de un laberinto móvil*, 1968
 Constant: *Combinación de sectores*, 1971
 Alison&Smithson, *Urban Structuring*
 Comienzo de planificación de una ciudad cubierta, 1959

“Si partimos de esta libertad en el tiempo y en el espacio, deberíamos llegar a una nueva forma de urbanización. La movilidad y la fluctuación incesante de la población, consecuencia lógica de esta nueva libertad, dan lugar a una relación distinta entre lo urbano y el hábitat. Sin un horario que haya que respetar, sin domicilio fijo, el ser humano descubrirá necesariamente una vida nómada en un entorno artificial, completamente *construido*. A este entorno lo llamamos la Nueva Babilonia”⁴



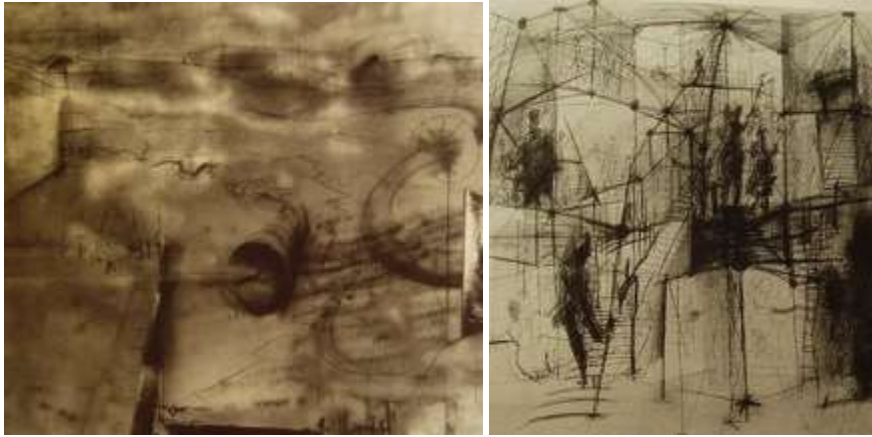
Grupo de sectores, 1959
 Construcción de sector, 1959

Constant mantiene que si todas las personas son libres, en el sentido de dejar de dedicar su tiempo a producir para sobrevivir, desarrollarán su potencial creativo, y con él su entorno variará constantemente. “Si algún día el enorme potencial creativo de las masas despierta y se pone en marcha, eso que hoy llamamos arte perderá todo su significado”⁵.

⁴ Constant: *La nueva Babilonia*. Edit GG mínima 2009, pag. 18

⁵ Constant: *La nueva Babilonia*. Edit GG mínima 2009, pag. 56

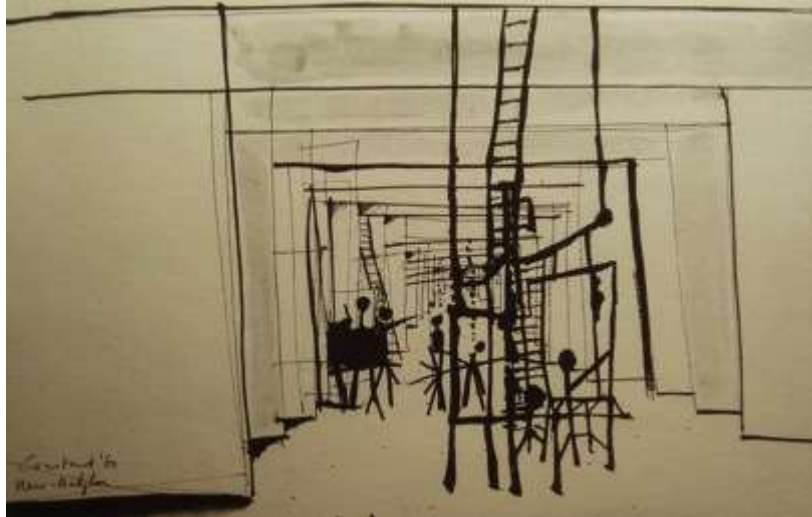
Precisamente por esto creemos que es muy importante este proyecto. Podemos ver como trata el urbanismo como si fuera una obra, con un fin utópico y alejado de nuestro modo de vida actual. Quizá porque Constant es creador plástico, influenciados por el cubismo y expresionismo. Nueva Babilonia es su Obra, donde refleja sus reflexiones sobre la creatividad colectiva, no busca que las personas intervengan sino que sean los creadores.



Constant: *Paisaje tecnológico*, 1971
Constant: *Homo Ludens* 1965-1966



Constant: *Nueva Babilonia Norte*, 1960



Constant: *Interior de New Babylon*, 1960

En el libro *La nueva Babilonia*, Constant se refiere al *Homo Ludens* término utilizado por Johan Huizinga título de su libro⁶, para referirse al *hombre que juega*, “Desde siempre el *homo ludens* ha sido tan sólo una modalidad, manifestada en escasas ocasiones, del *homo sapiens*, un estado que, en busca del *homo faber*, pasó casi desapercibido.(...) La liberación del potencial lúdico del hombre está directamente relacionada con su liberación en tanto ser social”⁷.

Como hemos podido apreciar en la reciente exposición realizada en el museo Reina Sofía de Madrid, su proyecto utópico generó una gran cantidad de obras a modo de maquetas y obra en papel de gran interés.

Intervenciones sociales: intervenciones para mejorar las terceras situaciones.

Qué ocurre cuando el espacio que se trabaja es el social, el de las personas. El objetivo ya no es que la pieza esté integrada en el espacio, que forme parte del entorno, que ayude a ponerlo en valor, sino que mejore la calidad de vida de las personas de manera directa. ¿Qué ocurre cuando se da un paso más y el espacio que se trabaja es el de los habitantes? Cuando el objetivo principal es mejorar la vida de forma tangible, las intervenciones toman otro carácter, variando las estrategias de actuación. Analizamos estas acciones que denominamos sociales, puesto que creemos es el siguiente paso en el camino que estamos siguiendo.

Espacio positivo, espacio negativo, espacio entorno, espacio entorno activado, por una construcción física o por las propias personas, surgiendo intervenciones en el espacio

⁶ Huizinga, Johan *Homo Ludens: proeve eener bepaling van het spel-element dercultuu*, H.D. Tienk Willink. Haarlem, 1938. (Traducción del subtítulo: Ensayo sobre la función social del juego). Versión castellana: *Homo Ludens*. Alianza Editorial. Madrid 2000.

⁷ Constant: *La nueva Babilonia*. Edit GG mínima 2009, pag. 11

personal. Se da un paso más, no solo se busca la manifestación de una problemática social sino también su solución, arte como herramienta de mejora de la sociedad.

Nos referimos a terceras situaciones en el sentido que son espacios degradados del entorno privado del individuo, en este caso sus hogares.

Este tipo de argumento cobra mayor relevancia desde la consolidación de este tipo de intervenciones transfronterizas con una visión amplia del sentido de la creación artística, a través de la concesión del prestigioso premio Turner 2015, al colectivo Assenble, un grupo interdisciplinar que trabajó, junto con los vecinos, en la rehabilitación de un barrio degradado de Liverpool.

Este tipo de intervenciones, que sirven para abrir el debate del papel de la creación y su responsabilidad social, se vienen realizando con gran interés y trascendencia entre los receptores-actores, acercando la creación a las personas y en mejorar su vida de manera directa. Con esta filosofía podemos destacar el proyecto IDENSITAT se llevó a cabo en Calaf un pueblo a una hora de distancia de Barcelona. Calaf es una población pequeña que ha ido creciendo por la inmigración y desarrollo de esta zona industrial. El centro urbano está bastante deteriorado. Por su situación estratégica se prevé un aumento considerable de población y por ello, se está intentando rehabilitar. De esta forma Erika Arzt y Juan Linares intervienen el centro del pueblo mejorando las viviendas de los habitantes.

Aunque en un principio no tuvieron buena acogida por la indiferencia que mostraban los vecinos, finalmente realizaron dos intervenciones, una arreglando el suelo de una cocina y la otra arreglando una ventana.

El núcleo de Calaf ha sido diseñado por sus habitantes en función de sus necesidades y posibilidades económicas del momento, las viviendas, han *crecido* y se han transformado según las necesidades de sus propietarios. Es un proyecto donde se manifiesta el reconocimiento de la arquitectura del individuo y de las intervenciones que han definido y transformado el lugar a lo largo de los años.



Intervención en suelo de la cocina de Joseph Vilaseca, en el casco antiguo de Calaf



Intervención en la ventana de una casa del centro de Calaf.

La vivienda es un tema que está de plena actualidad. Estamos viviendo el gran desplome inmobiliario, la especulación de las viviendas ha llegado a su tope y junto con la crisis actual, poder adquirir una casa se ha convertido en algo imposible para los jóvenes. Por ello no son

pocos los artistas que utilizan esta temática en sus obras, como fiel reflejo de las preocupaciones actuales en este aspecto.

Santiago Cirugeda crea su *recetario urbano*, realizando construcciones alegales, y dando las claves para poder producirlos.



Santiago Cirugeda. *La araña*, oficina portátil en la isla de la Cartuja. Sevilla 2009
Santiago Cirugeda: *Refugios urbanos*. Calle Divina Pastora . Sevilla

Como recoge en su web: “Todas las recetas urbanas mostradas a continuación son de uso público, pudiendo ser utilizadas en todo su desarrollo estratégico y jurídico por los ciudadanos que se animen a hacerlo.”⁸ De una forma u otra, la gente expande su obra al construirla en otros lugares siguiendo sus *recetas urbanas* en función de sus necesidades.

⁸ <http://www.recetasurbanas.net/>



Bancos contruidos en Guadalajara, Méjico, siguiendo las recetas de Santiago Cirujeda

<http://www.recetasurbanas.net/>

Todo por la Praxis. con esta propuesta titulada *Empty World*, pretende crear la opción de un alquiler social, dejando de lado la especulación inmobiliaria y realizar un archivo virtual de viviendas vacías. Para ello crea un mecanismo con el que contaría una Administración local competente para poder alcanzar una serie de objetivos⁹:

- 1) Garantizar el acceso a una vivienda digna a aquellos ciudadanos que se encuentren en una frágil situación social y económica.
- 2) Prevenir el abandono y consiguiente degradación de aquellas zonas residenciales del centro de las ciudades españolas.
- 3) Lograr que una buena parte de las viviendas vacías y desactivadas existentes en el centro de las ciudades entren en el mercado. Así, una vez activas, contribuirán de una manera eficiente al control de los precios del mercado de arrendamiento, cubrirán las necesidades de vivienda existentes en la actualidad y evitarán la especulación y el fraude inmobiliario.
- 4) Constituir una vía alternativa para garantizar la conservación y rehabilitación de barrios residenciales del centro de las ciudades.

⁹ Objetivos en www.emptyworld.es.



Todo por la Praxis: *Empty World*.

Otro tipo de intervenciones son las que se ponen al servicio de las necesidades de un pueblo, como es el siguiente ejemplo.



Susanne Lacy, Susan Liebovitz Steinman y Yutaka Kobayashi: *Beneath Land and Water, A Project for Elkhorn City. Kentucky. 2000-2005*

El equipo fue invitado a trabajar en Elkhorn City, en Kentucky. Para realizar un proyecto que reactivara el turismo en la zona. Aunque en un principio se pretendía poner de relevancia los problemas ecológicos del lugar; la deforestación a la que había sido sometida la zona por la industria de gas y carbón. Los habitantes de la ciudad, apenas mil, querían una especie de parque que atrajera a los turistas generando algún tipo de recorrido que mostrase la ciudad. El presupuesto con el que se contaba para realizar esta intervención era bastante escaso.

Por ello el equipo desarrolló un recorrido por la ciudad que señaló con una Blue Line Trail. Una línea azul que señalaba diferentes sendas para pasear, un mural realizado por los niños del pueblo, lecciones de ecología y otras actuaciones que redefinían el espacio del pueblo y le conferían otras propiedades.

Una línea que pone en valor una intención de mejorar la ciudad, darle un nuevo aspecto, dirigir la mirada del visitante y centrar su atención en determinados lugares que muestren los aspectos positivos de la misma, que potencie sus virtudes y aporte para mejorar y construir un entorno más agradable.

Las intervenciones que vemos a continuación son convocadas mediante concurso por determinadas instituciones. La primera por La Fundación Leer León y consistía en la elaboración de puntos de interés que involucraran a la ciudad, sobre todo al público infantil y

juvenil, en la Feria internacional del libro que acogía la ciudad en el 2007. Toda ella estaba rodeada de actividades de diferentes tipos, la participación de los colegios y diversos talleres. La primera intervención consistía en la distribución de cojines de diferentes colores, con diferentes textos escritos colocados de forma estratégica por la ciudad, de modo que creara espacios para que niños y jóvenes pudieran leer.



Alberto Hernandez, Concepción Pérez, Felix Iglesias, Pablo García y Raquel Cabrero: *Cojines*, Premio modalidad estudiantes
Jesús Navarro, Pablo Navarro y Mar Manzaneda: *Encajadas_Leer León 07*. 2º premio modalidad profesionales

La otra intervención que vemos consiste en descontextualizar un elemento básico como son las cajas de plástico y elaborar con ellas una especie de laberinto, que genera espacios interiores donde se puede jugar y leer. Por la noche la intervención se ilumina y funciona como gran cartel anunciador de la feria Leer León.

La siguiente obra fue creada para el certamen internacional Cemento Verde de intervenciones inocuas en viviendas de protección oficial. Realizado por Emprovima y la Diputación de Málaga en noviembre de 2008.

Con estas intervenciones se buscaba reflexionar en torno a la vivienda y conmemorar los 10 años de la empresa construyendo viviendas VPO.



En el marco de Madrid abierto 2006 se elaboró *Locutorio Colón*. Se creó un espacio donde se podían realizar llamadas gratuitas a Latinoamérica. Con este proyecto se pretendía poner de manifiesto la gran cantidad de inmigración que existe en Madrid la integración y la comunicación como base fundamental en las relaciones. Se publicitó y funcionó como punto de encuentro entre la población inmigrante del 1 al 26 de febrero de 2006.



Tadanori Yamaguchi, Maki Portilla-Kawamura, Key Portilla-Kawamura y Ali Ganjavian:
Locutorio Colón. Madrid Abierto 2006.

Reflexiones finales:

Con estos tipos de intervenciones hemos reflexionado sobre el uso del espacio social como material.

Son acciones, generalmente puntuales y de carácter efímero cuyo objetivo está íntimamente ligado a las personas, a mejorar, ayudar o crear nuevas posibilidades para los ciudadanos.

Suelen estar financiadas por instituciones en algún marco concreto.

Son intervenciones cuyo propósito es mejorar la sociedad, ayudar a las personas, no solamente captar su atención.

Son obras donde la acción social y artística confluyen.

El espacio social es otro *material* de las obras. Intervenciones para, por y de las personas. Arte público con un afán solucionador.

PATRIMONIO CULTURAL Y TURISMO RELIGIOSO

Acerca de las singularidades del patrimonio material e inmaterial de la Semana Santa de Marchena (Sevilla, España) ¹

Manuel Antonio Ramos Suárez

Universidad de Sevilla

mantonioramos@us.es

RESUMEN: A lo largo de los siglos, los pueblos andaluces han sabido conservar en torno a la Semana Santa un patrimonio cultural plagado de ritos, costumbres y señas de identidad propias. Un patrimonio religioso y cultural que conserva tanto elementos materiales como inmateriales que lo hacen único y que no en todos los lugares se ha preservado con el mismo celo. Así, puede resultar paradigmático lo sucedido en la localidad de Marchena (Sevilla, España) donde sí se han conservado de forma intacta, numerosas tradiciones en torno a este fenómeno religioso y cultural. Este patrimonio ha sabido transmitirse de generación en generación y dada su idiosincrasia particular y sus características únicas pueden servir de reclamo turístico.

PALABRAS CLAVE: Semana Santa, Marchena (Sevilla), Turismo religioso, patrimonio religioso.

En la Semana Santa de Marchena, celebración por excelencia de la localidad y fiesta declarada de interés turístico nacional de Andalucía en junio de 2001, se han sabido conservar numerosos elementos que la hacen única, genuina y personal, hasta el punto que algún historiador ha querido ver en ella parte del origen de la Semana Santa de Andalucía, valorándose como una de las Semanas Santas más “románticas” y llegando a considerarse por otros como la “*arqueología de la Semana Santa*”. Fiel a su esencia, manteniéndose en sus costumbres, tradiciones, ritos y vivencias, ha sabido apartarse de muchos modismos o influencias de la capital hispalense y guardar ese sello característico. Sus elementos tangibles e intangibles la han hecho depositaria de valores propios, manteniendo la idiosincrasia propia de un pueblo.

Ya en el primer tercio del siglo XIX, el cronista Juan de Morales Sastres, manifiesta la devoción y el culto que ofrecen a sus imágenes en Semana Santa y así dice:

¹ Esta ponencia revisada, corregida y reformada, forma parte de un trabajo más amplio del autor dedicado a conocer una tradición popular de la localidad denominada *El Mandato, una catequesis plástica en Marchena*.

“Los hijos de este suelo se distinguen por su devoción y por la decidida protección que prestan al culto; especialmente a las funciones de Semana Santa en cuyos días salen en procesión las cofradías con las imágenes de su advocación yendo los hermanos vestidos de penitentes cuyo color del traje es diferente entre sí, según la hermandad a la que pertenecen como son desprendidos, generosos y hasta puede decirse gastadores son muy propensos a dar limosnas.”²

En la localidad de Marchena y en el terreno del **patrimonio material** se han sabido conservar imágenes que gozan de mucha devoción y que además de su antigüedad mantienen su iconografía. En la tarde del Jueves Santo procesiona una imagen titulada del Dulce Nombre de Jesús, un Niño Jesús vestido con una larga túnica roja bordada en oro, con una pequeña cruz de plata a cuestas, con pelo natural y con corona de espinas y potencias. La representación iconográfica recuerda a las premoniciones barrocas en las que el Niño Jesús ya carga con la cruz y tiene los objetos de su martirio. También, todas las tardes del Sábado Santo, procesiona Nuestra Señora y Madre de la Soledad, imagen de candelero, obra de Gaspar del Águila del año 1570, cuya iconografía recuerda a la Virgen de la Soledad de los frailes mínimos de Madrid, que con las manos entrelazadas, posee una ráfaga de plata, al igual que las antiguas dolorosas, cuya iconografía remite a la visión apocalíptica de la Virgen.

² La idea reflejada por Morales Sastre se recoge en VILLALÓN Y VILLALÓN, Diego María?: *Apuntes históricos que comprenden....* s.l., 1893?. ms. ff. 58r.-v. Biblioteca del Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Sevilla.



Imagen del Dulce Nombre de Jesús. Foto: Antonio J. Calle Pliego

De igual modo, son singulares algunos bienes patrimoniales como las peanas o *piñas*, denominación con la que se conocen en la localidad. Son peanas realizadas en el siglo XVIII a la que se le añadieron espejos con posterioridad, sobre la que se sitúan la mencionada imagen del Dulce Nombre de Jesús o el Cristo de la Vera Cruz. De igual modo, la imagen del Cristo de san Pedro procesiona cada Viernes Santo por la tarde sobre un terciopelo rojo llamado *dosel*, bordado en oro a fines del siglo XIX. En la parte superior se remata con un doselete en madera dorada, guardando a los lados, restos de lo que pudieron ser unas cortinas, hoy reducida a su mínima expresión. En su parte delantera posee decoración vegetal bordada en oro contrastando con las cartelas con motivos y atributos de la pasión junto al escudo de la corporación en su parte trasera. Se ha visto su relación con la liturgia del Viernes Santo, en la que se descubre la cruz para su adoración. Esta representación iconográfica ofrece una imagen de Cristo triunfante, como rey y no como un ajusticiado en un patíbulo, argumento que cobra más fuerza colocándolo en un cruz de plata, la cual dignifica el martirio, al igual que se representa al crucificado de la hermandad de la santa Vera Cruz. También, y para destacar esa idea iconográfica se ha conservado la costumbre de vestir a estos crucificados con sudario blanco bordado en oro.

Igualmente, son de interés patrimonial, las túnicas bordadas que posee el nazareno, obras de los bordadores Pascual Domínguez Esparragosa (1801)³ y del sevillano Manuel María Ariza (1855)⁴, pues ofrecen una imagen de Jesús como rey y no como hombre que carga con los pecados de la humanidad.

Además, se han conservado varios palios de plata o metal plateado en sus bambalinas, al igual que procesionaban numerosas hermandades y cofradías de Sevilla capital y que se perdieron por adaptarse a nuevas modas. Es el caso del palio de Nuestra Señora de la Esperanza, el de Nuestra Señora de la Soledad o el palio de Nuestra Señora de las Angustias, obra del platero José Olavide del último tercio del siglo XIX,⁵ ampliándose a doce varaes en la primera mitad del siglo XX.

Tradicional es también el paso alegórico del Triunfo de la Santa Cruz de la hermandad del Santo Entierro y Nuestra Señora de la Soledad que procesiona cada Sábado Santo, donde se sitúa una cruz vacía sobre la que descansan dos escaleras y el paño con el que descendieron a Cristo. Este paso servía para realizar la celebración del descendimiento con un crucificado articulado, acto que se recuperó hace dos años.

Ya en el terreno del **patrimonio inmaterial**, se han conservado numerosas tradiciones que hunden sus raíces en épocas pretéritas, y que se han sabido mantener, conservar y preservar. Por tanto, un patrimonio religioso, turístico y cultural no falto de valores que cautiva a propios y extraños.

De ese modo, resulta tradicional la procesión conocida como “*Procesión de los huesos*” que todos los domingos de Ramos organiza la hermandad de la Santa Caridad de Nuestro Señor Jesucristo recordando aquellos otros entierros que la hermandad celebraba para dar digna sepultura a los ahorcados, ajusticiados o personas que no podían recibir digna sepultura. El lúgubre sonido de la esquila o campana, la música del trío de capilla o la seriedad de sus participantes trasladan la solemnidad a todos los que contemplan la procesión.⁶

³ Cfr. FERNÁNDEZ DE PAZ, Esther: “Bordados” en *El Patrimonio Histórico de las Hermandades de Marchena*. Marchena, 1991. p. 40.

⁴ Vid. RAMOS SUÁREZ, Manuel Antonio: “Manuel María de Ariza, Autor de una Túnica de Jesús Nazareno de Marchena” en *Semana Santa Marchena*. Marchena, 2001. pp. 14-20.

⁵ Cfr. LEÓN MORO, Ricardo: “Platería” en *El Patrimonio Histórico de las Hermandades de Marchena*. Marchena, 1991. p. 30.

⁶ Para conocer más sobre la hermandad, véase: RAMOS SUÁREZ, Manuel Antonio: *La Parroquia de san Sebastián mártir de Marchena*. Sevilla, 2014. pp. 106-117.



Procesión *de los huesos* cada domingo de Ramos. Foto: el autor.

También se mantienen los distintos personajes que participaban en algún acto paralitúrgico, caso de la Fe, la Verónica o las tres Marías, encarnadas en muchachas jóvenes de la localidad y que forman parte del cortejo del santo Entierro cada Sábado Santo. La Fe aparece encarnada por una niña de unos nueve años vestida de blanco con los ojos vendados, con un cáliz en su mano derecha y una cruz de plata en la izquierda.



Representación de la Fe. Foto: Antonio J. Calle Pliego

La Verónica, mujer de la localidad vestida con traje oscuro y con un lienzo con el rostro de Cristo, y que también la conserva la hermandad de Jesús Nazareno. O las tres Marías, representación evangélica de María Magdalena, María Salomé y María de Cleofás, encarnadas por tres jóvenes vestidas de negro, tocadas con un velo de gasa, con las manos unidas, y con la sábana sobre sus manos y con el rostro mirando el suelo.

En el mismo cortejo de la Soledad y junto al paso de la Virgen algunas hermanas van vestidas de manto y saya, traje típico de la mujer marchenera, ya usado a mediados del siglo XIX y que el viajero romántico Richard Ford refirió en sus crónicas.⁷

A esos personajes hay que sumar las distintas centurias o guardias romanas de romanos o “*armaos*” que conservan varias corporaciones de la localidad, caso de la hermandad de la Humildad y Paciencia o la guardia del Dulce Nombre, la guardia del sepulcro del santo Entierro de Cristo o la centuria romana del nazareno con romanos a pie y a caballo. Cada una guarda su estilo tanto en la forma de vestir como a la hora de procesionar. Su papel es fundamental en las distintas representaciones que antaño se celebraban y actualmente se mantienen como sermones, pregones o prendimientos, los cuales se analizarán con posterioridad.

⁷ Cfr. FORD, Richard: *Manual para viajeros por Andalucía y lectores en casa: reino de Sevilla*. Madrid, 1980. pp. 111-112.



“Armaos” a caballo de la centuria de N. P. Jesús. Foto: Jaime Ramos González.

La tradición o el gusto por preservar el rico patrimonio penitencial se aprecia también en el vocabulario propio que aún conservan los miembros de las hermandades. De ese modo, se utilizan vocablos antiguos como “*rector o vice-rector*”, refiriéndose al hermano mayor y teniente de hermano mayor, cargos más relevantes de la hermandad. Éstos antiguamente, antes de presidir la cofradía cuando realizaban su estación de penitencia se encargaban de conducir ambos pasos. De ese modo, aún se mantiene la forma al ser el *rector* o hermano mayor el encargado de ocupar la presidencia del paso de Cristo y el *vice-rector* o teniente hermano mayor el que ocupa la presidencia de la imagen dolorosa, diferenciándose en eso también de la capital hispalense. Otro término empleado es la “*seña*”, insignia que se porta en el cortejo penitencial o cuando se representa a la hermandad corporativamente en un acto. Está realizada en terciopelo y con el escudo de la hermandad bordado o con aplicaciones de plata, que en las hermandades sevillanas se conoce como estandarte o *bacalao*, y que recuerda a la antigua enseña o bandera que se tremolaba cada Miércoles Santo en los templos; el “*régimen*” o *vara de regimiento*, refiriéndose a las varas que lleva la oficialidad en la estación de penitencia, o los tradicionales simpecados que aquí reciben el nombre de *estandartes* y que suelen estar realizados en terciopelo con aplicaciones de plata, en vez de bordados.



Estandarte de plata de N. P. Jesús Nazareno. Foto: el autor.

Otro de los términos populares que ha llegado hasta nuestros días es las “*moleeras*” refiriéndose al momento protagonizado cuando a las doce de la noche del Sábado Santo ha entrado el paso del santo Entierro de Cristo en su templo de santa María de la Mota. Entonces, el paso de palio con la imagen de Nuestra Señora de la Soledad está a la altura de la iglesia matriz de san Juan, y el pueblo se sitúa frente a la Virgen y comienza a cantarle saetas de diversos estilos hasta que efectúa su entrada en el templo a altas horas de la madrugada. Ya, a principios del siglo XX, algún autor hacía referencia a esta tradición dando esta explicación del hecho

“Observase también que, juntamente con esas representaciones intervienen otras de carácter verdaderamente profano: nos referimos a las llamadas molederas, que no son otra cosa que pujas encaminadas a que las andas en que va la imagen de Jesús o la de la Virgen avancen o retrocedan, o para que canten o no saetas algunas mujeres del pueblo.”⁸

Parafraseando al catedrático de antropología de la universidad hispalense, Isidoro Moreno, la Semana Santa bebe de la escenificación de lo simbólico perdurando muchas costumbres y ritos en algunos pueblos andaluces.⁹ Y así sucede con la estación de penitencia

⁸ Cfr. MONTOTO Y SEDAS, Luis: *Representaciones populares dramáticas en Andalucía*. Sevilla, 1904. p. 44.

⁹ Cfr. MORENO NAVARRO, Isidoro: “Fiesta y teatralidad. De la escenificación de lo simbólico a la simbolización de lo escénico” en *Teatro y fiesta en el Barroco España e Iberoamérica*. Barcelona, 1986. pp. 179-185.

o cortejo procesional de la hermandad del nazareno cada Viernes Santo, sumamente original. Los primeros contrastes aparecen cuando a las seis de la mañana sale el paso del Nazareno, san Juan Evangelista y la Virgen de las Lágrimas acompañado de numerosos vecinos de la población, con la sencilla organización que se mantiene desde hace dos décadas, si bien años antes, era el pueblo en masa el que acompañaba a las imágenes hasta la Plaza Ducal, lugar donde se celebra el Mandato. Todavía en ese trayecto de la procesión, los costaleros son vecinos de la localidad que han hecho la promesa de meterse bajo las trabajaderas por penitencia o en acción de gracias. Sin embargo, tras la celebración del Mandato, la cofradía se organiza de forma rigurosa, reuniéndose en algún templo o local cerca del lugar donde se celebra el Mandato, o saliendo desde el templo de san Miguel, sede de la hermandad, estos dos últimos años.



Escena del Mandato cada viernes santo en Marchena. Foto: Antonio J. Calle Pliego.

A diferencia de cualquier cortejo procesional donde cada nazareno porta un cirio, los hermanos de la hermandad portan los conocidos “pasos” o motivos. Los primeros son cuadros que cada nazareno lleva colgado en su cuello con distintas escenas de la pasión, muerte y resurrección de Cristo que colocados por orden cronológico en el cortejo van narrando los acontecimientos pasionales de la vida de Cristo. Aunque las imágenes son de discreta calidad, todas presentan una inscripción o filacteria en su parte superior donde aparece una numeración y se nombra la escena en cuestión. No obstante, cuadros iguales o parecidos que habían tenido y tienen un valor catequético, ya habían sido usados por los frailes de Europa y América. El uso de estas pinturas o los retablos pictóricos y escultóricos contribuyeron a formar a una población analfabeta que ni conocía la lengua de la iglesia ni podía leer los escritos o

libros publicados. De ese modo, se conservan algunos grabados en los que por medio de un puntero, el religioso señalaba la escena pintada y explicaba la doctrina a los asistentes. Así, Diego de Valadés en su obra *Rethorica Christiana* incluye un grabado donde se representa el momento en el que un fraile señala desde el púlpito los distintos cuadros de la pasión de Cristo narrando lo sucedido.¹⁰ La lectura de las reglas de 1797 no deja claro que los nazarenos llevaran esos lienzos. A principios del siglo XIX, es seguro que esas pinturas salían en la procesión, como se deduce de un pleito celebrado en la Real Audiencia de Sevilla por el que se impedía a la hermandad de Jesús hacer estación de penitencia. En esos autos se decía que los nazarenos sacaban cadenas, estando prohibidas. El cortejo se configuraba con

*“cien cofrades, uno tras otro, atadas a los pies todas las cadenas que sus fuerzas pueden arrastrar llevando en la mano lienzos estampados con pasajes alegóricos de la Pación y otros que no hubo.(sic)”*¹¹

O esta otra descripción hablando de los nazarenos

*“Estos en su lugar, sin mezcla, ni confusión formados en fila se presentan con sus túnicas y caras descubiertas, llevando quada qual en sus manos un lienzo abierto que se puede enrojar y contiene un atributo de la pasión de nuestro redentor y se ban colocando por su orden haciendo una representación la más seria y lastimosa de todos los estados, tiempos y sucesos más dignos de la contemplación cristiana.”*¹²

A principio del siglo XX, los lienzos llamaron la atención a Montoto y Sedas pues todas las tablas tenían un personaje tuerto en sus escenas.¹³ El uso de los cuadros narrando la pasión de Cristo debió tener sus altibajos no usándose siempre. De ese modo, y con la intención de revitalizar la forma de procesionar tal como se hacía antaño, en una carta enviada a los hermanos diciendo que deseaban recuperar la tradición de llevar los “pasos” con las cadenas y que aquellos que lo tengan, que lo lleven a la procesión o lo presten.¹⁴ Esta afirmación hace pensar que durante todo el año los pasos eran custodiados por cada hermano o incluso que eran de su propiedad, amén de no registrarse en ningún inventario antiguo de la hermandad. Años más tarde, en un cabildo celebrado en marzo de 1954 se acordó que la procesión del Viernes Santo se celebrase con 43 nazarenos portando cada uno un paso y cadenas en los pies, colocándose en una única fila delante del paso de Jesús. La organización de la procesión, por la cual los oficiales mostraron su satisfacción, se inició en la plaza de san

¹⁰ Cfr. VALADÉS, Diego de: *Rhetorica christiana ad concionandi, et orandi usum ac commodata*,..... Perugia, 1579. p. 211.

¹¹ Vid. ARCHIVO HISTÓRICO PROVINCIAL DE SEVILLA. (desde ahora, AHPSE.) Secc. Real Audiencia. Leg. 29661. Exp. 2. f. 27v.-28r. Autos fechados en abril de 1805. El auto prohibió a la hermandad salir con empalados, disciplinantes o cadenas pues estaban prohibidos.

¹² *Ibíd.* f. 150v.

¹³ Vid. MONTOTO Y SEDAS, L.: *Op. cit.* p. 41.

¹⁴ Vid. ARCHIVO DE LA HERMANDAD DE NUESTRO PADRE JESÚS DE MARCHENA (desde ahora, AHJM.) *Libro de cabildos*. f. 237. Cabildo celebrado el 10 de enero de 1954.

Andrés, lugar donde siempre se había hecho. Resulta curioso pero el cortejo se iniciaba con la *seña* con dos hermanos de túnica con dos faroles a los lados. Le seguía un buen número de hermanos sin túnica, la bandera de la hermandad con dos hermanos de túnica con régimen a ambos lados, los hermanos en fila única y en el centro de la calle con los *pasos* y motivos de la Pasión, dos hermanos con bocinas y la presidencia del Señor.¹⁵ Esta distribución debió ser la primitiva que tuvo la hermandad y que se conoce a principios del siglo XIX.

La mayoría de los *pasos* se renovaron durante la década de los cincuenta del siglo XX. Gran parte de esa renovación o ampliación fue gracias al encargo realizado en marzo de 1955 al pintor local Eugenio Fernández,¹⁶ si bien el año anterior ya hizo algún trabajo.¹⁷ En abril de ese año se estrenaron doce nuevos *pasos* realizados por el pintor, para en los años posteriores ir aumentando el número de ellos hasta un total de 65.¹⁸ Fue en la Semana Santa de 1958 cuando se estrenaron los *pasos* dedicados a la vida de la Virgen, para en marzo de 1960 concluir los *pasos* alusivos a los misterios gozosos del rosario y los tres últimos misterios de gloria.¹⁹

Por su parte, los *motivos* que se presentan en la procesión son objetos que tuvieron relación con la pasión y muerte de Cristo tales como la hogaza de pan de la cena, las lanzas, el cáliz, la patena, la barrena, las tenazas y los clavos, etc. Estos van repartidos a lo largo de las filas, portados por nazarenos y alternándose con los “*pasos*”.

Hace algunos años apareció un pequeño opúsculo bajo el título *Orden que han de guardar los pasos de la Pasión de Jesús en la procesión que hace el Viernes Santo de la iglesia de san Miguel de Marchena*.²⁰ Según la tipografía utilizada el pequeño folleto debió publicarse en los años finales del siglo XIX o principios del siglo XX, en la imprenta de M. Ledesma Vidal de la vecina localidad de Osuna. Se recoge el orden de cada uno de los *pasos* y motivos que conformaban el orden del cortejo. Iban desde el sacrificio de Isaac y la entrada de Jesús en Jerusalén hasta la sepultura de Cristo, sumando un total de ciento treinta y cuatro. En aquella distribución de “*pasos*” no aparecía ninguna referencia a pasajes de la Resurrección, ni a la vida de la Virgen tal como hoy se pueden observar en la procesión. Dentro del cortejo debía tener un papel destacado el nazareno que llevaba el motivo denominado el jarro, pues además de ir colocado al final del cortejo, según recuerdan los

¹⁵ El acuerdo se adoptó en el cabildo del día 20 de marzo de 1954. Véase AHJM. Libro de cabildos. ff. 239 y ss.

¹⁶ Vid. AHJM. Libro de cabildos. f. 247. Cabildo de 20 de marzo de 1955. La intención era aumentar los *pasos* de 43 a 65.

¹⁷ Vid. AHJM. Contabilidad. Legajo Años 1953-1955. Carpeta años 1953-1954. s/f. Recibo fechado en abril de 1954 firmado por el pintor.

¹⁸ A esos doce *pasos* hay que sumar dos realizados en mayo de 1957, dos en junio de 1957, otros dos en septiembre o tres realizados en octubre de ese mismo año. En junio de 1958 se le abonaron otros cuatro cuadros con motivos de la pasión.

¹⁹ Cfr. AHJM. Contabilidad. Años 1958-1960. Recibo del pintor fechado en 25 de marzo de 1960. Se le abonaron 3.300 pesetas.

²⁰ El folleto se dio a conocer en el boletín de la hermandad, véase HIDALGO SEVILLANO, José María: “El orden de los *pasos* de la Pasión” en *Boletín Informativo*. n. 29. Febrero 2010. pp. 32-33.

hermanos antiguos, el hermano debía llevar el brazo extendido y entablillado para sujetar el jarro.²¹ No se sabe si puede tener relación con el momento de la sentencia de Pilatos.

Se puede afirmar que ese orden del cortejo formaba una única fila en el centro de la calzada y no como actualmente en parejas. Esta distribución permitía narrar la Pasión de Cristo de forma sucesiva, de modo que el público que se situaba en el acerado podía reconocer cada uno de los pasajes pasionales observando las distintas escenas pintadas, así como leyendo la filacteria pintada sobre cada una de las escenas. Esta distribución se mantenía a finales del siglo XIX tal como se puede apreciar en algunas instantáneas conservadas en un fondo fotográfico.²²

Aunque actualmente estos *pasos* son característicos de esta hermandad, desconocemos si antiguamente era una tradición en más localidades. Así sucede en la localidad cordobesa de Priego donde la hermandad o cofradía del Cristo de la Buena Muerte y María Santísima de los Dolores procesiona cada lunes santo con unos cuadros ovalados que portan los nazarenos. Curiosamente también en la ciudad pacense de Olivenza, antes localidad del país vecino de Portugal, todos los Jueves Santo se celebra una procesión con diez cuadros de grandes dimensiones (104,5 x 86 cms.) con una imagen al frente y otra en el envés, enmarcados, sujetos a un soporte y rematados en una cruz como si fuese un estandarte. Al igual que ocurre en esta hermandad de Jesús Nazareno, esta procesión denominada de las banderas de Olivenza también va narrando la pasión a través de esos cuadros colocados cronológicamente. De factura discreta, las escenas representadas son: el beso de Judas, Jesús ante Pilatos, Jesús atado a la columna, coronación de espinas, Ecce Homo, Cristo camino del calvario, la Piedad y entierro de Cristo.²³

²¹ A finales del siglo XIX se le abonaron a Antonio Leño un total de 8 pesetas con 75 céntimos por un aparato para el brazo del que lleva el jarro en la hermandad. Vid. AHJM. Mayordomía. Años 1890-1900. s/f.

²² Se trata de las fotografías realizadas por Salvador Ramón de Azpiazu Imbert conservadas en el Archivo Municipal de Vitoria-Gasteiz.

²³ Vid. TERRÓN REYNOLDS, María Teresa; PIZARRO GÓMEZ, Francisco Javier: "Los lienzos procesionales de la cofradía del Hospital de la Misericordia de Olivenza" en *NORBA: Revista de arte*. n. 13, Badajoz, 1993. pp. 83-94.



Nazarenos portando los pasos en el cortejo del viernes santo. Foto: Jesús Lino Rodríguez Suárez.

A esa manera de procesionar tan distinta de los nazarenos de la mañana del Viernes Santo en Marchena, hay que unir un sonido característico de las mañanas del Viernes Santo, como son las cadenas que colocadas en los tobillos de algunos nazarenos arrastran sobre los adoquines de las calles.²⁴

Tradicional y peculiar es también el acompañamiento musical de algunas hermandades, caso de la hermandad de Cristo de san Pedro cuya capilla y cantores entonan el *Miserere*, partitura del acervo patrimonial de la hermandad o el canto del *Stabat Mater* que antiguamente acompañaba a la Virgen de la Soledad, hoy desaparecido.

Musicalmente, a ello hay que sumar la enorme cantidad de saetas que se cantan estos días. A su antigüedad hay que unir la originalidad o lo autóctono de las mismas, llegando a tener varios estilos diferentes: Quintas y sextas al Cristo de san Pedro, cuartas a Nuestro Padre Jesús, cuartas del Dulce Nombre, cuartas de la Humildad, carceleras del preso o carceleras a la Virgen de la Soledad, *moleeras* o saetas de los hermanos de la Soledad, cernicaleras, saeta marchenera antigua y saeta marchenera moderna. Las primeras son saetas narrativas que cuentan la Pasión y muerte de Cristo, saetas salmodiadas, de fácil ejecución que se sucedían en la garganta de cada hermano narrando la pasión y muerte de Cristo, con un fuerte sentido evangélico y teológico. Saetas no remuneradas, ejecutadas a pie de calle, la mayoría de ellas, y no aplaudidas, pues a su conclusión al unísono se nombra el nombre del titular a quien va dirigida por todos los que la oyen, haciéndose partícipes de esa forma. Saetas

²⁴ Según la contabilidad de la hermandad, en los años cincuenta del siglo XX se compraron numerosas partidas de kilos de cadenas para que las pudiesen utilizar los nazarenos.

que la historiografía se ha hecho eco de esta forma tan propia de entonarlas, así como de la amplia variedad de letras.²⁵

También resulta curiosa la forma de celebrar el domingo de Resurrección en la localidad. Cada una de las hermandades se muestran al vecindario local o a los foráneos abriendo sus templos y realizando diversos actos de piedad como besamanos o besapiés a las imágenes. Los templos se convierten en grandes casas de hermandad donde se felicitan las pascuas de resurrección, se reúnen los hermanos de la cofradía, se valoran los días pasados y se piensa en algún estreno o mejora para el próximo año. A esa convivencia se une la degustación de algún bizcocho marchenero o la tradicional copa de aguardiente. Esa celebración del primer día de Pascua ha llegado así hasta nosotros, si bien, con ciertas variaciones, ya se celebraba de forma especial a mediados del siglo XIX. Así se recoge en una crónica periodística de entonces

“...pero no debo dejar sin especial mención el último espectáculo religioso que cierra la Semana Santa en Marchena, y que a mi parecer solo en ella se presenta. La mañana del domingo de Pascua, a las tres de la madrugada, al romper un sonoro general repique de campanas, aparecen abiertas las puertas de todas las iglesias de la villa, y todas ellas iluminadas como por encanto con millares de luces en retablos, altares, cornisas, arcos, y en donde quiera que caben y pueden ponerse velas; mil adornos, colgaduras, flores, pabellones, cuadros, jaulas de canarios, y otras cosas hermocean el ámbito del templo; los altares aparecen cubiertos con riquísimos manteles; cornualtares diversamente rizados y asidos con brillantes lazos; las misas se encadenan sucesivamente celebradas con los mejores ornamentos, y pagadas por las hermandades sacramentales, las músicas se reparten para que en ningún templo falten sonidos melodiosos y patéticos que estimulen la devoción... todo esto es digno verdaderamente de verlo, y que solo visto puede apreciarse, es un conjunto tan grandioso, tan placentero, tan sorprendente que el corazón más duro se conmueve. Las gentes todas van visitando las iglesias y adorando al Salvador resucitado, reunida cada familia, rezando devotamente por las calles de estación a estación, e imitando en algún modo a las benditas Marías cuando muy temprano y presurosas se dirigieron al santo sepulcro, prevenidas de aromas y balsámicas esencias. Apenas hay persona que al presenciar estos actos no derrame dulces lágrimas de devoción;...”²⁶

²⁵ Antiguos amantes de las tradiciones orales ya recogieron el estilo, tipología y letras de las saetas de la localidad, véase entres otros AGUILAR Y TEJERA, Agustín: *Saetas: recogidas de la tradición oral, en Marchena*. Marchena, 1916. Edic. facsímil. Marchena, 1997; del mismo autor: *Saetas populares recogidas, ordenadas y anotadas*. Madrid, 1930?; LÓPEZ FERNÁNDEZ, Rafael: *La saeta*. Sevilla, 1981; VVAA.: *Escuela de Saetas “Señor de la Humildad” Marchena. XXV Aniversario de su Fundación 1986-2011*. Marchena, 2011? pp. 27-37.

²⁶ Véase *El Católico*. Madrid, 22 abril 1844. p. 172.

De la misma forma que las hermandades de la localidad de Marchena han conservado singularmente todas esas costumbres, ritos, tradiciones, vocabulario,... también han sabido mantener una serie de mandatos, sermones, pregones y prendimientos que han llegado hasta nosotros. Unos se han guardado de forma más pura y otros se han transformado y adaptado a la nueva forma de vivir y sentir la Semana Santa.

Aunque no se sabe cuando se iniciaron cada uno de los sermones, pregones o prendimientos, se conoce que a mediados del siglo XIX todas las hermandades celebraban un sermón. Así se recoge en la crónica de una revista nacional

*“Cada una de estas hermandades tiene antes de sacar la procesión un sermón de pasión relativo a los hechos de ella que representa, y animados con ceremonias y pregones análogos, y que sensibilizan el asunto que el orador desempeña, dándole cierta viveza, que arranca abundante lágrimas al inmenso auditorio”.*²⁷

Su práctica debió ir desapareciendo durante los primeros años del siglo XX, posiblemente por la dimensión que cobró la estación de penitencia. Posteriormente con el deseo de avivar las tradiciones, las hermandades de Marchena han recuperado estos actos que se celebraban en Semana Santa.

De ese modo, la hermandad de la Humildad y Paciencia que procesiona el miércoles santo y la del Dulce Nombre de Jesús que lo hace el jueves santo por la tarde recuperaron las distintas agrupaciones de romanos que tuvieron antaño. Además, la hermandad del miércoles santo puso en escena a la hora de la salida el acto del prendimiento por el que una cohorte de guardias romanos prende al Señor y se cantan cuartas narrando el hecho a modo de pregón. De igual modo, la hermandad del Dulce Nombre escenifica ese momento del prendimiento al Niño Jesús saliendo al encuentro del paso en la calle Obispo Salvador Barrera, desde la calle Harinas, ambas aledañas al templo de san Sebastián.

La *devoción a las tres horas de la agonía de Cristo* es el precedente del sermón de las siete palabras de Cristo en la cruz. Fue el jesuita Alonso Messía (1655-1732) quien escribió como se celebraban y meditaban las tres horas de Cristo en la cruz tal como se hacía en el Colegio Máximo de san Pablo de la Compañía de Jesús en Lima. Además añadió música a cada una de las siete palabras que pronunció Cristo. La primera edición se publicó en Sevilla en el año 1757 a la que sucedieron numerosas ediciones en muchas imprentas de España y del mundo.²⁸ La hermandad del Cristo de san Pedro organizaba este sermón todos los años desde el mediodía, hora de su entrada, hasta las tres de la tarde del Viernes Santo. Sin embargo, aquel culto desapareció en fecha desconocida y fue a principios de la década de los

²⁷ *Ibíd.*

²⁸ Vid. MESIA, Alonso: *Devoción a las tres horas de la agonía de Cristo nuestro redentor, y método con que se practicaba en el Colegio Maximo de San Pablo de la Compañía de Jesús de Lima extendida después a otras provincias*. Sevilla, 1758.

ochenta del siglo XX cuando recuperó la tradición de celebrarlo todos los viernes de dolores, pues dados los horarios del mismo día de la salida o la dimensión que había cobrado la Semana Santa ya resultaba inviable.²⁹

A finales del siglo XVI se sabe que la hermandad de la Soledad celebraba el descendimiento de Cristo. Al parecer, la corporación celebraba un primer Mandato de Pasión donde se narraba la pasión de Cristo y preparaba a los cofrades para la salida procesional. Este sermón previo a la salida precedía a otro sermón posterior donde se escenificaba el descendimiento y entierro de Cristo.³⁰ Hace dos años, la hermandad recuperó este acto celebrándolo el Sábado Santo, al inicio de la estación de penitencia. En el paso del triunfo de la santa Cruz, conocido en la localidad como “la escalerilla” se sitúa un crucificado articulado. Dos hermanos de la hermandad actúan como los varones Nicodemo y José de Arimatea que desenclavan al crucificado para mostrarlo a la Virgen. Posteriormente, lo introducen en el templo y aparece el paso del santo Entierro, para dar comienzo a la procesión.



²⁹ Para conocer cómo se recuperó este sermón, véase LÓPEZ FERNÁNDEZ, Rafael: *Historia, Milagros y Leyendas de la Hermandad del Stmo. Cristo de San Pedro*. Sevilla, 2000. pp. 194-197.

³⁰ Para este asunto, véase HENARES PAQUE, Vicente: *La Hermandad de la Soledad de Marchena en el siglo XVII*. Marchena, 2004. pp. 114-118.

Escena del Mandato del Descendimiento. Foto: Diego Carmona Romero.

En definitiva, todos ellos se consideran actos paralitúrgicos que a lo largo de los siglos han sido complementarios a la liturgia oficial de la Iglesia, y que permitían que el pueblo sin formación pudiese conocer la pasión y muerte de Cristo.

Todas estas tradiciones y peculiaridades propias de la villa definen y conforman una Semana Santa tan especial que, aunque recibe los modismos propios de otras localidades y en particular de la capital, mantiene y conserva como señas de identidad que la hacen única. Sirva, por tanto, esta ponencia para conocer, apreciar y valorar un patrimonio tangible e intangible que durante siglos se ha conservado y que entre todos hay que divulgar y legar a las generaciones venideras.

LA SUSTANTIVIDAD DE LA CONFIANZA POLÍTICA PARA LAS SOCIEDADES MODERNAS

Manuel de Jesús Verdecia Tamayo.

Dr. en Ciencias Políticas por la Universidad de La Habana.

Universidad de Granma. Sede "Blas Roca Calderío".

mverdecia@udg.co.cu

RESUMEN

En los últimos años el tema de la confianza política suscita, cada vez más, la atención de múltiples analistas, líderes y politólogos al tratar la problemática de la cultura política como forma específica de la cultura. La presente ponencia muestra el valor de la confianza política para las sociedades que ahora acontecen. Aunque la confianza política se ha estudiado desde múltiples disciplinas, el trabajo está ajustado a la Ciencia Política, ciencia en desarrollo dentro de las perspectivas de las ciencias sociales en América Latina y el Caribe. La ponencia destaca la pertinencia epistémica de los elementos teóricos y metodológicos referidos a la confianza política como valor cultural y que forma parte del legado cultural acumulado hasta hoy.

Palabras clave: confianza política, cultura política, democracia, gobernabilidad, apoyo político.

INTRODUCCIÓN

El tema de la confianza política suscita, cada vez más, la atención de múltiples analistas, académicos, periodistas, politólogos, líderes y autoridades políticas durante los últimos cincuenta años, al tratar las relaciones políticas en los llamados "países democráticos trilaterales"¹, asunto introducido, de forma paulatina, en no pocas naciones del resto del mundo².

Un recorrido, por la bibliografía más extendida en el estudio de la confianza política, señala a la Ciencia Política contemporánea como la ciencia donde ha tenido un lugar especial su tratamiento, tanto que algunos autores sostienen que tal confianza resulta un concepto crucial en esta Ciencia (Wilson y Eckel, 2006: 189). No obstante, los límites de su abordaje son en algunos casos difusos, compartidos con la Psicología Política, la Filosofía Política y la Sociología Política; esto significa que su estudio debe ser multidisciplinario e incluso transdisciplinario, sin perder de vista que para la Ciencia Política, la política es sustantiva, mientras que para las otras disciplinas, lo político pasa a predicarlas o adjetivarlas (Fung, 2004: 6).

En la indagación, en torno a la confianza política, ha prevalecido una perspectiva politológica, desde los países occidentales desarrollados, influenciada por el acentuado interés de los científicos políticos norteamericanos por este fenómeno político, motivados por encontrar mecanismos eficaces para garantizar la estabilidad de su sistema político. Esta limitación obliga a repensar teórica y metodológicamente, el análisis de dicho fenómeno, para extraer los

¹ Esta denominación es utilizada ampliamente en la bibliografía al referirse a los países que conformaron originalmente la Comisión Trilateral: Estados Unidos, Europa Occidental y Japón.

² Conclusión que se llega por la diversidad de nacionalidades de los autores que estudian la confianza política: españoles, holandeses, chinos, australianos, latinoamericanos, jamaicanos. Ver, por ejemplo: Paramio (1999), Fennema y Tillie (2001), Li (2004), Job (2005), Arellano (2007), Andrew (2010).

componentes válidos por su universalidad e historia y proponer una visión propia, que encuentre en la realidad y la historia política nacional sus asideros sustanciales, acompañada de los enriquecimientos actuales, que marcan su contenido flexible e introduzca a las mayorías como sujetos políticos que depositan o retiran su confianza al poder, los sujetos, instituciones y procesos políticos.

Exponer el valor de la confianza política para las sociedades que ahora acontecen resulta una necesidad no solo cognoscitiva, sino que irrumpe, además, en los terrenos de la praxis política y sus soportes ideológicos para que estas sociedades funcionen con mayor estabilidad.

DESARROLLO

La palabra confianza denota un sentido relacional, y, si se trata de la actividad política las interacciones implican un grado apreciable de relaciones de aceptación, identificación, acatamiento, compromiso, empatía, interdependencia, cooperación y adhesión entre gobernantes y gobernados, tanto de forma directa o mediada por los procesos políticos, los institutos políticos, las instituciones, la difusión mediática y los múltiples sucesos sociopolíticos que acontecen en los marcos de un sistema político determinado.

Por otro lado, el hombre es un ser social, en tanto no puede existir sin establecer los necesarios vínculos con otros hombres. A lo largo de la historia, el ser humano ha buscado, de una forma u otra, generar confianza sobre otros y, a la vez, sobre sí mismo, para alcanzar un mayor grado de participación y protagonismo en los espacios donde se han desarrollado las relaciones sociales.

Al incrementarse la organización y complejidad de la sociedad humana, el hombre siente la necesidad de asociarse en instituciones socialmente formadas o de manera grupal, la confianza entonces amplía su carácter al pasar de actos y formas aisladas y espontáneas a formas y actos cada vez más estables, sistemáticos y formales. Adquiere así un carácter colectivo y social, al demandar el reconocimiento legal de instituciones que funcionan con ese propósito. Esto da la medida de cómo la confianza, en el devenir humano, se erige en elemento esencial para la asociatividad (Valenzuela y Cousiño, 2000: 333), entendida como capacidad de los sujetos para organizarse, trazar procedimientos y estrategias de acción concernientes a alcanzar unidad, cohesión, estabilidad, eficiencia y eficacia de sistemas, instituciones, grupos, redes y organizaciones en torno a objetivos comunes.

En el propio sentido, la confianza pasa a ser parte del orden político, en tanto todo gobierno y régimen necesita de la cooperación y del apoyo de la mayoría de los ciudadanos y de la permanencia en el tiempo de las relaciones políticas para obtener determinados resultados en su gestión; los que no se lograrían con el empleo de la violencia tácita. Desde ese momento, irrumpe la confianza como motivación social de estadistas y líderes políticos preocupados por alcanzar o mantener la conducción y estabilidad en el ejercicio del poder político. Con la democratización de la política y la autonomización del campo político, la confianza alcanza importancia básica en las relaciones políticas, configurada en los procesos de representatividad; de toma de decisiones de forma grupal o colectiva y de elección y designación de personas para cargos públicos (Hetherington, 1999; Gay, 2002; Keele, 2005).

Como resultado de la búsqueda bibliográfica, se han podido localizar preocupaciones, realizadas tempranamente por Confucio (551-479 a.n.e), referidas a la importancia de la confianza en las relaciones políticas; quien al abordar los elementos esenciales para administrar los asuntos públicos privilegia la confianza del pueblo en sus gobernantes, por encima de la fuerza militar y los víveres³. Claro que en estas afirmaciones no se encuentran formulaciones sistematizadas, sino que se trataba de enfocar el asunto, desde el deber ser, de un fin predeterminado, sin tener en cuenta el referente real de un régimen de explotación y servidumbre al servicio de la dinastía en el poder.

Aunque existe coincidencia en la literatura, al ubicar el origen de los estudios sobre la confianza política en la Ciencia Política norteamericana, no se alcanza consenso en torno al autor que los inicia⁴. La bibliografía consultada indica que el *Survey Research Center* (SRC), de

³ Ver: Confucio (1959: 121).

⁴ Véase, por ejemplo: Hetherington (1998: 791) que reconoce a Donald E. Stokes con "*Popular Evaluations of Government: An Empirical Assessment*", en tanto Miller (1974: 990) remite a William A. Gamson con su obra *Power and Discontent*.

la Universidad de Michigan, es la primera institución dedicada a indagar en torno a este fenómeno político; cuestión que presenta, desde 1958, en su bienal nacional sobre estudios electorales (Martin y Schneider, 1983: 381).

En la presente ponencia se define la **confianza política** como: actitud política que expresa la seguridad, relativamente estable, orientada hacia los fenómenos y procesos políticos, los sujetos políticos y las instituciones, que genera identificación, apoyo, movilización, consenso y compromiso respecto a estos, e interés y participación en la política y los asuntos públicos. Se manifiesta de manera colectiva, grupal o individual.

En esta definición, se asume una posición polémica, que se enfrenta a señalamientos que consideran que: a) la confianza política tiene como objeto exclusivo al gobierno; b) el concepto no incluye las relaciones interpersonales, se proyecta hacia las instituciones centrales del sistema político; c) la confianza política se deposita en los políticos, los partidos e instituciones políticas.

Consideramos que la confianza política es un producto cultural y social, por cuanto en su conformación, funcionamiento y desarrollo influyen un conjunto amplio de factores sociales unidos e interrelacionados entre sí. Es por ello, que la definición de confianza política porta la estructura social de la cual ella emerge y se reproduce, la naturaleza y el alcance de los procesos políticos, el contenido de las relaciones políticas, el carácter del sistema político y de la vida social, en su conjunto. Además, de manera interna, posee el contenido del mundo espiritual, los sentimientos, la voluntad y la conciencia que desarrolla el individuo en la actividad política bajo la influencia del entorno social.

Es interesante notar que en la conceptualización del término confianza política subyace una relación temporal que implica la existencia de un sujeto que otorga la confianza y un objeto sobre el que ella recae. Esto trae consigo la existencia de un espacio entre el otorgamiento y la recepción de la confianza; los beneficios esperados se proyectan hacia el futuro y se vinculan con los comportamientos reales que asumen los sujetos en la práctica política, en tanto ella no existe *per se*, por lo que es imprescindible su comprobación y verificación en la praxis.

Para mostrar el valor cultural de la confianza política para las sociedades actuales hay que detenerse en el nexo la confianza política-apoyo político, donde se observan tres tendencias entre los autores: a) los que plantean que sólo debe medirse en el apoyo específico (Citrin, 1974); b) otros, que sostienen medirla en el apoyo difuso para el régimen político o el gobierno (Miller y Listhaug, 1990; Muller *et al.*, 1982); c) algunos que proponen utilizarla para medir ambos tipos de apoyo (Hetherington, 1998).

Otra arista examinada, que destaca el valor de la confianza política, es la relación armónica entre la confianza política y la participación política⁵ por cuanto ella genera compromiso y cooperación en las relaciones que se establecen en la vida política. En tanto, Martin D. Abravanel y Ronald J. Busch en el artículo *Political Competence, Political Trust, and Action Orientations of University Students* exponen el ajustado vínculo entre la confianza política y la competencia política; cuestión, según estos autores, que ha suscitado el interés de múltiples científicos políticos norteamericanos⁶. Mientras, Shaun Bowler y Jeffrey A. Karp examinan cómo los escándalos políticos inciden negativamente en tal confianza⁷.

Además, se han estudiado empíricamente las causas y los efectos de la confianza política en grupos raciales y étnicos de los Estados Unidos, ejemplo de ello son los trabajos: *Assessing the Causes and Effects of Political Trust Among U.S. Latinos* (Abrajano y Michael, 2010) y *Political Trust among Chicago Latinos* (Michelson, 2001). Por otro lado, Hetherington y Globetti, sostienen que las preferencias por la política racial influyen en la confianza política⁸. Estos planteos tienen carácter explicativo, se limitan a brindar deducciones predeterminadas y no ofrecen fórmulas para revertir concretamente las problemáticas esbozadas por los mismos autores.

La influencia mediática en la producción de la confianza política también suscita el interés investigativo (Mutz y Reeves, 2005; Pereira, 2000; Norris, 1996). Estas propuestas omiten en sus análisis el carácter privado de estos medios por cuanto el manejo de los asuntos de la

⁵ Ver: Fraser (1970), Kraus *et al.* (1970), Watts (1973), Uslaner y Brown (2005).

⁶ Ver: Abravanel y Busch (1975).

⁷ Véase: Bowler y Karp (2004).

⁸ Ver: Hetherington y Globetti (2002).

sociedad y la política se brindan según los intereses de sus dueños en función de la estabilidad del régimen de propiedad privada y, por ende, de la oligarquía transnacional.

Las aportaciones anteriores muestran diferentes implicaciones, de la confianza política, en relaciones diversas pero en ellas se desconocen el carácter integral y sistémico de la sociedad, donde interactúa esta confianza; niegan la práctica colectiva e histórico-concreta de los actores sociales y asumen nexos aislados establecidos en las esferas sociales. El análisis de estas interacciones es importante, no cabe duda, pero tiene sentido siempre que se expongan los vínculos y las relaciones de los sujetos sociales en la realidad sociopolítica real.

Las fuentes de la confianza política resulta otro asunto, que genera polémica. Es oportuno retomar a Sonja Zmerli, José Ramón Montero y Ken Newton cuando sostienen que: "... los estudios recientes han sabido centrarse en explicaciones basadas en el capital social o en la psicología social (incluida la confianza social), de una parte, o en teorías políticas o institucionales (incluyendo variables individuales o agregadas, como la satisfacción con la democracia), de otra"⁹.

Por otra parte, existen autores que señalan como fuentes de la confianza política: a) la significación del acatamiento de las leyes (Marien y Hooghe, 2011); b) el enfrentamiento a los escándalos políticos (Dogan, 1997); c) los éxitos económicos y sociales de los gobiernos (Muller y Seligson, 1994); d) los niveles educativos y culturales de la población (Kaase y Newton, 1995); e) la seguridad y satisfacción de los ciudadanos con las políticas públicas (Gunther y Montero, 2000); f) la capacidad de los partidos políticos para transmitir las demandas sociales, cuando sus programas se convierten en decisiones políticas al asumir el Gobierno (Benedicto, 1993: 322).

En cuanto a la búsqueda de las fuentes de la confianza política, se observan alcances epistemológicos que toman por separado cada fuente, con ello pierden el contacto con el referente real en que surge, se desarrolla y reproduce la confianza política, que tiene un contenido transversal y múltiple, propio de los fenómenos que acontecen en la vida política.

En otros términos, el portador social de la confianza política fija su contenido de la lógica resultante entre lo universal, lo general y lo particular. La confianza política emana de una serie de interacciones recíprocas y sistémicamente articuladas que se dan entre gobernados y gobernantes en la actividad política, a todos los niveles donde se desenvuelve el poder político y sus instituciones; expresadas con un marcado carácter de contradicción dialéctica en: el centralismo y el democratismo, la democracia representativa y la democracia directa, entre la política y la economía, entre los representantes y los representados, entre los órganos ejecutivos de las múltiples organizaciones e instituciones y los miembros de las mismas, entre la elección y la designación, entre la ejecución directa y la delegación, entre la toma de la decisión y la ejecución, entre otras.

Estas indagaciones abordan de manera divorciadas las fuentes de la confianza política, desconocen con ello, el carácter sistémico de la sociedad, expresión de la integralidad del proceso socio-histórico donde se producen los vínculos de los diversos actores sociales con el poder político. Por tanto, hay que reconocer el contenido económico, político, cultural, moral, social e ideológico de la confianza política, en tanto fenómeno de la actividad política, tiene carácter global, por estar la política presente en todos los órdenes de la vida social y del conocimiento común y sistematizado, que "... se introduce en el aspecto comportamental de las relaciones intersubjetivas respecto al poder societario y a la distribución y redistribución de valores escasos, materiales y espirituales"¹⁰.

En el aspecto de las fuentes de la confianza política, es importante insistir que ella es un producto social, determinado por la participación directa del portador de la confianza política en la vida social. Además, si tenemos en cuenta que la emergencia es un atributo característico permanente en el universo social y que la predicción es posible, pero dentro de los marcos de indeterminación, que el propio sistema social porta al ser entidad no hecho, sino devenir¹¹ hace que las fuentes de la confianza política no estén dadas de antemano, surgen en el transcurso de las relaciones políticas entre los gobernantes y los gobernados.

La confianza política como producto cultural y social resulta de la actividad conjunta de los hombres en sus relaciones, consecuencia del propio actor por sí mismo y para su propio

⁹ Zmerli *et al.* (2008: 34).

¹⁰ Fung (2004: 6).

¹¹ Ver: Delgado (2004: 26).

interés real (Romano, 2005). Ella se halla como forma social, es decir, que al igual que la conciencia, la confianza política, existe “en forma de cierto resultado general, global, de la actividad humana” (Tolstoj, 1989: 120); por ello sus fuentes serán: económicas, políticas, socio-psicológicas, ideológicas, culturales, morales, entre otras. Es en la sociedad donde se fija, confirma y actualiza la confianza política, lo que está condicionado por la existencia de un vínculo directo entre el surgimiento y desarrollo de los diversos tipos de actividad espiritual y el movimiento histórico de la producción material, demostrado por la historia de las ideas que señala que las representaciones, concepciones, conceptos, la conciencia del hombre “... se ha modificado junto con la modificación de sus condiciones de vida, de las relaciones sociales, de la existencia social (...)”¹².

Al mismo tiempo, la praxis política es criterio objetivo de la confianza política, como mediación de los sujetos con la realidad social que condiciona las relaciones políticas que se establecen entre ellos. Entonces, la confianza política no puede considerarse como una “instancia exterior” a la política, sino como una actitud inherente a la vida política, o más precisamente, una actitud resultante del análisis de las prácticas políticas.

Existe una tendencia, en la mayoría de los politólogos occidentales, al estudiar la confianza política a proyectarse, en síntesis, al análisis puramente empirista de este fenómeno político lo que denota un interés escaso por examinarla en toda su complejidad y potencialidades heurísticas. Estos investigadores focalizan la influencia de la confianza política en la participación política, la elección política y el ejercicio del gobierno. Esto señala que el móvil de estas irrupciones ha sido la preocupación por la estabilidad y la gobernabilidad, en tanto la confianza sirve como factor que orienta las preferencias electorales y toda una gama de relaciones interpersonales y del propio individuo con las instituciones, que se dan al interior de un sistema político dado.

CONCLUSIONES

Las páginas que anteceden evidencian que la indagación de la confianza política no se puede limitar a los estudios desarrollados por la politología occidental; aunque es innegable que desde esta perspectiva se han realizado los aportes más extendidos y continuos. Es necesario, por otra parte, la evaluación general crítica de esta vertiente, caracterizada por su heterogeneidad, donde se agrupan múltiples teorías que van desde la social-psicológica, socioculturales e institucionales para indagar en el origen y depósito de la confianza política y las culturalistas e institucionalistas, en la explicación de esta confianza en el marco institucional; hasta las distintas modalidades que tratan de vincular la confianza política con fenómenos específicos de la vida sociopolítica ya analizados con anterioridad.

Por otra parte, la formulación del concepto “confianza política”, desde las perspectivas más extendidas actualmente, exige nuevas contribuciones al caracterizarse por su ambigüedad e imprecisión. A la vez, la confianza política resulta una categoría central de la Ciencia Política moderna, que sirve como punto de partida para nuevas irrupciones necesitadas de un nuevo enfoque teórico-metodológico, donde participen otros enfoques y perspectivas de otras experiencias políticas de nuevas zonas geográficas, entre ellas la latinoamericana, tercermundista, específicamente la cubana.

El análisis de la politología occidental pone énfasis en una de las variables de la confianza política: la confianza ciudadana en el Gobierno pero desconocen, en la mayoría de los casos, que la confianza política alcanza una lógica objetiva en la realidad social y que en la actividad práctica del hombre esta confianza es comprobada y sometida a verificación. Estas irrupciones ponen acento en el análisis situacional de la confianza política, que si bien puede ser de interés a los efectos del cumplimiento de determinadas tareas teórico-metodológicas no rebasan el marco de la descripción empírica de los fenómenos sociopolíticos.

La confianza política constituye un valor sustantivo para las sociedades modernas al influir en la estabilidad política y social, el apoyo político, la gobernabilidad las relaciones políticas entre gobernantes y gobernados.

¹² Tolstoj (1989: 182).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abrajano, Marisa A. y R. Michael Álvarez. 2010. "Assessing the Causes and Effects of Political Trust Among U.S. Latinos", *American Politics Research* 38: 110-141.
- Abravanel, Martin D. y Ronald J. Busch. 1975. "Political Competence, Political Trust, and Action Orientations of University Students", *Journal of Politics* 37: 57-82.
- Andrew, Paul. 2010. "Modelling Political Trust in a Developing Country", *Current Research Journal of Social Sciences* 2: 84-98.
- Arellano, David. 2007. "Una cuestión de confianza. Retos e instrumentos para una reforma del Estado en América Latina", *Nueva Sociedad* 210: 95-109.
- Benedicto, Jorge. 1993. "Los partidos políticos", en Salustiano Campo, ed., *Tendencias sociales en España, 1960-1990*. Fundación BBV; Bilbao; Volume III.
- Bowler, Shaun y Jeffrey A. Karp. 2004. "Politicians, scandals, and trust in government", *Political Behavior* 26: 271-287.
- Citrin, Jack. 1974. "Comment: The political relevance of trust in government", *The American Political Science Review* 68: 973-988.
- Confucio. 1959. *Tratados morales y políticos*. Según los textos de Confucio y de sus discípulos Tseng-Chan, Tchu-Hi y otros. Barcelona: Editorial Iberia, S.A.
- Delgado, Carlos. 2004. "La racionalidad no clásica y sus perspectivas metodológicas", en Thalía Fung Riverón, ed., *Una Ciencia Política desde el "Sur"*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Dogan, Michell. 1997. "Erosion of Confidence in Advanced Democracies", *Studies in Comparative International Development* 32: 3-29.
- Fennema, Meindert y Jean Tillie. 2001. "Civic Community, Political Participation and Political Trust of Ethnic Groups", *Connections* 24: 26-41.
- Fraser, John. 1970. "The Mistrustful-Efficacious Hypothesis and Political Participation", *Journal of Politics* 32: 444-449.
- Fung, Thalía. 2004. "La pluralidad y la complejidad en el objeto de la Ciencia Política", en Thalía Fung Riverón, ed., *Una Ciencia Política desde el "Sur"*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Gay, Claudine. 2002. "Spirals of Trust? The Effect of Descriptive Representation on the Relationship Between Citizens and Their Government", *American Journal of Political Science* 46: 717-733.
- Gunther, Richard y José Ramón Montero. 2000. "Political Legitimacy in New Democracies", *Studies in Public Policy* 341. Glasgow: University of Strathclyde.
- Hetherington, Marc J. 1998. "The Political Relevance of Political Trust", *The American Political Science Review* 92: 791-808.
- _____. 1999. "The Effect of Political Trust on the Presidential Vote.", *The American Political Science Review* 93: 311-326.
- Hetherington, Marc J. y Suzanne Globetti. 2002. "Political Trust and Racial Policy Preferences", *American Journal of Political Science* 46: 253-275.
- Job, Jenny. 2005. "How is trust in government created? It begins at home, but ends in the parliament", *Australian Review of Public Affairs* 6: 1-23.
- Kaase, Max y Kenneth Newton. 1995. *Beliefs in Government*. Oxford: Oxford University Press.
- Keele, Luke. 2005. "The Authorities Really Do Matter: Party Control and Trust in Government", *The Journal of Politics* 67 (3): 873-886.
- Kraus, Martin et. all. 1970. "Some Motivational Correlates of Attitudes Toward Political Participation", *Midwest Journal of Political Science* 14: 383-391.
- Li, Lianjiang. 2004. "Political Trust in Rural China", *Modern China* 30: 228-258.
- Lipset, Martin y William Schneider. 1983. "The Decline of Confidence in American Institutions", *Political Science Quarterly* 98: 379-402.

- Marien, Sofie y Marc Hooghe. 2011. "Does political trust matter? An empirical investigation into the relation between political trust and support for law compliance", *European Journal of Political Research* 50: 267–291.
- Michelson, Mellissa R. 2001. "Political Trust among Chicago Latinos", *Journal of Urban Affairs* 23: 323-334.
- Miller, Arthur H., 1974. "Rejoinder to "comment" by Jack Citrin: Political Discontent or Ritualism?", *The American Political Science Review* 68: 989-1001.
- Miller, Arthur H. y Ola Listhaug. 1990. "Political Parties and Confidence in Government: A Comparison of Norway, Sweden and the United States", *The British Journal of Political Science* 29: 357-386.
- Muller, Edward N. y Mitchell A. Seligson. 1994. "Civic Culture and Democracy: The Question of Causal Relationships", *The American Political Science Review* 88: 635–652.
- Muller, Edward N. et. all. 1982. "Diffuse Political Support and Antisystem Political Behavior: A Comparative Analysis", *American Journal of Political Science* 26: 240-264.
- Mutz, Diana C. y Byron Reeves. 2005. "The New Videomalaise: Effects of Televised Incivility on Political Trust", *The American Political Science Review* 99: 1-15.
- Newton, Kenneth y Pippa Norris. 1999. "Confidence in Public Institutions: Faith, Culture or Performance?", en URL: goliath.ecnext.com/coms2/summary_0199-2364698_ITM - 89k
- Norris, Pippa. 1996. "Does Television Erode Social Capital? A Reply to Putnam", *Political Science and Politics* 29: 474-480.
- Paramio, Ludolfo. 1999. "Cambios sociales y desconfianza política: el problema de la agregación de preferencias", *Revista Española de Ciencia Política* 1: 81-95.
- Pereira, Mauro. 2000. "La crisis de confianza en la política y sus instituciones: los medios y la legitimidad de la democracia en Brasil", *América Latina Hoy* 25: 23-33.
- Romano, Vicente. 2005. *La formación de la mentalidad sumisa*. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.
- Tolstoj, V.I., 1989. *La producción espiritual*. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.
- Uslaner, Eric M. y Mitchell Brown. 2005. "Inequality, Trust, and Civic Engagement", *American Politics Research* 33: 868-894.
- Valenzuela, Eduardo y Carlos Cousiño. 2000. "Sociabilidad y asociatividad. Un ensayo de sociología comparada", *Estudios Públicos* 77: 330-335.
- Wilson, Rick K. y Catherine C. Eckel. 2006. "Judging a Book by its Cover: Beauty and Expectations in the Trust Game", *Political Research Quarterly*, 59 (2): 181-192.
- Zmerli, Sonja et. all. 2008. "Confianza social, confianza política y satisfacción con la democracia", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)* 122: 11-54.

RECUPERACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL DE UN LUGAR A PARTIR DE UNA ACCIÓN ARTÍSTICA COMUNITARIA

María Martínez Morales

Universidad de Jaén

mariamartinez_82@hotmail.com

Resumen

La comunicación que presento forma parte de un proyecto de investigación tiene como finalidad visibilizar el patrimonio de un lugar a partir de la práctica artística. La intervención tiene como origen el interés de los vecinos de un barrio de recuperar un espacio olvidado por la pérdida del uso y labores asociadas a dicho lugar. A partir de esta propuesta surge la recuperación de la memoria individual y/o colectiva a través de una intervención artística como dispositivo activador de dinámicas de construcción de identidades culturales, de cuestionamiento y empoderamiento de un barrio. La acción artística constituirá parte del proceso de indagación en la vida cotidiana de la comunidad para generar posibilidades de transformación social fomentando un espacio de trabajo colaborativo a través de la construcción de una instalación interactiva y la elaboración de cartografías vitales a partir de la fotografía. En este sentido propongo la práctica artística como investigación artográfica en la comunidad en la medida en que cuestiona su hacer desde el hacer mismo. La comunidad es más que contigüidad espacial. La comunidad está hecha de la interrupción de singularidades, de la suspensión de que los seres singulares son (Nancy, 2012:31).

Palabras clave: Acción artística, comunidad, memoria, patrimonio intangible.

Introducción



Sin título, (2016) Fotoensayo organizado a partir de dos fotografías de la autora.

La comunicación parte de la experiencia desarrollada en el barrio y que forma parte de una investigación artográfica, una investigación en la que mirada artista, docente e investigadora tiene lugar al mismo tiempo. La práctica a/r/tográfica es relacional y en movimiento, lo que va generando una serie de interconexiones entre elementos de distinta naturaleza que de otra forma no se producirían como argumenta Irwin (Irwin, 2004:87), o como señala Hernández, estar implicado en el proceso de la artografía “significa indagar en el mundo a través de un continuo proceso de hacer arte en cualquier forma artística y escrita de manera que no estén separadas ni sean ilustración una de la otra, sino que estén interconectadas y entrelazadas una con la otra para crear significados nuevos/ y o relevantes” (Hernández, 2008:104).

Por tanto la acción surge desde una propuesta comunitaria donde se plantea recuperar de la memoria colectiva a partir de la práctica artística comunitaria como acción en la que hay una relación entre artista y comunidad y en la que ambos forman parte de un proceso en el que emerge un interés de transformación social. En la acción, la comunidad actúa como agente fundamental en el planteamiento creativo, una acción que surge a partir de los

intereses de la asociación de vecinos del barrio. En la presente comunicación narro la acción desde una mirada artográfica por ello no planteo un único recorrido, sino la interconexión entre diferentes caminos al relacionar mi mirada como artista, investigadora y profesora al mismo tiempo. Por tanto, trazo un recorrido como proceso relacional que tiene lugar en el continuo intercambio de experiencias con la comunidad. En este sentido propongo la acción artística como catalizadora de movimientos, de intercambio, reflexión, cuestionamiento...una forma de dar visibilidad a la experiencia de las personas que conviven barrio.

La acción parte de la idea de recuperar un espacio situado en el barrio, la "era", y los recuerdos asociados a dicho lugar, así como el lugar como espacio de encuentro social. El barrio vive una situación de desplazamiento y envejecimiento, debido a las personas que se han marchado y al paso del tiempo, generando una escenario de pérdida. A partir de esta situación surge la idea de generar una acción donde intercambiar experiencias asociadas a este espacio. Para ello planteamos un encuentro donde cada vecino trae un objeto o fotografía que sitúan en la era al mismo tiempo que cuenta el recuerdo. Aparecen palabras asociadas a la actividad que se desarrollaba en la era como aventar o echar algo al viento para separar el grano de la paja. A partir de esta palabra parte la acción. El fruto o grano son las historias que conforman la identidad del barrio a través de los relatos de las vidas narradas por sus vecinos. A partir de esta idea surge la intervención como combinación de fotografías que se ubicaron como frutos o grano que han ido creciendo en la era. Una acción invitó a la gente a participar de la recolección simbólica de esa memoria. La pieza representa una situación de migración simbólica que se utilizó para hablar de una acción de retorno a ese campo abandonado. La idea de narrar historias de vida como cartografía testimonial, inicia un proceso de auto-representación, de auto-narración de las vidas de las personas que participan de la acción, historias que se entremezclan, que resisten a las representaciones hegemónicas de o único discurso, donde se recuperan como sujetos históricos. Una instalación elaborada con retazos de vidas. El patchwork de historias, al igual que los recuerdos que trajeron reconstruyen la historia de lo fragmentado un acto del encuentro entre las partes que se unen y forman un todo nuevo, se reconstruye el lugar, como una labor de resistencia al anonimato y al olvido.

Trabajar sobre la era como necesidad de generar vínculos con el lugar que hemos ido perdiendo, cómo relacionarnos con él a través de una intervención artística. Trabajar con las personas que viven el barrio es una forma de relación cultural con el territorio, de investigación del lugar que parte de los intereses de la población que convive en el, recuperación simbólica de la memoria a través de una acción que habla de las vidas de las personas, una forma de manifiesto o de resistencia al olvido.

La acción artística en comunidad: representación del patrimonio intangible del lugar



Sin título, (2016) Fotoensayo organizado a partir de dos fotografías de la autora.

Escojo la acción artística comunitaria como aquella en la que hay una relación entre artista y comunidad, en la que ambos forman parte de un proceso en el que emerge un interés de transformación social, componentes que se encuentran entrelazados y puestos en continua relación. Una de las premisas por la cual elijo la acción artística es por ser una forma de representación que tiene en cuenta la experiencia del sujeto, en este caso a través de la práctica artística se visibilizan las historias de los vecinos/as del barrio, por otro lado, por generar un espacio de intercambio de experiencia individual y/o colectiva al ser dispositivo activador de espacios y experiencias, una forma de incentivar dinámicas de construcción de identidades culturales, de cuestionamiento y empoderamiento social.

La comunidad actúa como agente fundamental en el planteamiento creativo del que parte la acción. En nuestro caso, el concepto surge de una conversación con la asociación de vecinos del barrio. Este artículo narro la acción desde mi mirada como artógrafa, por ello no planteo un único recorrido, sino la interconexión entre diferentes caminos al relacionar mi mirada como artista, investigadora y profesora simultáneamente. Por tanto, trazo el recorrido como un proceso relacional que tiene lugar en el continuo intercambio de experiencias con la comunidad. En este sentido propongo la acción artística como catalizadora de movimientos, de intercambio, reflexión, cuestionamiento...una forma de visibilidad del barrio. La intervención en el barrio relaciona la memoria con la acción, un camino que configura la práctica artística participativa que cuestiona las posibilidades y limitaciones de desarrollar una práctica en conjunción con la comunidad del barrio en distintos

contextos y en conexión con diferentes redes sociales. El ensayo indaga la articulación entre la práctica artística comunitaria y su reflexión teórica, el arte como experiencia, no-objetual parte de un proceso creativo no material, donde el objeto de arte está destinado a crear una experiencia incorporada dentro del proceso. El proyecto funciona como una iniciativa espacial y comunitaria, donde se realiza diferentes actividades con niños y adultos, conectando la el espacio con la comunidad y produciendo un espacio artístico relacionado con la vida de los vecinos del barrio. el espacio se fue paulatinamente transformando en un espacio de intercambio entre historias de sus habitantes. La práctica artística se convierte en un proceso local y en su documentación. Para Beuys, cada persona es creadora, arquitecta de la obra de arte del organismo social. Su acción *Direct Democracy* (1972), consistió en una oficina de información en la cual, durante cien días, Beuys discutió con los visitantes la idea de democracia directa a partir conversaciones y referendos. La idea emerge de las circunstancias mismas en las que el proyecto se genera, desde la relación con los miembros del vecindario. Desde la puesta en común de los intereses e inquietudes. En este sentido, el proyecto se desarrolla a partir la práctica artística en comunidad.

Práctica artística busca despertar, revivir y valorar a través del ejercicio artístico nuevas formas de relación. El proyecto parte de la pregunta ¿cómo articular la práctica artística con la comunidad? Para ello comienzo a trazar una cartografía a partir de conversaciones con las personas que viven en el barrio. La construcción de una obra comunitaria en el barrio y la elaboración de cartografías vitales. Una idea que se adapta al contexto en el que viven, y que está relacionada con la idea de memoria, la que da sentido a los recorridos y conexiones que se van generando en torno a ésta. La práctica artística comunitaria surge como opción creativa en la construcción de la memoria colectiva, para potenciar lo que en palabras del teórico y curador francés Nicolas Bourriaud es más «una actividad que consiste en producir relaciones con el mundo mediante la ayuda de signos, formas, gestos u objetos» (2006, 35).

Una acción artística en el barrio que parte de la elaboración de cartografías testimoniales a partir de objetos como contenedores de experiencias que los habitantes del barrio escogen como disparador de narrativas e historias de vida. Una acción opera como epicentro, de relaciones entre la población del barrio y la vinculada al proyecto. La acción fue concebida como una zona de transferencia de memoria, un espacio de intercambio. Un territorio libre donde se recuperaron y rescataron saberes de sus habitantes, sobre el barrio, sus vidas, historias olvidadas, conocimientos discriminados en el contexto actual. Simbólicamente, la acción de contar desde nuestro recuerdo se extiende al cultivo de relaciones e historias que sucedieron con la acción. Como proceso, el proyecto constituyó un espacio nuevo, en la medida en que se busca recuperar las historias de vida desde la práctica artística comunitaria.

A partir de la instalación la idea de las cartografías testimoniales, se inicia un proceso de auto-representación, de auto-narración del de las vidas de las personas que participan de la acción, historias que se entremezclan, que resisten a las representaciones hegemónicas de o único discurso, se recuperan como sujetos históricos. Mapas de memoria elaborados con retazos de vidas. El patchwork de historias al igual que los retales que trajeron y que a modo de tapiz construyen la historia de lo fragmentado y que en el acto del encuentro,

entre las partes que se unen y forman un todo nuevo, se reconstruye el lugar. Surge así el patchwork como una labor de resistencia al anonimato y al olvido.



Sin título, (2016) Fotoensayo organizado a partir de tres fotografías de la autora, 2016

Aportaciones al campo de la investigación.

La acción artística ha dado lugar a nuevas relaciones entre arte y comunidad, la mirada artista, educadora e investigadora al mismo tiempo ha favorecido la investigación. La práctica *a/r/tográfica* es relacional y en movimiento, la vivencia de una práctica es siempre con otros, dinámica, desde las singularidades y las diferencias (Triggs, Irwin y O'Donoghue, 2012: 1). El arte relacional ha favorecido la posibilidad de transformación social con la comunidad

La acción como investigación educativa basada en una intervención artística comunitaria funciona como artefacto portador de historias, a las relaciones que se comparten durante el proceso de construcción de la instalación, operando como forma de indagación desde el proceso creativo a la exposición de la instalación, así como el acercamiento de la práctica artística a la comunidad, hace repensar aspectos que permanecían ocultos y cuestionar el sentido de las prácticas artísticas comunitarias como forma de interrogación-límite, en la medida en que cuestionan su hacer desde el hacer mismo.

De este modo, la presente experiencia constituye una aportación al campo académico al indagar la comunidad como productora de conocimiento así como activadora de dinámicas de relación que ponen de manifiesto cuestiones culturales asociadas a un lugar que forman parte del patrimonio intangible. De esta manera, la instalación actúa como dispositivo dinamizador que recupera los significados de un barrio, de sus gentes, registros, conocimientos olvidados...etc. Un espacio de representación autobiográfica, un territorio simbólico donde explorar la memoria personal y colectiva, como un espacio de representación del presente y, por lo tanto, un lugar de producción de una nueva historia en común, relaciones, procesos, intercambio, reflexiones, de

ideas generadas en torno a la instalación generando nuevos espacios de producción y socialización en forma de red.



Fotografía independiente del autora, 2016

Bibliografía

BARONE & EISNER, (1997); Diamond & Mullen, (2000); Eisner, (1991) Barone, T., & Eisner, E. W. (1997). Arts-based educational research. In R. M. Jaeger (Ed.), *Complementary Methods for Research in Education* (2nd ed.). Washington: AER

BORGDOFF, H. (2012). *The Conflict of the Faculties. On Theory. Perspectives on Artistic Research and Academia*. Leiden: University Press.

DELEUZE & GUATTARI (1972). *Capitalisme et Schizophrénie 1. L'Anti-Œdipe*. París: Minuit.

DEWEY, J. (2008). *El arte como experiencia*. Méjico: Paidós Ibérica.

DEWEY, J. (2006). *Democracia y educación: Una introducción a la filosofía de la educación*. Buenos Aires: Morata.

HERNÁNDEZ, F. (2015) *Pensar los límites y relaciones entre la práctica artística y la investigación artística*. Aníav: Real Virtual. Volumen II. pp.22-25 <http://dx.doi.org/10.4995/ANIAV.2015.1658>

IRWIN, R. L. (2004). *A/r/tography: A metonymic métissage*. Vancouver: Pacific Educational Press.

MARÍN VIADEL, R. (2005) *La Investigación Educativa basada en las Artes Visuales o Arte Investigación Educativa: Investigación en educación artística*. Universidad de Granada: Granada.

NANCY, J. (2012). *The Inoperative Community*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

TRIGGS,V.; Irwin, R. I.; O'Donoghue, D. (2012). *Following A/r/tography in practice: from possibility to potential*. In Kathy Miglan & Cathy Smilan (Eds.). *Inquiry in Action: Paradigms, Methodologies and Perspectives in Art Education Research*. Reston, VA: NAEA

LA TIPOLOGÍA DE LA HACIENDA ANDINA, EL CASO DE SUSUDEL – ECUADOR

María Soledad Moscoso-Cordero

Universidad de Cuenca

soledad.moscoso@ucuenca.edu.ec

Resumen:

El patrimonio vernáculo rural, por ser considerado arquitectura menor generalmente no se le da el valor que le corresponde, sin embargo en los últimos años ha existido un creciente interés por su protección, como representante de una cultura dada. El pueblo rural de Susudel fue objeto de estudio con la finalidad de incluirlo en la lista de Patrimonio Mundial del Ecuador en el año 2013, y en ese momento se reconocieron sus principales valores. En el presente artículo se abordan las cualidades del pueblo de Susudel, sus particularidades y valores, para su protección y conservación hacia el futuro.

Palabras clave: patrimonio vernáculo, patrimonio rural, arquitectura vernácula, hacienda andina

La conservación del patrimonio es solo posible a partir de su conocimiento y su valoración, no solamente por parte de expertos sino sobre todo por sus custodios, quienes han sido y serán los responsables de su mantenimiento, conservación y transmisión a futuras generaciones. El presente estudio se centra en la parroquia Susudel, la única parroquia rural del cantón San Felipe de Oña, ubicada en la provincia del Azuay en el sur del Ecuador. La cabecera cantonal de San Felipe de Oña es producto de una fundación española, mientras que Susudel aparece como resultado de un modo de producción muy difundido por los andes ecuatorianos: la hacienda.

Los Centros Históricos de Oña y Susudel fueron declarados patrimonio de la nación el 28 de marzo de 2013¹, luego de un arduo proceso de estudio donde se reconocieron sus particularidades y valores, mediante un expediente técnico. Al haberse generado con anterioridad un informe técnico para la declaración de San Felipe de Oña como patrimonio nacional² se vio la necesidad de complementarlo con un expediente paralelo para el caso de Susudel donde se destacan sus particularidades patrimoniales y en el que además que incluya la generación de un área de protección conjunta que facilite la creación de políticas para su protección y manejo.

En el caso específico de Susudel fue posible realizar un trabajo con la comunidad mediante el involucramiento de la Universidad de Cuenca, que luego de un previo conocimiento del sector, se organizó para realizar una serie de talleres con la intención de despertar en ella la valoración de su propio patrimonio y contribuir a su conservación³.

Susudel está ubicado en una zona muy accidentada, conformada por un conjunto de zonas planas, laderas y quebradas. Las primeras son especialmente dedicadas a la agricultura y

¹ <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/ona-y-susudel-son-patrimonios-del-ecuador/>

² Rómulo Cabrera, "Informe Técnico Para La Declaración De San Felipe De Oña Como Patrimonio Del Ecuador", (Informe, Instituto Nacional de Patrimonio Cultura, Cuenca, 2010)

³ Campañas de Mantenimiento del Patrimonio de Susudel Diciembre de 2011 y Campaña de Mantenimiento del Cementerio de Susudel Enero del 2013. Véase: María Soledad Moscoso Cordero et als, "La participación social en el mantenimiento del Patrimonio: La experiencia de Susudel" en Vera de la Cruz Baltazar et als, Apuntes sobre conservación y habitabilidad de zonas históricas, Oaxaca: 2014, pp.231-249. ISBN: 978- 607-96515-6-5

ganadería. La formación montañosa del cañón del Río León es muy antigua, de elevado atractivo paisajístico, conformada por pendientes fuertes y un profundo lecho de río. Al hablar del paisaje de Susudel no se puede dejar de lado los Farallones que conforman un marco que delimita visualmente a la parroquia. Posee suelos arcillosos propicios para la fabricación de ladrillos y tejas, razón por la que han proliferado pequeños hornos para su fabricación artesanal.

Se sabe que durante el período comprendido entre 500 A.C. y 1500 D.C. existieron diferentes sociedades agro-alfareras en la zona que actualmente es Susudel. Posiblemente estuvo considerada dentro de la región “Cañaribamba” durante la época cañari, que constituía una importante zona por lo que se han encontrado numerosos vestigios arqueológicos. Posiblemente el Cerro Putuzhío pudo haber sido un santuario andino pre-incásicos⁴.

Durante la conquista incásica de los pueblos cañaris, se dio una asimilación de las concepciones religiosas incásicas tales como el culto al Sol complementado con el existente y tradicional culto a la Luna de origen Cañari. Es necesario tener presente que el Imperio Inca tenía una avanzada red vial que conectaba zonas importantes del imperio facilitando el transporte de productos y la comunicación de sus pueblos. Posiblemente una arteria de dicha red pasaba por los territorios cercanos a Susudel siendo una zona de paso y de estancia, según lo expresa en sus escritos el arqueólogo e historiador Antonio Fresco, el camino luego de salir de Cuenca y cruzar los ríos Tomebamba y Yanuncay se dirigía hacia las lomas que separan el valle del río Tarqui y el valle de Quingeo hasta llegar al pie del cerro Gualashi, “a continuación el camino se tuerce hacia el SSO, cruzando el río León, pasando por las cercanías del pueblo actual de Nabón, hasta alcanzar el tambo de Dumapara, a medio camino entre dicho pueblo y el de Cochapata.”⁵

Hacia el siglo XVI tuvo lugar la conquista española de América del Sur y en 1557 se fundaría la Ciudad de Cuenca lo que propiciaría un comercio desde y hacia Lima, para lo cual probablemente se usaba el Camino del Inca; de esta manera Susudel continuaría siendo un lugar de paso de mercaderías y personas.

La modalidad de la conquista española era la creación de “repartimientos de indios”, esto implicaba la entrega que haría la corona española de tierras para cultivo a determinadas personas.⁶ La hacienda de Susudel contaba con grandes territorios para la producción agrícola y su propietario fue Joseph Serrano de Mora.⁷ Según las inscripciones encontradas se sabe que Joseph Serrano de Mora fue el promotor una hermosa capilla del siglo XVIII que aún se conserva. Dicha capilla fue terminada en el año de 1752, como lo testifica una inscripción existente en el presbiterio.⁸

La hacienda de Susudel sería una propiedad de las de mayor extensión en la región, donde, según las características de este tipo de propiedad, residía habitualmente su propietario. Con el paso del tiempo la tenencia de la tierra pasa a manos de sus herederos quienes la fragmentarían y la venderían a Don Fernando Valdivieso y Carrera.

A la muerte de Fernando Valdivieso y Carrera, la hacienda pasa a manos de José Miguel Valdivieso y Rada quién realizaría algunos arreglos en la Capilla aunque no se sabe con exactitud los trabajos realizados en esta intervención. Con la muerte de Valdivieso y Rada, sus

⁴ Junta Parroquial de Susudel, “Plan de Desarrollo de la Parroquia Susudel”, 2009, p.14, <http://www.susudel.gov.ec/Pdf/PDP-Susudel.pdf> (último acceso 11 de Diciembre del 2010)

⁵Antonio Fresco, “Ingañan: La red vial del imperio Inca en los Andes Ecuatoriales”, Quito: Ediciones Banco Central del Ecuador, 2004, p.37.

⁶ Julio Estrada, “La economía durante la Colonia” en *Historia del Ecuador*, Quito: Salvat Editores, 1998, p.94-117

⁷ Agustín Valdivieso, Entrevista realizada por María del Cisne Aguirre et Als, “Susudel: Plan de Conservación”, op. cit., pp. 28

⁸ Jesús Paniagua Pérez, “La Iglesia de Susudel Azuay (Ecuador)” en *Anales del Museo de América*, 1 1993, pp. 143-157.

herederos dividirían la hacienda quedando la casa e hacienda y gran parte de sus territorios en poder de Antonio José Valdivieso García a partir de 1875. A su muerte a principios del siglo XX, la hacienda pasa a poder de Florencia Astudillo Valdivieso, una mujer destacada de la ciudad de Cuenca. Hacia el primer cuarto del siglo XX la hacienda sufre una considerable disminución en la producción afectando sus ingresos y dejando desprovista a la región. En 1926 la hacienda de la Señora Astudillo se fragmenta en diez lotes. Aquellos lotes principales pasaron a manos de Rafael Moscoso y Remigio Ochoa.

Desde épocas coloniales y debido a la gran extensión de la hacienda, se la organizaba mediante huasipungos⁹ donde habitaban los llamados huasipungueros, indígenas que trabajaban en la hacienda a cambio de techo, comida y el usufructo de la tierra en la cual se asentaban. Poco varió el modo de producción después de la independencia y durante el siglo XIX. Es así que solo hacia el último cuarto del siglo XX hubo cambios, debido a la reforma agraria aprobada en 1964 bajo el decreto del gobierno de Velasco Ibarra en la que se ordenaba liberar a la gente del huasipungo.

Así los habitantes de Susudel recibieron una hectárea de tierras localizadas en una zona alejada del corazón de la hacienda¹⁰. Posiblemente estas tierras no eran las que contaban con la mejor calidad de suelos para el cultivo, por lo que posteriormente los huasipungueros comprarían las parcelas que les fueron asignadas antes de la reforma con extensiones mayores a una hectárea.

En conclusión la Parroquia de Susudel es uno de los pocos ejemplos de una población originada en una hacienda. Es el resultado aún visible y material de la práctica latifundista muy difundida durante la época colonial y principios de la republicana en el Ecuador, que aún conserva algunas de sus estructuras básicas como la casa de hacienda y la capilla.

En la actualidad la parroquia Susudel tiene una densidad de 14.32 hab/km²¹¹, lo que se puede interpretar como un territorio de amplias zonas agrícolas. Es importante tener en cuenta que lo común es la existencia parcelas con espacio agrícola, lo que genera una organización espacial muy singular puesto que no existen zonas urbanas totalmente consolidadas, sino una sucesión de villas que se funden con zonas verdes.

Es importante tener en cuenta que seguramente debido a la condición económica de sus habitantes, de limitados recursos económicos, Susudel no ha sido afectada gravemente por los nuevos modelos promovidos por la arquitectura de la migración. La conservación de arquitectura tradicional probablemente haya sido consecuencia de que los habitantes de Susudel valoran la arquitectura y pasado de la Parroquia.

Sin embargo, en los últimos años la Municipalidad de Oña ha cambiado la materialidad de las vías de acceso a Susudel, de tierra a pavimento rígido, lo que ha provocado que la imagen de la vía resalte demasiado y sobresalga, afectando a la lectura de la arquitectura vernácula. Por esta razón los habitantes, demostrando sensibilidad con el contexto construido, impidieron que se pavimente la calle de acceso a la hacienda y a la capilla, procurando que los materiales empleados no afecten el paisaje de la parroquia¹².

⁹ Huasipungo: (“[a la] entrada de la casa”) Expresión quichua utilizada para designar, en las antiguas hacienda de la sierra ecuatoriana, una parcela agrícola cedida por el terrateniente a un trabajador indígena, en un régimen de semi-servidumbre en: Ministerio de Cultura del Ecuador, Museo y Bibliotecas Virtuales del Banco Central del Ecuador “Glosario de términos”, http://www.museos-ecuador.com.ec/bce/html/inf_rel/glosario_2_72.htm (último acceso, 20 de Enero del 2011)

¹⁰ Rosendo Muzha, Entrevista realizada por María del Cisne Aguirre et Als, “Susudel: Plan de Conservación”, op. cit., p.30.

¹¹ Dato calculado de datos provenientes de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, *Azuay por dentro*, Cuenca: 2006, pp.290-293

¹² Apreciación durante visita a Susudel en el mes de Septiembre del 2010, posteriormente se dio una intervención para configurar la plaza frente a la iglesia

La característica del paisaje construido de Susudel está determinada por la mezcla entre los hornos de ladrillo y la arquitectura vernácula construida en tierra cuyos adobes son realizados en la localidad gracias a la disponibilidad de la materia prima y a los conocimientos ancestrales de sus habitantes.

Las edificaciones de la parroquia, por lo general, cuentan con portales con estructura de madera, cubiertas de teja y muros de adobe. Se caracterizan por una integración con el paisaje natural de la zona, su baja altura, donde sobresale la Capilla como un gran hito.

Arquitectura vernácula

Arquitectura vernácula es la que emplea materiales y técnicas autóctonas adaptándose perfectamente al medio físico donde se implantan. Durante la época colonial se utilizaron técnicas vernáculas para la construcción de edificaciones religiosas aunque la vivienda probablemente tenía siglos de ser realizada respondiendo a las necesidades y posibilidades de sus usuarios, la accesibilidad a materiales y a la tradición histórica de la zona en la que se producía.

En estas edificaciones predomina un sentido utilitario y una sencillez constructiva. La vivienda vernácula constituye el reflejo de la vida del hombre campesino, apartada de las ideas de confort y comodidad generadas en la ciudad.¹³

Según un estudio realizado por estudiantes de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Cuenca en el año 2009, en la zona cercana a la cabecera parroquial se determinó que alrededor del 74% de las edificaciones son de arquitectura popular o vernácula, y un 16% de arquitectura popular religiosa. Y solo un 20% de arquitectura civil no vernácula y otros.¹⁴

En general la mayor parte de las edificaciones de Susudel no han sido alteradas, así el 83% de las edificaciones no han sufrido cambios respecto a su funcionalidad, el 64% de las edificaciones no han tenido cambios formales. Esta particularidad probablemente se debe a la falta de recursos económicos de sus habitantes que han afectado al estado de conservación de las edificaciones, teniendo en cuenta que el 66% de las edificaciones se encuentran en un estado “regular” de conservación y un 16% en mal estado¹⁵.

Las características tipológicas de Susudel están definidas por el número de pisos, número de fachadas, retranqueos que dan lugar a soportales, y su composición en planta. El 54% de las edificaciones del centro poblado de Susudel tienen un solo piso¹⁶, y por lo general no sobrepasan los dos pisos de elevación, asimismo, gran cantidad de viviendas cuentan con soportales, y según nuestros estudios alrededor del 78% de las edificaciones inventariadas durante el decreto de emergencia cuentan con retranqueos que dan lugar a soportales.¹⁷

De la misma manera se ha podido identificar 3 tipologías (I, L, C) predominantes de arquitectura vernácula y cada una de ellas tiene sus subtipos dependiendo de orientación de soportales y números de pisos.

Tipo I:

¹³ Marco Velecela, “Arquitectura vernácula, del Pachamama al Cojitambo”. (Tesis previa a la obtención del título de Magister en Conservación de Monumentos y Sitios, Facultad de Arquitectura de la Universidad de Cuenca, 2008), p.4-7

¹⁴ María del Cisne Aguirre et Als, “Susudel: Plan de Conservación”, op. cit..







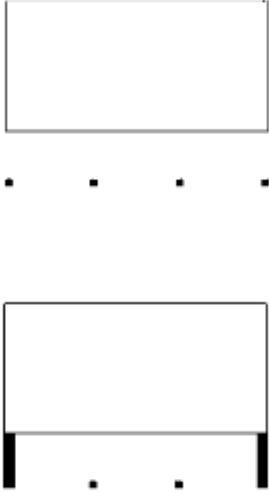
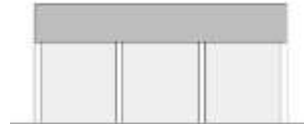

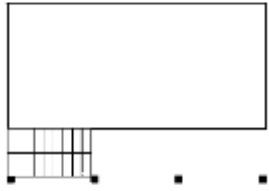

¹⁵ Esto previo a la campaña de intervención realizada por la Facultad de Arquitectura y Urbanismo en el año 2011

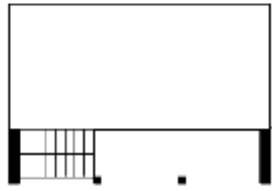
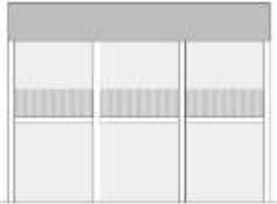



¹⁶ María del Cisne Aguirre et Als, “Susudel: Plan de Conservación”, op. cit.

¹⁷ Información estadística elaborada en base a las fichas del Inventario del Patrimonio Cultural, Decreto de Emergencia bienes inmateriales, localidad: Susudel

Comprende las edificaciones que poseen un solo cuerpo longitudinal. En ella están consideradas viviendas de un piso y de dos pisos. También incluye viviendas que poseen soportales y aquellas que no poseen soportales.

Se han identificado 5 subtipos que son detallados en el siguiente cuadro:

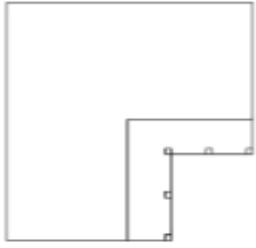


TIP O	ESQUEMA PLANTA	ESQUEMA FACHADA	EN	# PISOS	# EDIFI C.	EJEMPLO
I1				1	18	
I2				2	1	
I3				1	7	
I4				2	10	




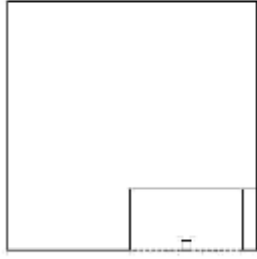
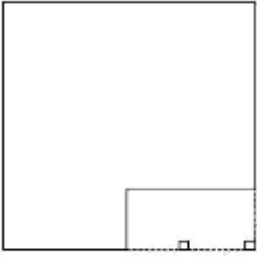


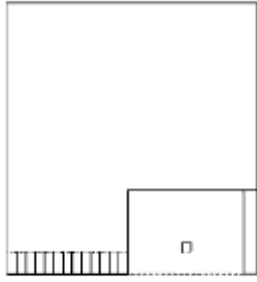
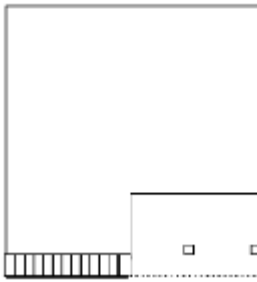
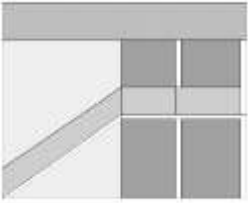

					
15			1	3	

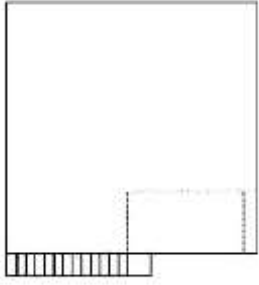
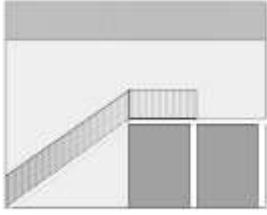

Tipo L:

Son edificaciones organizadas en torno a dos cuerpos conectados perpendicularmente. En ellas están consideradas viviendas de uno y dos pisos, con diferentes disposiciones de soportal y aquellas que poseen una segunda planta en forma rectangular.

Se han identificado 5 subtipos que son detallados en el siguiente cuadro:

TIP O	ESQUEMA PLANTA	ESQUEMA FACHADA	EN	# PISOS	# EDIFI C.	EJEMPLO
L 1				1	3	

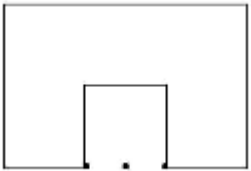
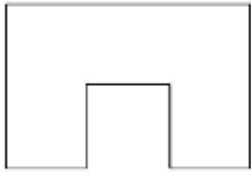
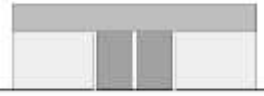





L 2			1	5	
L 3	 <p data-bbox="320 909 336 931">ó</p> 		1	19	
L 4	 <p data-bbox="320 1664 336 1686">ó</p> 		2	7	

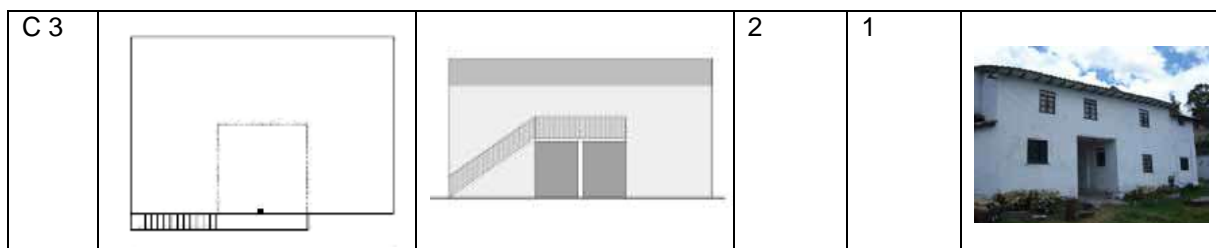
L 5			2	2	
-----	---	---	---	---	---

Tipo C:

Son edificaciones conformadas por tres cuerpos enlazados en manera perpendicular formando una C. En ella están consideradas viviendas de uno y dos pisos. Todas tienen soportales generados en el espacio entre los dos cuerpos perpendiculares al tercero.

Se han identificado 3 subtipos que son detallados en el siguiente cuadro:

TIP O	ESQUEMA PLANTA	ESQUEMA FACHADA	EN	# PISOS	# EDIFI C.	EJEMPLO
C 1	 ó 			1	5	
C 2	 ó 			2	8	



Además de ellas se han encontrado 6 viviendas atípicas.

Valoración

Con el objetivo de realizar un buen análisis de los valores de la Parroquia se ha decidido aplicar metodologías que sirvan permitan encontrar sus significado a diferentes niveles, por lo que se ha aplicado un Análisis a nivel macro, meso y micro.

Análisis Macro, Meso y Micro

MACRO

El paisaje resulta de gran importancia para Susudel, pero no solo el paisaje natural en el que tiene mucha importancia el desierto que la separa de Oña, sino que incluye el paisaje alterado por el ser humano para ganarle espacio a dicho desierto y poder así realizar sus labores agrícolas. Dichas modificaciones están representadas por la creación de pequeños reservorios conocidos como “pocitos” que han marcado la diferencia entre la vegetación presente en la parte alta de la parroquia (donde se ha podido cultivar) y las cercanías al río León (desérticas).

De la misma manera la arquitectura vernácula construida con materiales tradicionales se integra al paisaje y lo complementa. Incluso los hornos de tejas y ladrillo no producen visualmente una afección a los paisajes y son el reflejo de una actividad económica importante para la parroquia.

Otro componente importante en el nivel macro es la historia del poblado de Susudel que nació en base al modo de producción de la hacienda andina de grandes dimensiones que poseía una tipología especial. Este modo de producción determinó el asentamiento de las viviendas de los huasipungueros en las cercanías de la hacienda y luego de la reforma agraria sus terrenos pasaron a sus manos consolidándose de esta manera la parroquia de Susudel. El tejido urbano posee características especiales al no ser producto de una fundación como muchos pueblos de la sierra, organizados en torno a una plaza central, sino al natural asentamiento de viviendas en torno a la hacienda conservando espacios entre ellas normalmente dedicados a los cultivos agrícolas por lo que no existen tramos consolidados.

MESO

En este nivel intermedio se ha determinado tres elementos importantes para el patrimonio de Susudel tales como son la experticia en construcción en tierra, las zonas donde se encuentran concentrada arquitectura de valor y las actividades tradicionales de sus habitantes.

Se ha reconocido tres zonas donde se concentra arquitectura vernácula de valor, así se tiene la zona central considerada alrededor de la hacienda y capilla; dos cordones de asentamiento donde se han ido asentando varias edificaciones vernáculas, estos cordones son la vía a Susudel (vía principal), y la avenida 3 de Noviembre. Concentrándose en esta última viviendas de características más humildes pero con un menor nivel de alteración.

La disponibilidad de materia prima para la fabricación de adobes ha facilitado que incluso edificaciones construidas en los últimos años sean realizadas en este material, esto es posible debido a que aún se conservan los conocimientos ancestrales de construcción, entre los que se encuentra la fabricación de pinturas en base a tierras de colores extraídas de la zona desértica cercana. Dichas pinturas siguen dándole a la arquitectura de la parroquia ese carácter auténtico y pintoresco que se han ido perdiendo poco a poco otros sectores del país.

Parte de la población se dedica también a otros usos relacionados con la tierra, tales como la fabricación de ladrillos y tejas, de muy buena calidad, cuyos hornos de adobe se integran al paisaje construido y natural de la zona. Otra actividad tradicional es la actividad textil basada en conocimientos ancestrales de extracción de fibras y colorantes naturales.

MICRO

En el nivel más cercano se reconoce el valor histórico de la hacienda y la capilla, construidas durante la colonia. Ambas son muestras de un modo de producción que estaba presente en toda la zona interandina. El valor artístico de la capilla debe ser considerado, al poseer en su interior pinturas murales que tenían por objetivo esconder la humildad de sus materiales, práctica muy extendida en aquel entonces. Su espadaña también es muestra de la arquitectura ecléctica implantada en la zona debido a la influencia de religiosos europeos que se dedicaban a la arquitectura hacia mediados y finales del siglo XIX, como es el caso del redentorista Hno. Juan Stiehle.

Susudel posee una arquitectura vernácula muy difundida a lo largo de la sierra ecuatoriana, hecha en base a materiales tradicionales y con elementos característicos tales como los soportales, los balcones, la prevalencia de llenos sobre vanos y cubiertas inclinadas simples.

Conclusiones:

Susudel tiene la particularidad de no ser un pueblo configurado en base a una fundación sino que se debe a un asentamiento paulatino nacido de un modo de producción muy difundido en la sierra ecuatoriana durante la época colonial y parte de la republicana: la hacienda. Configurándose así una zona donde predominan las villas y no se encuentran tramos consolidados como en otros pueblos de fundación española como es la misma cabecera cantonal, esta última de fundación española, por lo que está organizada en cuadrícula y alrededor de una plaza central. Oña también posee valores patrimoniales que ya han sido resaltadas en el "Informe técnico para la Declaratoria de Oña como Patrimonio Nacional" realizado por el arquitecto Rómulo Cabrera.

Además la parroquia Susudel posee una topografía muy accidentada que le confiere un paisaje privilegiado que lo une con la cabecera cantonal de Oña. El espacio que separa estas dos parroquias es una zona desértica que, debido a los minerales que contienen sus suelos, tiene tonalidades muy atractivas por lo que además de generar un paisaje interesante son materia prima para la fabricación de pinturas artesanales.

En general la arquitectura de Susudel es bastante homogénea, conservando aún sus valores patrimoniales casi intactos debido a la no proliferación de arquitectura academicista construyéndose hasta el día de hoy usando técnicas y materiales tradicionales provenientes de la tierra. Las edificaciones son mayoritariamente modestas con excepción de dos hitos de alto valor arquitectónico e histórico como la Capilla y la Hacienda de Susudel.

De la misma manera aún se conserva viva s varias tradiciones de la parroquia y su gente está consciente de la necesidad de mantener su patrimonio tanto material como inmaterial; por lo

tanto es necesario que esta coyuntura sea aprovechada y promovida por las autoridades locales y nacionales mediante su reconocimiento y la generación de incentivos.

Bibliografía

Fuentes Primarias:

Fichas de Inventario del Patrimonio Cultural, Decreto de Emergencia bienes inmateriales, localidad: Susudel (Ministerio Coordinador de Patrimonio Cultural, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador, 2008)

Fichas de Inventario del Patrimonio Cultural, Decreto de Emergencia bienes inmuebles, localidad: Susudel (Ministerio Coordinador de Patrimonio Cultural, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador, 2008)

Libros:

Chacón Juan, Pedro Soto y Pedro Mora, *Historia de la Gobernación de Cuenca, 1777 – 1820: estudio económico*, Cuenca: Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad de Cuenca, 1993.

Cordero Palacios, Octavio, *El Quechua y el Cañari*, Cuenca: Departamento de Difusión Cultural de la Universidad de Cuenca.

Encalada Vazquez, Oswaldo, *Toponimias Azuayas*, Cuenca: Ediciones del Banco Central del Ecuador, 1990

Estrada, Julio, "La economía durante la Colonia" en *Historia del Ecuador*, Quito: Salvat Editores, 1998.

Fresco, "Ingañan: La red vial del imperio Inca en los Andes Ecuatoriales", Quito: Ediciones Banco Central del Ecuador, 2004.

Howard, Peter, *Heritage: Management, Interpretation, Identity*, London: Continuum, 2003.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, *Azuay por dentro*, Cuenca: 2006

Jokilehto, Jukka, *A History of Architectural Conservation*, Oxford: Butterworth-Heinemann, 1999.

Kevin Lynch, *La imagen de la Ciudad*, Barcelona: Editorial Gustavo Gilli, 1998.

Prefectura del Azuay, *Atlas de la provincia del Azuay*, Cuenca: Universidad del Azuay, 2007

Artículos:

Paniagua Pérez, Jesús, "La Iglesia de Susudel Azuay (Ecuador)" en *Anales del Museo de América*, 1 1993, pp. 143-157.

Tesis y Documentos de investigación inéditos:

Aguirre, María del Cisne et Als, "Susudel: Plan de Conservación" (Documento de Trabajo, Taller de Restauración, Facultad de Arquitectura, Universidad de Cuenca, Cuenca, 2009).

Cevallos González, David y Lénin Cordova Guevara, "Desarrollo de turismo rural en áreas deprimidas -Susudel Cantón Oña, Provincia del Azuay", (Tesis de Graduación, Universidad del Azuay, 2006)

Van Celst, Marjolein, "Los hornos de Susudel, un estudio preliminar" (documento de trabajo, Proyecto vliirCPM, Universidad de Cuenca, 2010)

Veleceta, Marco, "Arquitectura vernácula, del Pachamama al Cojitambo". (Tesis previa a la obtención del título de Magister en Conservación de Monumentos y Sitios, Facultad de Arquitectura de la Universidad de Cuenca, 2008)

Documentos Electrónicos

Armijos Cabrera, Julia Mélida, "Oña y su parroquia Susudel: patrimonio cultural de la nación", (Tesis de Licenciatura, Universidad de Cuenca), 2015. Versión digital en:
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/22456>

Asociación de Juntas Parroquiales Rurales del Azuay,
<http://www.ajupa.gov.ec/parroq.aspx?cant=10&parr=51> (último acceso 5 de agosto del 2010)

ICOMOS "Carta de Venecia", art. 8, http://www.icomos.org/docs/venice_es.html (último acceso 5 de agosto del 2010)

ICOMOS, "Carta del Patrimonio Vernáculo Construido", Octubre del 2009,
http://www.international.icomos.org/charters/vernacular_sp.htm (último acceso 3 de Septiembre del 2010)

ICOMOS, "Documento de Nara sobre la Autenticidad", Noviembre de 1994,
http://www.esicomos.org/Nueva_carpeta/info_DOC_NARAesp.htm (último acceso 3 de Septiembre del 2010)

ICOMOS, "Principles for conservation and restoration of built heritage", 26 de Octubre del 2000,
<http://www.e-epites.hu/1229> (último acceso 3 de Septiembre del 2010)

Ministerio de Cultura del Ecuador, Museo y Bibliotecas Virtuales del Banco Central del Ecuador "Glosario de términos", http://www.museos-ecuador.com.ec/bce/html/inf_rel/glosario_2_72.htm (último acceso, 20 de Enero del 2011)

Ortega Echeverría, Adriana Lucila, "Propuesta para la implementación de la ciclo ruta Zhuracpamba, como atractivo turístico de la parroquia Susudel, Cantón San Felipe de Oña, provincia del Azuay". (Tesis de Licenciatura, Universidad de Cuenca), 2015. Versión digital en: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/23062>

MOISÉS DÍAZ CANEJA, ARTE Y LITURGIA Y EL ANTEPROYECTO QUE SE MATERIALIZÓ EN ASTURIAS

Noelia Fernández García

Universidad de Oviedo

noelia.fdez.garcia@gmail.com

Resumen: La situación de la arquitectura, tanto civil como la religiosa, sufrió un cambio profundo tras el final de la Guerra Civil, ya que la Modernidad, que había empezado a desarrollarse en España durante la Segunda República fue dejada a un lado. Sin embargo, y a pesar de la analogía entre Modernidad y republicanismo, incluso bolchevismo, y la recuperación durante la dictadura de los historicismos, ya en la década de 1940 algunos estudiosos, abogaban por la necesidad de un arte que expresase la situación histórica en que se desarrollaba, en lugar de recuperar los estilos propios de otras épocas, como es el caso de Moisés Díaz Caneja que en su obra *Arte y liturgia* explica cómo han de construirse los nuevos templos.

Palabras clave: Moisés Díaz Caneja, *Arte y liturgia*, arquitectura religiosa, Franquismo, Asturias, España.

Abstract: When speaking about architecture after the Spanish Civil War, be civil or religious, we can see the deep change it underwent. Modern architecture, which had started to develop during the Second Republic, was left aside due to the connection, made by the new Regime, between it and republicanism, even bolchevism, and this situation ended with the recovery of historicisms in architecture. However, despite this analogy, in the 1940s, there were some specialists who claimed the need of an art which expressed the historical situation of their time; and this was the case of Moisés Díaz Caneja, who explains in his book *Arte y Liturgia* how the new churches had to be built.

Keywords: Moisés Díaz Caneja, *Arte y liturgia*, religious architecture, Franco's dictatorship, Asturias, Spain.

1. Introducción

"Las exigencias del hombre moderno añaden nuevas modalidades a la arquitectura religiosa"¹

Tras el final de la Guerra Civil el nuevo Régimen tuvo que enfrentarse a una situación de casi total reconstrucción del país, el cual tenía que ser reparado y reconstruido, en tanto en cuanto muchos monumentos de pueblos y ciudades habían sido destruidos², de hecho, los destrozos llegaron a abarcar algunas localidades en su totalidad.

Debido a esta situación, se procedió a la creación de organismos estatales que se encargasen de la dirección de tales obras de restauración o reconstrucción, de forma que las obras estuviesen bajo el control del Estado y cumpliesen con los propósitos del mismo. Así, el 30 de enero de 1938, se creó el Servicio de Regiones Devastadas y Reparaciones, perteneciente al Ministerio del Interior, el cual pasó a ser una Dirección General al año siguiente³; sin embargo, centrándonos en la arquitectura religiosa propiamente dicha, en 1941, se creó un nuevo organismo *ex profeso*, también dependiente del Ministerio de Gobernación y, por tanto, de la Dirección General de Regiones Devastadas que sería el encargado de la recuperación del patrimonio eclesástico dañado durante la guerra, ya que se encargaba de proporcionar nuevos

¹ DÍAZ CANEJA, Moisés, *Arte y Liturgia*. Bilbao, Grijelmo, 1947, p. 39.

² FLORES, Carlos, *Arquitectura española contemporánea*. Madrid, Aguilar, 1961, p.226.

³ MAS TORRECILLAS, Vicente Javier, *Arquitectura social y Estado entre 1939 y 1957. La Dirección General de Regiones Devastadas*. (Tesis doctoral). UNED, 2008, p. 87.

espacios de culto, en entornos tanto rurales como urbanos: la Junta Nacional de Reconstrucción de Templos Parroquiales⁴.

Esta nueva situación política demandaba una nueva arquitectura, tal y como se afirma en la cita que abre este estudio. Desde el Régimen se buscaba un estilo con el que España pudiese identificarse y fuese muestra de la nueva situación en que el país se encontraba; no obstante, la existencia de un estilo arquitectónico propio dentro del Franquismo ha sido ampliamente discutida, aunque lo que resulta innegable es el uso de unas características homogéneas o, lo que es lo mismo, una “unidad de estilo”⁵.

Así, el Estado se propuso establecer un programa estético oficial basado en los fascismos europeos y el tradicionalismo autóctono⁶. Sin embargo, el papel de los teóricos y arquitectos del régimen en esta búsqueda de un estilo propio fue esencial, puesto que fueron ellos quienes establecieron las directrices a seguir en esta nueva situación. Ya que se pretendían recuperar los ideales y valores de las etapas más ejemplarizantes de los grandes momentos de España, como la Reconquista, el reinado de los Reyes Católicos y el Imperio gobernado por Felipe II⁷, podemos afirmar que el pensamiento político del Régimen estaba inspirado en el “neoimperialismo”⁸, pretendiendo identificarse con las etapas más gloriosas de España y demostrar que su máxima pretensión era devolver a España el esplendor pasado. Asimismo, dentro del programa propagandístico del Estado, también se pretendía que Francisco Franco fuese visto como el “Caudillo de la reconstrucción”, aquel, que, tras el rastro de destrucción que la guerra había dejado a su paso⁹, estaba destinado a devolver a España su grandeza.

Estas ideas desembocaron en la recuperación de los historicismos, sin embargo la forma de proceder en los edificios religiosos no respondió únicamente a los ideales emanados directamente del Estado, como sucedió con la arquitectura en general, concretamente la civil, sino que estuvo, obviamente, condicionada por la Iglesia, la cual se había convertido en uno de los pilares del Régimen, al igual que el Ejército y la Falange¹⁰. Por ello, dentro de la línea extendida de recuperación de historicismos, los elegidos para la nueva arquitectura religiosa fueron aquellos que se consideraban más representativos dentro de la historia del Cristianismo: el gótico y el barroco. De cualquier manera, estos no fueron los únicos estilos desarrollados durante la posguerra: algunos teóricos apostaban también por el románico, ya que lo consideraban un claro ejemplo de la unión Estado-Iglesia¹¹.

Además, si tenemos en cuenta que dentro de las formas de proceder a la hora de restaurar, reconstruir y construir nuevos edificios también nos encontramos con la línea casticista o regionalista, debemos dejar constancia de otro de los estilos constructivos recuperados: el

⁴ MAS TORRECILLAS, Vicente Javier, *op. cit.* p, 122.

⁵ ANDRÉS EGUIBURU, Miriam, *La reconstrucción de Gijón. La labor de la Dirección General de Regiones Devastadas en Gijón*. Oviedo, RIDEA, 2011, p. 42.

⁶ CABRERA CARGÍA, María Isabel, “El paso como condición: discurso artístico e identidad nacional durante el primer franquismo” en GARCÍA CUETOS, María Pilar; ALMARCHA NÚÑEZ-HERRADOR, María Esther y HERNÁNDEZ MARTÍNEZ, Ascensión (coord.), *Restaurando la memoria (España e Italia ante la recuperación monumental de posguerra)*. Gijón, Trea, 2010, p. 47.

⁷ BOZAL, Valeriano, “Arte, ideología e identidad en los años del franquismo”. *Ondare*, 25 (2006), pp. 17-31, p. 18.

⁸ FLORES, Carlos, “La obra de Regiones Devastadas en el contexto de la arquitectura española contemporánea”, pp. 51- 59 en AA.VV, *Arquitectura en regiones devastadas*. Madrid. Ministerio de Obras Públicas y Urbanismo, 1987, p. 55.

⁹ ANDRÉS EGUIBURU, Miriam, “La arquitectura de la Victoria: el Cuartel de los Héroes de Simancas en Gijón”, en *VII Encuentro de Investigadores sobre el Franquismo*, Santiago de Compostela, 2011, p. 445.

¹⁰ SANTA OLALLA SALUDES, Pablo Martín, “Cultura y Franquismo: la intervención de la Iglesia Católica durante dos décadas (1936-1956)” en HENARES CUÉLLAR, Ignacio et al, *Actas del Congreso Dos Décadas de Cultura Artística en el Franquismo (1936-1956) [Celebrado en Granada, Febrero de 2000]*. Granada, Universidad de Granada, 2001.

¹¹ URÍA, Jorge, *Cultura oficial e ideología en la Asturias franquista: el IDEA*. Oviedo. *Ethos* 12, 1984, p. 107.

prerrománico asturiano, aunque por haber sido un estilo autóctono de la propia región, sólo se circunscribe al Principado de Asturias. La comprensión de los motivos de su aceptación es sencilla: la monarquía asturiana fue el núcleo de resistencia a las invasiones musulmanas y la iniciadora del proceso de Reconquista, el cual acabó con la recuperación de los territorios nacionales y la expansión del catolicismo de nuevo en época de los Reyes Católicos. Por este motivo, el nuevo Régimen, y Franco más concretamente¹², se identificaba con los reyes asturianos por considerar que el bando nacional fue el que recuperó la patria y la defendió el catolicismo de los ataques marxistas.

2. Moisés Díaz Caneja y su obra *Arte y Liturgia*

El canónigo Moisés Díaz Caneja fue el encargado de elaborar la extensa obra, en que se centra este estudio, *Arte y Liturgia*. Este libro fue publicado por la editorial Grijelmo en Bilbao, en el año 1947. Cabe destacar el contexto en que se desarrolló y publicó este estudio, teniendo especialmente en cuenta su contenido, que posteriormente se desarrollará, pues los cambios producidos en esta época en cuanto a la arquitectura, especialmente la religiosa, son hartos interesantes.

Como mencionamos en el apartado anterior, el final de la guerra y el establecimiento de la dictadura, con el general Francisco Franco al frente, supusieron la recuperación de estilos artísticos anteriores a través de los historicismos después de dejar a un lado la Modernidad y el Estilo Internacional por considerarlos afines a la República, momento en que se comenzaron a difundir en el territorio español, debido a cuestiones meramente ideológicas como puede observarse.

Sin embargo, el final de la década de los cuarenta estuvo marcado por una incipiente apertura internacional que se culminó con la inclusión de España en la Organización de las Naciones Unidas y con el Concordato con la Santa Sede, firmado en el año 1953. Por otro lado, los cambios producidos por la creciente importancia del Movimiento Litúrgico y la encíclica *Mediator Dei et Hominum* del Papa Pío XII en 1947, dentro del propio seno de la Iglesia católica, comenzaron también a abrir el camino hacia la arquitectura moderna dentro del territorio español, hecho que culminaría tras el fin del Concilio Vaticano II (1962-1965):

“La Iglesia nunca consideró como propio ningún estilo artístico, sino que acomodándose al carácter y las condiciones de los pueblos, y a las necesidades de los diversos ritos, aceptó las formas de cada tiempo, creando en el curso de los siglos un tesoro artístico digno de ser conservado cuidadosamente. También el arte de nuestro tiempo y el de todos los pueblos y regiones ha de ejercerse libremente en la Iglesia con tal que sirva a los edificios y ritos sagrados con el debido honor y reverencia, para que pueda juntar su voz a aquel admirable concierto que los grandes hombres entonaron a la fe católica en los siglos pasados”.

Capítulo VII, Sobre el arte y los objetos sagrados,

Constitución sobre la sagrada liturgia¹³.

Sin embargo, resulta curioso como todos estos cambios que se produjeron de forma efectiva y se materializaron a partir de la década de los cincuenta habían ya sido mostrados en la obra de Díaz Caneja. El canónigo era consciente de todas las destrucciones que había sufrido España, al igual que Europa durante las dos grandes guerras que la asolaron, aunque opinaba que tal situación se debía a la Providencia por un motivo concreto:

¹² ANDRÉS EGUIBURU, Miriam, “Paisajes emblemáticos e identidad nacional: la reconstrucción de la Santa Cueva de Covadonga”, en *XVIII Congreso Español de Historia del Arte. Mirando a Clío. El arte español espejo de su historia*, Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, 2012, pp. 2188-2199, p. 2189

¹³ PLAZAOLA, Juan, *El arte sacro actual*. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos, 1964, p. 548.

“La falta de sentido litúrgico, que de en siglo en siglo, desde el trece, vino mermando la consiguiente escasez de orientaciones, el paso de la arquitectura a manos profanas, las técnicas en uso y multitud de prejuicios artísticos, oscurecieron la noción de templo, trastocando su funcionalidad, y dándonos iglesias ineclesiásticas”¹⁴

En *Arte y Liturgia* queda patente la idea de que la reproducción de obras con estilos pasados no es la adecuada, pues como manifestó Von Ranke “una época histórica es una actitud ante Dios”¹⁵. Y ya que el arte religioso se tenía como la forma de vivir lo eterno, cada generación tiene la obligación de objetivarse a través de los medios expresivos, por lo que el hombre moderno sólo entenderá la religiosa si ésta responde a sus interrogantes a través de su mismo lenguaje¹⁶, es decir, la Modernidad.

Por otro lado, Díaz Caneja también deja constancia del auge del Movimiento Litúrgico, del cual no se puede desligar la arquitectura, pues considera que la liturgización de los espacios arquitectónicos es indispensable a la hora de realizar el culto y las distintas ceremonias que lo constituyen¹⁷. Para él, este movimiento, originado en las abadías benedictinas y que se había desarrollado notablemente con el papa Pío X y el abad Mercier¹⁸, había renacido de nuevo y permitía que los espíritus rejuveneciesen, así como debía suceder con el arte que debía contar con un nuevo estilo, tal y como comentamos anteriormente.

“Bástale al sentimiento cristiano fortalecerse de nuevo, para que inmediatamente, a ojos vistas, se vea crecer la actividad que se alimenta del amor de Dios y de la Iglesia y para que los éxitos respondan a esas actividad”.

Dominico Weis (Apol.t.VI. apénd. 13)¹⁹

Además, era consciente de que la nueva época en que se encontraba necesitaba un nuevo arte que restaurase la noción del templo para adaptarlo a la “piedad colectiva”, correspondiente con un nuevo sentimiento solidario, pues el valor social del templo, a pesar de desconocido, era también decisivo e imprescindible en la nueva sociedad de esa nueva era.

Sin embargo, la obra de Moisés Díaz Caneja no trata sólo sobre el porqué la arquitectura moderna debía ser usada en lugar de estilos anteriores por corresponderse a la nueva época que vivía. El estudio que realiza es mucho más profundo, aunque aquí lo comentaremos brevemente:

a) Emplazamiento y orientación del templo

En este capítulo de la obra, el autor reflexiona sobre cuáles han de ser los emplazamientos ideales, así como la orientación de los nuevos templos a construir.

A pesar de ser consciente de que cada iglesia presenta unas características concretas, los comentarios al respecto de Díaz Caneja que vamos a desarrollar se refieren únicamente a las situaciones en que las vías públicas u otras necesidades no plantean exigencias determinadas a los arquitectos²⁰.

En primer lugar, se manifiesta la necesidad de aislar la iglesia parroquial, especialmente si se encuentra en un centro urbano, para que ésta no parezca absorbida o constreñida por los edificios colindantes. Además, también resulta de vital importancia la existencia de una

¹⁴ DÍAZ CANEJA, Moisés, *op. cit.*, p. 11.

¹⁵ *Ídem*, p. 12

¹⁶ *Ibidem*

¹⁷ *Ídem*, p. 13.

¹⁸ *Ídem*, p. 37.

¹⁹ Extraído de DÍAZ CANEJA, Moisés, *op. cit.*, p. 37.

²⁰ DÍAZ CANEJA, Moisés, *op. cit.*, p. 99.

escalinata, de entre siete o nueve peldaños, que ofrezca al templo una sensación mucho más cercana al cielo; e, incluso, indica la preferencia de emplazamiento sobre un montículo o colina por su simbología: la representación de Pedro, la Roca.

Asimismo, se manifiesta el interés por, además de elevar el templo, “clausurarlo”, pues la presencia de una cerca “acentúa su aislamiento y recalca su significación”, hecho beneficioso pues en todos los cultos el sacrificio se realiza de esta forma e, incluso, el del Redentor se hizo en un montículo²¹. Con esto, lo único que el autor recomienda es situar el eje longitudinal nordeste-sudoeste, simplemente para conseguir un efecto, claramente simbólico, de claroscuro en el interior que ilumine el altar directamente en los oficios de mañana y que proteja la fachada de agentes atmosféricos.

Por otro lado, si bien es verdad que las prescripciones eclesiásticas no dictaminaron hacia dónde debía orientarse un templo de nueva construcción, Díaz Caneja concluye que debido a la analogía que puede realizarse entre el Sol y Jesucristo, entre el año natural y el eclesiástico, el templo debería orientarse hacia el Levante.

b) Formas, dimensiones y ambientes del templo

El estudio realizado por Díaz Caneja en este apartado es tremendamente detallado y concienzudo, y en él deja claro desde un principio que en los templos “como en toda construcción, el contenido y el fin determinan la configuración”²², afirmación muy similar a la que se hacía respecto a la Modernidad cuando se hablaba de que la forma de un edificio sigue su función.

c) La comunidad, la vida litúrgica y las estructuras del templo

Antes de proceder al análisis de las distintas planimetrías y esciografías posibles a la hora de construir una iglesia, nos encontramos con otros elementos que resultarán determinantes a la hora de escoger los más adecuados:

-El pueblo es un agente pasivo, pero también activo, en los oficios; motivo por el que la feligresía funciona como una asamblea.

-Las estructuras y formas de la iglesia deben responder a la liturgia y al sentido de asamblea: los fieles deben situarse, como comunidad que son, en torno al altar.

- El templo debía serenar el espíritu revolucionario, tan presente en los momentos en que se redactó el libro, y ofrecerle serenidad a través de un reflejo de la Jerusalén Celeste. Las iglesias se deben a las formas especiales de reposo y equilibrio, y actúan como un bálsamo para la nueva generación²³.

3. La materialización de las ideas de Díaz Caneja

En este apartado lo que haremos será analizar el anteproyecto que Moisés Díaz Caneja presentó en uno de los últimos capítulos de su obra *Arte y Liturgia* y que se corresponde con el que finalmente sería el conjunto parroquial de San Román de la Villa, en el concejo asturiano de Piloña, realizado por los arquitectos Juan Manuel del Busto González y Miguel Díaz y Negrete en el año 1951²⁴. Sin embargo, en este estudio únicamente tomaremos como punto de partida el anteproyecto, pues del Busto y Negrete lo modificaron para obtener el templo final, y lo analizaremos a partir de los apuntes realizados por Díaz Caneja en su obra.

En primer lugar, contamos con dos planimetrías distintas, que se corresponden con la planta baja (Fig. 1) y alta (Fig. 2) del conjunto, pues además de contar con el templo y el claustro, se

²¹ *Ídem*, p. 97.

²² *Ídem*, p. 103.

²³ DÍAZ CANEJA, Moisés, *op. cit.*, p. 111.

²⁴ BLANCO, Héctor, *Juan Manuel del Busto González (1904-1967): vida y obra de un arquitecto*. Gijón, Colegio Oficial de Arquitectos Asturias, 2005, p.144.

completa con una casa rectoral; asimismo, en la realización del proyecto definitivo, también se construyó un grupo escolar mixto en las proximidades²⁵.

Como podemos ver, la planta del templo se corresponde con la idea del autor sobre la idoneidad de las plantas regulares, aunque este no es el mejor ejemplo de regularidad debido a la asimetría en él presente; no obstante, Caneja hacía especial énfasis en las forma rectangulares, pues tenía en cuenta tanto el factor económico en una etapa tan complicada como la posguerra, como la servicialidad que podían proporcionar²⁶. En cuanto al ábside, éste también se ajusta a sus escritos en tanto en cuanto cuenta con una planta semicircular, más “ajustada a su naturaleza y simbolismo”, ya que se encarga de representar el paraíso²⁷. Por otro lado, la situación del presbiterio y del altar también se adecuan a lo previsto en *Arte y Liturgia*, adelantándose incluso a lo que posteriormente reafirmaría el Concilio Vaticano II: el altar deja de estar pegado al muro o retablo, quedando completamente aislado, permitiendo el paso a su alrededor, y se sitúa de forma que permite el contacto entre el altar y la nave²⁸.

En estas planimetrías también podemos observar la existencia de espacios clave para la celebración y asistencia del culto, como son las distintas capillas, el baptisterio y las sacristías.

Resulta también muy interesante el detalle en el diseño del claustro, pues además del trabajo realizado en cuanto a su planimetría, nos llama la atención la forma en que lo complementa con la presencia de vegetación en el propio proyecto.

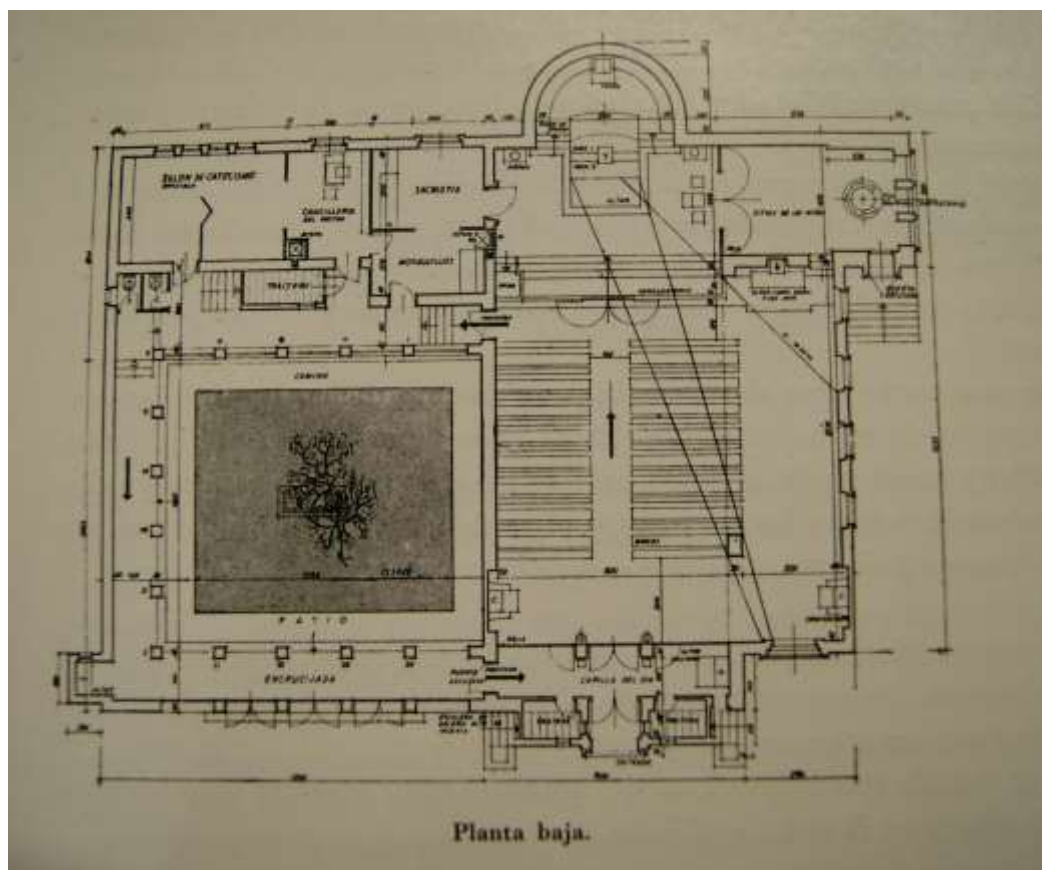


Fig. 1 Planta baja del anteproyecto [DÍAZ CANEJA, Moisés, *Arte y Liturgia*, 1947]

²⁵ *Ibidem*

²⁶ DÍAZ CANEJA, Moisés, *op. cit.*, p. 138.

²⁷ *Ídem*, p. 153.

²⁸ *Ídem*, p. 170.

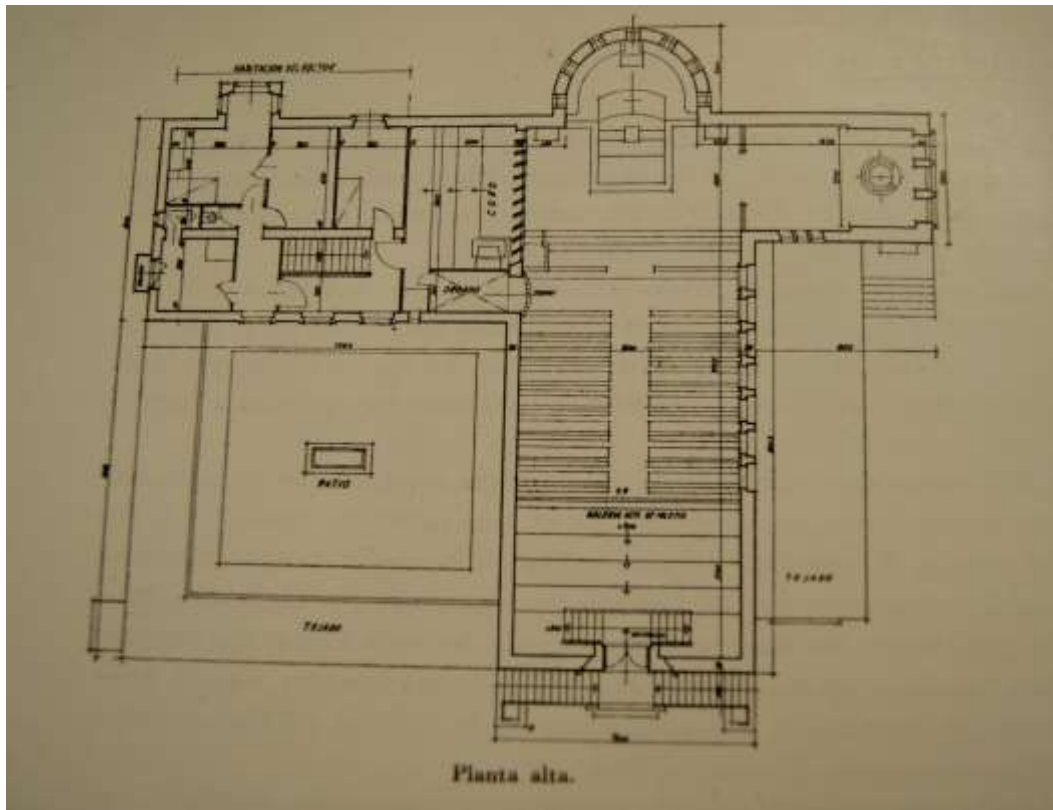


Fig. 2 Planta alta del anteproyecto [DÍAZ CANEJA, Moisés, *Arte y Liturgia*, 1947]

El trabajo y el detalle en el diseño de ambos pisos de la casa rectoral también se presentan de forma muy desarrollada, aunque en este caso no nos detendremos en su análisis.

En cuanto a los alzados que presenta este templo, resulta sorprendente en que medida beben de influencias internacionales, de templos modernos europeos cuyas fotografías son recogidas por Díaz Caneja en su obra, motivo por el que, posteriormente, dedicaremos un breve apartado a las influencias. Como podemos observar en el diseño de los mismos (Fig. 3), Caneja proyectó una iglesia que, como se puede observar en la fachada, permanece aislada del suelo a través de una amplia escalinata y cuyo acceso se permite a través de una única puerta, siendo su portada bien sencilla y no destacada de forma alguna, hecho que se mantuvo en el proyecto final y que contrasta ampliamente con la tradición autóctona del Principado de Asturias; sin embargo, la presencia de un rosetón sí nos resulta más común, incluyendo en esta afirmación otros ejemplos de arquitectura de reconstrucción y nueva construcción durante el período de posguerra.

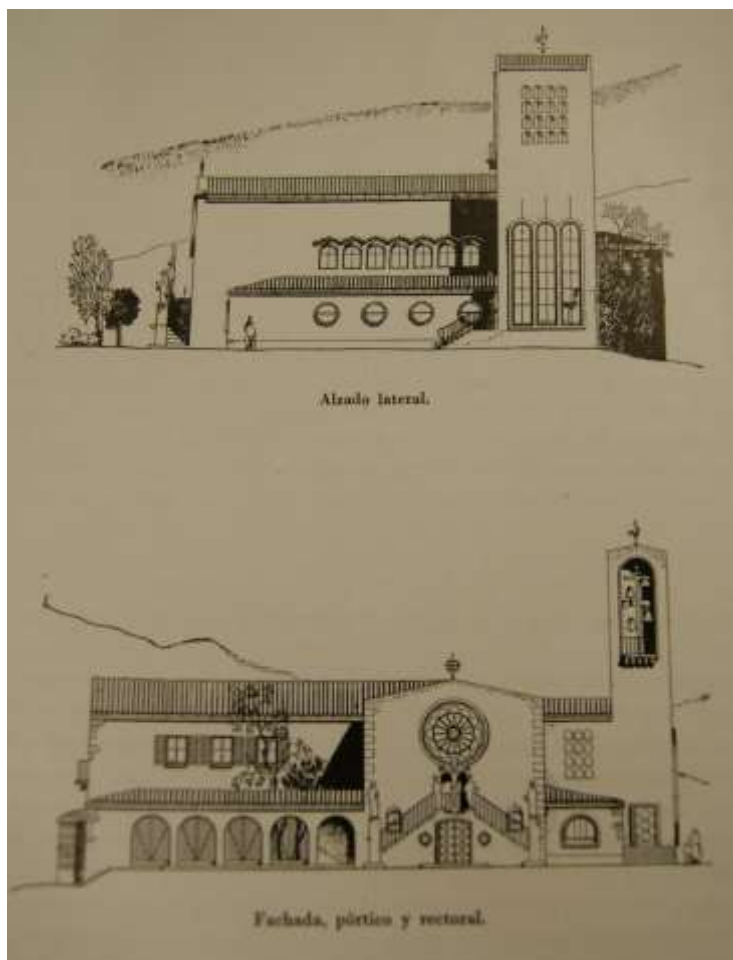


Fig. 3 Alzado lateral y fachada, pórtico y casa rectoral [DÍAZ CANEJA, Moisés, *Arte y Liturgia*, 1947]

En cuanto al alzado lateral, son llamativos los vanos, especialmente los circulares que tampoco tienen mucho arraigo en la tradición española, así como los que aparecen en la torre campanario, pues su morfología final tampoco remite a modelos autóctonos. Por su parte, la morfología y estructura del pórtico sí resulta bastante típica.

3.1. Influencias de otros modelos internacionales

Respecto a los diseños que se mostraron antes el apartado anterior, no debemos ir muy lejos para encontrar cuáles fueron sus influencias más destacables, pues los encontramos en la propia obra *Arte y Liturgia*, como mencionamos anteriormente. Si bien Caneja no lo explica explícitamente en los comentarios hechos respecto a su anteproyecto, una atenta mirada a las fotografías y planimetrías que ilustran el libro nos permiten afirmar lo siguiente:

a) La planta del conjunto parroquial está claramente basada en el diseño de la “Domus Dei” (Fig. 4), en unos casos más simplificada y otros más desarrollada. Con esto, nos referimos a dos espacios en concreto: por un lado, la zona del pórtico en el anteproyecto únicamente consta de las arcadas de medio punto que lo componen, mientras que en la “Domus Dei” se forma este espacio con columnas rematas por cruces, sin crear arcadas, formando un *vía crucis* junto con un altar exterior; por otra parte, mientras que la zona que en el anteproyecto se destina a rectoral, constando de espacios para catecismo, cancellería, etc. en la planta baja, y estancias privadas en la planta alta, en la “Domus Dei” son mucho más sencillas, siendo la habitación rectoral la única estancia privada que se menciona y que se ubicaría en una planta superior.

b) Tanto el alzado lateral como la fachada siguen claramente los esquemas de la iglesia de la Paz en Viena (Fig. 5 y 6). En cuanto al alzado, la estructura lateral presenta una morfología casi idéntica debido a la disposición de los vanos, tanto los de medio punto como los circulares, a excepción del gran ventanal presente en el templo vienés. Por otra parte, en lo referido a la fachada, podemos ver como se muestra un aislamiento similar del suelo, pudiendo llegar a la portada a través de sendas escalinatas a los lados de la misma; además, ésta no se destaca tampoco con decoración y aparece también rematada por un rosetón (hecho que nos hace pensar que la presencia del mismo en el templo que sí se construyó depende únicamente de este modelo y no de la tradición autóctona).

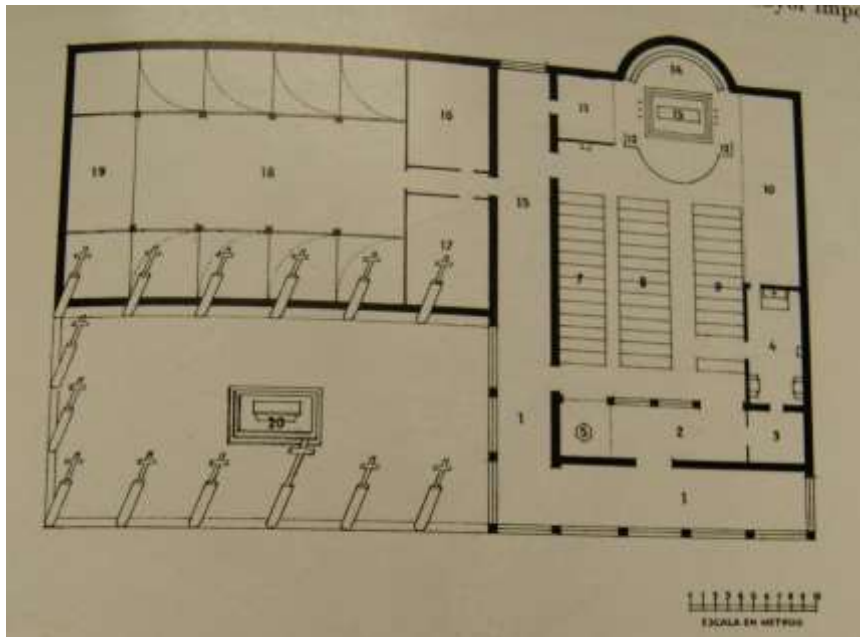


Fig. 4 Planta del diseño de la "Domus Dei" [DÍAZ CANEJA, Moisés, *Arte y Liturgia*, 1947]



Fig. 5 Cabecera y alzado de la iglesia de la Paz en Viena [DÍAZ CANEJA, Moisés, *Arte y Liturgia*, 1947]



Fig. 6 Fachada de la iglesia de la Paz en Viena [DÍAZ CANEJA, Moisés, *Arte y Liturgia*, 1947]

4. Conclusiones

A pesar de las directrices emanadas directamente desde el Régimen y sus organismos estatales encargados de las restauraciones, reconstrucciones y nuevas construcciones, las cuales establecían que los historicismos era los adecuados para la nueva arquitectura, dejando a un lado la Modernidad unida ideológicamente a la República, hubo estudiosos, como Moisés Díaz Caneja, que, adelantándose a lo que sucedería tras el Concilio Vaticano II, introdujeron de nuevo la Modernidad en el ámbito de la arquitectura religiosa.

Díaz Caneja publicó en 1947 con la editorial Grijelmo su obra *Arte y Liturgia* en la que desentraña las causas de la situación de la arquitectura durante la etapa de posguerra, y analiza cómo se debían construir los nuevos templos de acuerdo con su situación histórica, la liturgia católica y la religiosidad propia de la nueva sociedad.

En este libro, los análisis realizados se centran no sólo en las planimetrías, incluyendo la estructura de las plantas de los templos, los ábsides, la presencia de claustros, dependencias interiores, etc. o en los alzados, sino también en los emplazamientos adecuados y su orientación o en elementos propios de las iglesias como son los altares, de los cuales estudia el material, la forma y la ubicación. Por otro lado, también se analizan las arquitecturas religiosas de otros países europeos e, incluso, de Norteamérica.

Finalmente, Díaz Caneja nos presenta un anteproyecto en el cual refleja las conclusiones a las que llegó a través del estudio que nos presenta, obteniendo un conjunto parroquial "ideal". A través de este diseño podemos observar cómo el autor se basa en modelos internacionales y mucho más modernos que los que se estaban construyendo en el país durante la posguerra.

Este anteproyecto acabó materializándose en el templo de San Román de Villa, ubicado en el concejo asturiano de Piloña en 1951. Esta iglesia parroquial, aparentemente descontextualizada respecto a su entorno, junto con su anteproyecto son una clara muestra de la necesidad de renovación de la arquitectura religiosa, que comenzó a partir de la década de 1950 con el renacer del Movimiento Litúrgico y que, a través de la Modernidad, podría llegar de forma mucho más efectiva a la feligresía.

5. Bibliografía

ANDRÉS EGUIBURU, Miriam, *La reconstrucción de Gijón. La labor de la Dirección General de Regiones Devastadas en Gijón*. Oviedo, RIDEA, 2011.

ANDRÉS EGUIBURU, Miriam, "La arquitectura de la Victoria: el Cuartel de los Héroes de Simancas en Gijón", en *VII Encuentro de Investigadores sobre el Franquismo*, Santiago de Compostela, 2011.

ANDRÉS EGUIBURU, Miriam, "Paisajes emblemáticos e identidad nacional: la reconstrucción de la Santa Cueva de Covadonga", en *XVIII Congreso Español de Historia del Arte. Mirando a Clío. El arte español espejo de su historia*, Universidade de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, 2012, pp. 2188-2199.

BLANCO, Héctor, *Juan Manuel del Busto González (1904-1967): vida y obra de un arquitecto*. Gijón, Colegio Oficial de Arquitectos Asturias, 2005.

BOZAL, Valeriano, "Arte, ideología e identidad en los años del franquismo". *Ondare*, 25 (2006), pp. 17-31.

CABRERA CARGÍA, María Isabel, "El paso como condición: discurso artístico e identidad nacional durante el primer franquismo" en GARCÍA CUETOS, María Pilar; ALMARCHA NÚÑEZ-HERRADOR, María Esther y HERNÁNDEZ MARTÍNEZ, Ascensión (coord.), *Restaurando la memoria (España e Italia ante la recuperación monumental de posguerra)*. Gijón, Trea, 2010.

DÍAZ CANEJA, Moisés, *Arte y Liturgia*. Bilbao, Grijelmo, 1947.

FLORES, Carlos, *Arquitectura española contemporánea*. Madrid, Aguilar, 1961.

FLORES, Carlos, "La obra de Regiones Devastadas en el contexto de la arquitectura española contemporánea", pp. 51- 59 en AA.VV, *Arquitectura en regiones devastadas*. Madrid. Ministerio de Obras Públicas y Urbanismo, 1987.

MAS TORRECILLAS, Vicente Javier, *Arquitectura social y Estado entre 1939 y 1957. La Dirección General de Regiones Devastadas*. (Tesis doctoral). UNED, 2008.

PLAZAOLA, Juan, *El arte sacro actual*. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos, 1964.

SANTA OLALLA SALUDES, Pablo Martín, "Cultura y Franquismo: la intervención de la Iglesia Católica durante dos décadas (1936-1956)" en HENARES CUÉLLAR, Ignacio et al., *Actas del Congreso Dos Décadas de Cultura Artística en el Franquismo (1936-1956) [Celebrado en Granada, Febrero de 2000]*. Granada: Universidad de Granada, 2001.

URÍA, Jorge, *Cultura oficial e ideología en la Asturias franquista: el IDEA*. Oviedo. Ethos 12, 1984.

PROSPUESTAS DE REVITALIZACIÓN DE LA CONFECCIÓN ARTESANAL DE ALFOMBRAS EN GUANO (CHIMBORAZO, ECUADOR)

Pedro A. Carretero

pacarretero@gmail.com

Valeria Campaña

valevalu1991@hotmail.es

ESPOCH (Riobamba, Ecuador)

RESUMEN

Desde época de la colonia (y posiblemente con anterioridad) es conocida la producción artesanal de alfombras en el cantón Guano (Chimborazo, Ecuador), confeccionadas en telar vertical (alto liso) y mediante la técnica de anudado. En el presente trabajo procedemos a analizar cómo se realiza la producción señalada, los materiales empleados y cómo las transformaciones sociales y la modernización de la producción textil están conduciendo a la desaparición de este arte que, hasta hace poco, era reconocido internacionalmente.

PALABRAS CLAVE: Guano, alfombras, arte textil, telar vertical, tintorería natural, revitalización cultural.

Introducción

El arte textil en el Ecuador es un tema complejo de tratar, la variación climática en el país, ha sido la principal consecuencia para la casi inexistencia de restos arqueológicos que evidencien el desarrollo de las culturas que se establecieron en el territorio, lo que ha provocado tener estudios poco detallados sobre el arte textil, en comparación con Perú, país en el que aún se encuentran restos arqueológicos donde sí es factible la recuperación de elementos textiles. “La falta de datos históricos en suelo ecuatoriano, ha obligado a examinar numerosos restos prehispánicos recuperados en el área andina de Perú, que han servido de base para explicar procesos que se han podido identificar en nuestra región, pero que al formar parte de un todo andino debieron ser similares (Carretero *et al.* 2016, p. 2).

El arte textil trata de connotaciones más significativas que engloban la verdadera esencia e importancia de los textiles a lo largo de los años y como éstos han definido y hasta marcado la identidad de una cultura. Por tanto, para tener una idea de lo que fueron las manifestaciones del arte textil en épocas pasadas, no podemos evitar saber de estas primeras creaciones continuaron realizándose a lo largo de las diferentes culturas autóctonas y hasta la llegada de los españoles a la zona (Carretero *et al.* 2016, pp. 2-3).

Esta problemática ancestral textil también existe en el área de nuestro estudio, el cantón Guano. Asentado al norte de la ciudad de Riobamba, ocupa un territorio que históricamente perteneció a la cultura Puruhá (Jijón y Caamaño 1927). Está formado por dos parroquias urbanas: La Matriz y El Rosario, y por nueve parroquias rurales: La Providencia, Guanando, San Gerardo, San Isidro, San Andrés, Santa Fe de Galán, Valparaíso, San José de Chazo e Ilapo.

Tradicionalmente, Guano ha sido referida como la capital artesanal de Ecuador, por la calidad de artesanías que brinda hace ya varios siglos, especialmente en sus alfombras, conocidas a nivel nacional e internacional. La cultura artesanal conocida de Guano se remonta a tiempos de la colonia, cuando los españoles invadieron el territorio, y quienes encontraron una economía agraria con una densidad de población alta, con pocas cosas de valor pero una gran extensión de tierra, que fue redistribuida y entregadas en forma de encomiendas (Chiluita, 2005, p. 8).

En esta época la población indígena era hábil y además existía una gran demanda de telas, tanto desde Perú como de Nueva Granada. De forma que la producción de textiles en la comarca fue una actividad de gran éxito, acompañada por la pacería de ovejas, lo que se convirtió en el soporte central de la economía colonial local. La mayoría de los ciudadanos eran dueños de obrajes y toda la sociedad colonial empezó a depender de esta industria; a esto se sumó la Iglesia, dado que la mayoría de las órdenes religiosas criaban ovejas en cada encomienda otorgada y también manejaban sus propios obrajes, como ocurrió en la orden de la Asunción en Guano, reconocida por la calidad de sus tejidos, alcanzando fama a mediados del siglo XVII (*Ibid.*, 2005, pp. 8-9).

La mano de obra era barata y el sistema para tener a los indígenas atados a los obrajes de la Iglesia era simple: los sacerdotes esclavizaban a éstos por deudas que ellos adquirían al enterrar a un familiar, de forma que eran obligados por los curas a realizar alguna actividad de la Iglesia en honor de la Virgen o algún santo, hasta pagar su deuda (que normalmente era imposible pagar). De esta manera cada persona aprendió el trabajo del obraje que se ha mantenido hasta nuestros días transmitido de generación en generación. No tenemos referencias de si había producción textil en el cantón Guano antes de la llegada de los españoles, aunque no es descabellado pensar que supieran usar el telar vertical, que sabemos no fue introducido en la época de la colonia, sino que ya se conocía en la zona.

En la actualidad las manifestaciones artesanales de Guano se han ido convirtiendo en la carta de presentación y la forma de vida de sus habitantes, que conjuntamente con técnicas textiles traídas en época de la colonia dio a inicio a la producción de los mejores tejidos de América, con el nombre de los famosos "Paños de San Fernando". Además se llegó a elaborar mantas, bayetas, alfombras, chompas, zapatos, hilado, esteras, sogas, caretas, coronas, prendas en bordado, etc. (*Ibid.*, 2005, p. 9).

Con el paso del tiempo, las modas y la demanda, las alfombras se fueron convirtiendo en el símbolo de identidad artesanal del cantón, llegando a ser reconocidas a nivel internacional. El sector alfombrero de Guano llegó a tener tal importancia que, en los años 80, el 50% de la población se dedicaba a la confección de estos productos textiles en sus propias casas. El punto álgido de la producción llegó con la creación de la Asociación "Juan Montalvo", que fue constituida en inicio por 35 socios y llegó a contar con 60. Su éxito hizo que los artesanos participaran en ferias internacionales y, con asiduidad, en la importante feria del CIDAP de Cuenca, entre otras nacionales.

Poco a poco y, debido a temas coyunturales que los comerciantes achacan a la dolarización y a la falta de materia prima de lana de borrego, fue decayendo la fabricación de alfombras hasta quedar poco más de 10 familias en la actualidad que las fabrican de forma artesanal. Sin embargo, en nuestro trabajo de campo pudimos apreciar que quizá estos aspectos no fueron los únicos responsables de la decadencia de esta artesanía, sino también la competencia desleal entre los artesanos, la no exigencia de una lana de calidad a las fábricas existentes en el cantón, el abandono del uso de tintes naturales y la inexistencia de un gremio que exija una calidad de materia prima, producto final y un plan de comercialización basado en sus particularidades únicas.

La fabricación de alfombras artesanales en Guano

La fabricación artesanal de todo el proceso relacionado con la creación de alfombras fue sustituida paulatinamente por procesos industrializados en varias de sus partes. Podríamos decir que de artesanal solo queda la confección del producto final, la alfombra, pero no así otros pasos tan importantes como este para ofrecer un producto único y de calidad.

El proceso inicia con el hilado de la lana de borrego, material en el que se confeccionan desde hace siglos las alfombras (sin explotar otras fibras naturales y autóctonas como la lana de alpaca o llama). El producto llega a los artesanos desde las dos fábricas procesadoras de lana de borrego que hay en la localidad, sin embargo pudimos comprobar que aún siguen existiendo hilanderas artesanales, como es el caso de la señora Nelly Carrillo, del barrio Miraflores de Guano, que sigue con el proceso de hilandería tradicional a mano de la lana de borrego. Se trataba de una actividad realizada en los hogares de Guano hasta hace pocos años, transmitida de padres a hijos y cuya producción era vendida a los alfombreros.

Este proceso nos indica que otro de los pasos artesanales de la producción de alfombras casi ha desaparecido: el teñido de la lana con productos naturales. Este proceso, imaginamos que por comodidad, también ha sido industrializado y sustituido por anilinas químicas que no siempre son beneficiosas para la salud. Es más que probable que la bajada en la demanda de alfombras y el abaratamiento de la industrialización del procesado de la lana, hicieran que fueran desapareciendo poco a poco las familias de Guano que realizaban el trabajo artesanal de hilado.

Figura 1. Hilandera artesanal de Guano (fotografía Valeria Campaña).



El siguiente paso en el proceso de creación de las alfombras de Guano, el del teñido o tinturado de la lana de forma natural, también está desapareciendo. El alfombrero Gerardo Alarcón es de los pocos que sigue tiñendo algunos colores en lana de forma natural, junto con Alfonso Allauca, Medardo Pancho, Fabiola Adriano y Enrique Chavarrea.

El tinturado de la lana se inicia cuando está formada la trama (hilo torcido), colocando en una paila de bronce (aunque se puede hacer en cualquier otro recipiente) los productos naturales que se desean utilizar para alcanzar el color deseado (casi siempre vegetales). Entre las especies vegetales para obtener diferentes colores empleados aún por los alfombreros de Guano destacan: el nogal (*Juglans neotropica*) del que se obtiene un color café, gris y habano, dependiendo del mordiente utilizado; la rumi barba (*Tillandsia landbeckii subsp.*) utilizada como medicina natural y como tinte del cual se obtiene un color crema y habano; el musgo, de esta planta se obtiene un color grisáceo, dependiendo de la variedad, llegando hasta colores melón y tomate; el capulí (*Prunus serotin*) se obtiene un tono de café más fuerte hasta el amarillo verdoso.

Además emplean insectos como la cochinilla (*Dactylopius coccus*) un parásito que se encuentran en las plantas de la tuna, y del que se obtiene un extracto de color rojo natural o carmesí, consiguiendo diferentes tonos de rojo mientras se va mezclando con ácidos o

alcalinos (mordiente). Una vez hervido el producto con la planta deseada, se coloca a la lana y se la deja hervir por dos horas hasta que tome color, por último se deja secar para luego madejarla.

Debemos señalar que es significativo el desconocimiento que tienen los artesanos del teñido sin hervir la planta con la lana, ya que este proceso de incluir la lana hirviendo en el recipiente altera la calidad de la fibra a peor y los mordientes pueden emitir gases tóxicos. Es decir, no emplean una técnica mucho más saludable con la fibra natural y con el medio ambiente como es hervir la planta, esperar a que se enfríe y posteriormente añadir la lana por tres veces siguiendo el siguiente proceso: tinte-mordiente-lavado.

Figura 2. Paila de bronce usada para la tintorería natural en Guano (fotografía Valeria Campaña).



Una vez que llega el producto a los alfombreros, se procede al urdido, comenzando con dos estacas que se sujetan al suelo, tomando la medición de distancia por el *tupe*, un palo de madera con el que se toma la medida de la alfombra. Posteriormente se colocan dos palos en la mitad y se empieza a cruzar el hilo torcido, por cada extremo de las estacas y por los palos que se encuentran en la mitad, con este proceso se ve el porte de la alfombra, largo y ancho que se desea, además se cuenta el par de hilos que se necesitan para formar el cuerpo de la alfombra (urdimbre). Cuando se termina este proceso se lleva la urdimbre al telar y se coloca en el cargador y comienza el tejido de las alfombras. En la actualidad casi todos los artesanos alfombreros de Guano solo realizan urdimbre cuando tienen algún pedido de alfombra.

Figura 3. Proceso de urdido de las alfombras (fotografía Valeria Campaña).



El siguiente paso en la confección de las alfombras es el tejido utilizando el telar vertical. Se trata de uno de los telares más antiguos y que es muy posible fuera conocido antes de la llegada de los españoles a América. Consiste en dos palos de madera anclados en el suelo y dos transversales sujetos por pernos (en la antigüedad se sujetaban con cabos). En los palos se ajustan hilos paralelos, denominados urdimbres, mismos que deben estar en cada extremo de la madera para poder tensarlos. El telar vertical usado en Guano se compone del cargador, madera donde se carga toda la obra; y el crucero, madera que separa lo urdido para no juntar los hilos. Cuando la alfombra es grande y se necesitan templar más hilos realizan una técnica de tejido en un palo que está sujeto a la urdimbre. La técnica empleada por todos los artesanos de Guano, desde que se tiene constancia, es mediante nudos o técnica de anudados.

Los variados elementos utilizados por los alfombreros en la confección de sus productos son los siguientes:

- el *waipe*: son hilos pequeños que se deben torcer para formar los hilos para la urdimbre.
- el *mine*: son pequeños hilos sueltos que se coloca entre el tejido de la alfombra, es decir, se coloca cuando se termina una fila de nudos y sujeta el tejido para que no quede suelto.
- hilo de lana: material indispensable para tejer las alfombras, se puede jugar con la gama de colores para obtener alfombras de distintos diseños.
- *maso cepillo*: instrumento que sirve para golpear el *mine*, mismo que ayuda a dar forma a la alfombra.
- tijeras: sirven para nivelar la altura de la lana y realizar relieves en la alfombra.

Figura 4. Telar vertical en el proceso de tejido (fotografía Valeria Campaña).



La pérdida del arte textil de alfombras en Guano y propuestas para su revitalización

El tejido de alfombras es una manifestación que se mantiene vigente en Guano pero que ha ido perdiendo su valor y los portadores del conocimiento. Las consecuencias que este arte ha enfrentado son la dolarización, la adopción de tejidos sintéticos, la utilización de telares mecánicos, el incremento del costo de productos, etc., ocasionando la disminución de la demanda. Otro de los factores que ha podido suponer la situación de vulnerabilidad a dicho saber, ha sido la longevidad de los artesanos y la pérdida de interés de las generaciones futuras. Ante este problema se teme que tras el paulatino fallecimiento de los artesanos alfombreros el saber vaya perdiéndose hasta desaparecer, de forma que se hace necesario formar en este arte a grupos de jóvenes.

Al tiempo, las autoridades del lugar no han puesto interés en recuperar el arte de las alfombras de Guano creando programas de aprendizaje o escuelas taller que continuaran con la actividad que hizo famosa a la localidad. No podemos dejar pasar por alto, otro elemento que está influenciando en al decadencia de esta producción artesanal: la competencia, muchas veces, desleal, entre los artesanos para asegurar ventas, una competencia que lleva a mentir sobre la calidad del producto en algunos casos y en los más radicales a abandonar la producción de alfombras hechas a mano en la localidad y sustituirlas paulatinamente por alfombras chinas hechas en telares industriales con un precio mucho menor.

La necesidad de conservar conocimientos y tradiciones, así como fomentar su utilización, motivó la elaboración de la presente investigación, con la finalidad de recuperar las manifestaciones del arte textil de la confección de alfombras en el cantón Guano, que con el pasar del tiempo se han ido perdiendo debido a las transformaciones sociales, a la escasez de demanda y un alto costo en la confección de los tejidos, mismas que han ocasionado, poco a poco, la alteración y pérdida de la tradición.

Este trabajo de salvaguardia del arte textil alfombrero, pretende servir como aporte inicial para el desarrollo de acciones encaminadas a la dinamización, revitalización, transmisión, comunicación, difusión, promoción, fomento y protección del patrimonio cultural inmaterial del cantón. Por lo cual se proponen las siguientes actividades dinamizadoras de este saber ancestral, para evitar su pérdida:

- Realizar talleres participativos con jóvenes del cantón, donde se indicará el desarrollo del arte textil de la confección de alfombras, desde la obtención de la materia prima hasta cómo montar un telar y cómo se realiza un tejido de alfombras.
- Desarrollar cursos de recuperación de la técnica de tintes naturales, dictados para los artesanos por expertos en la materia.
- La creación de un museo etnográfico y artesanal, donde las personas aprendan e interactúen con los materiales y se relacionen con la manifestación del arte textil.
- Diseñar sistemas de información y *marketing* donde se establezcan los lugares en los que se encuentran trabajando los artesanos alfombreros.
- Retornar a la participación en feria artesanales, nacionales e internacionales, donde se expongan los diferentes trabajos de los alfombreros. Al mismo tiempo se pretende la creación de una gran feria artesanal dedicada a las alfombras en Guano, en forma de una gran cita anual que atraiga a compradores y turistas.
- Establecer programas de promoción y difusión del arte textil de las alfombras existente en el cantón.
- La creación de un sello de calidad para la confección de alfombras, donde se incorporen ciertos requisitos que deberá cumplir el artesano y el producto, que permitirá garantizar la calidad de las alfombras y beneficiaría no solo al artesano, sino también al comprador con un producto natural y un precio justo. Dicho sello de calidad ayudaría a: garantizar la mejora continua de los procesos de fabricación; facilitar su exportación; fortalecería los saberes y tradiciones del cantón; incrementaría el prestigio de los productos ofrecidos; atraería al turismo de manera indirecta y aumentaría las plazas de trabajo; sería un plus para garantizar la calidad continua en el tejido de alfombras; los artesanos se capacitarían constantemente; se motivaría el sentimiento de pertenencia por los pobladores del cantón.

BIBLIOGRAFÍA

1. Anath, A. (2002). Memoria textil e industria del recuerdo en los Andes. Identidades a prueba de turismo en Perú, Bolivia, Ecuador. Quito: Abya Yala.
2. Caiza, A y López, M. (2012): Formulación de la propuesta del plan de ordenamiento territorial del canto Guano, Provincia de Chimborazo mediante el uso de herramientas SIG. Escuela Politécnica del Ejército, Tesis de Ingeniería. Escuela Politécnica del Ejército, Sangolqui: EPE.
3. Carretero P.A., Calero J., Miranda S. y Malo M. (2016). Estudios para la recuperación de la vestimenta tradicional en la comunidad Tolte, parroquia Pistishí (Alausí, Chimborazo, Ecuador). ASRI, 10, 12.
4. Chiluzza, G. (2005). Origen de las artesanías en Guano. Riobamba: Gutenberg.
5. Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura, (2011). Instructivo para fichas de registro e inventario Bienes Muebles. Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura. Quito: INPC.
6. Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura, (2011). Instructivo para fichas de registro e inventario patrimonio cultural inmaterial. Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura. Quito: INPC.
7. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2011). Textiles precolombinos y su conservación. Perú.

PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LAS PRÁCTICAS CULTURALES CONTEMPORÁNEAS

Paloma Rodera Martínez

UCM (España)

palomaroderamartinez@gmail.com

RESUMEN

Actualmente la cultura está cambiando el papel que cumple en nuestras sociedades. Cuando hablamos de patrimonio inmaterial también nos referimos a las experiencias de cultura posmoderna que transcurren en los espacios para la cultura de los entornos urbanos.

En estas líneas nos proponemos analizar y atender el fenómeno cultural contemporáneo desde la clave de un espacio intersticial, en una comunión de disciplinas que, trabajando con el mismo objeto de análisis, puedan aportar perspectivas distintas que aborden en su completitud el fenómeno.

PALABRAS CLAVE: cultura contemporánea, microsociología, gestión cultural, patrimonio cultural inmaterial, arte participativo, entornos urbanos.

INTRODUCCIÓN

Cuando hablamos de arte y cultura contemporáneas, inmediatamente podemos asociar dichas experiencias a una manera de entender el patrimonio que dista de una conservación tradicional en la que se utilizan distintos métodos que se relacionan directamente con objetos que es necesario poner en valor.

En los últimos años ha ido cobrando fuerza e importancia el concepto de patrimonio inmaterial, que ha sido aplicado a estratos del folclore para la preservación de fiestas y bailes de carácter popular. El propósito de este texto es el de realizar una pequeña aportación a la definición del término para ampliar su significado a un tipo de patrimonio que supone un folclore contemporáneo de una determinada “alta cultura urbana” que a su modo posee trazas de popular por su idiosincrasia y el uso que realiza del espacio público de las ciudades.

El recorrido propuesto parte, precisamente de esta ampliación de la definición de patrimonio inmaterial, añadiéndole el epíteto de urbano, entendiendo así que en los entornos de la ciudad se han producido en la última década. Después damos paso a la Posmodernidad como tiempo en el que enmarcamos el fenómeno y como explicación de muchas de las características que lo definen. Daremos la definición de *Espacio Intermedio*, para explicar cuáles son esos lugares de la cultura contemporánea y el tono de sus prácticas. También rescataremos la figura del prosumidor, comparada con la idea de nuevo espectador, y que es un concepto exportado de la disciplina económica. Tocaremos también los conceptos relativos al espacio urbano, a la manera en que se produce la vivencia de experiencias en las prácticas culturales contemporáneas y a cuál es el análisis que podemos extraer de las mismas. Será fundamental entender y atender todas estas notas para saber convenientemente cuál es la vivencia cultural hoy. También veremos cuál es la vivencia temporal y cómo el concepto “tiempo” interviene en el fenómeno artístico.

Este texto se propone como una gran conversación entre autores de diferentes disciplinas que aportan, desde ellas, sus particulares perspectivas sobre un mismo objeto de análisis: la cultura contemporánea. Algunos de los nombres que ponemos a dialogar son: Puellas y Rancière, que nos ofrecen una mirada sobre el espectador, Lipovetsky y su idea de *hiperconsumo*. También nos referiremos a la idea de lujo expuesta por Michau, que se relaciona directamente con el

consumo, cada vez más de experiencias, desvinculándose de algún modo de la posesión. Huizinga y Callois apoyan la idea de lo lúdico incluida en la cultura. Desde el teatro nos acercamos a su corriente más física gracias a las teorías y prácticas de Lecoq y Grotowski. Para referirnos a la historia, miraremos hacia Bajtin y Burke. Por último, no debemos olvidar a Kubler y su particular percepción temporal. Empecemos.

PATRIMONIO INMATERIAL URBANO, LA POSMODERNIDAD COMO ORIGEN Y CAUSA.

Cuando hablamos de Posmodernidad, no podemos más que remitirnos al concepto Modernidad, a través de una relación comparativa entre ambos. La Posmodernidad tratada como el periodo proveniente después de la Modernidad se rige por una serie de características que son contestatarias a la época anterior y herederas de ella. Bajo una mirada transversal nos proponemos viajar por estas características, a fin de entender, enmarcar y determinar en qué contexto nacen y se desarrollan los *Espacios Intermedios*.

Destacamos los siguientes aspectos de la época actual:

En primer lugar el desarrollo tecnológico, bien sea desde la aparición de internet y las comunicaciones que posibilita, o la democratización del transporte, permitiendo la movilidad masiva de viajeros. Estos dos hechos contemporáneos han propiciado que la comunicación humana cambie, así como la biografía de los individuos. Hablamos de ambas como herramientas que permiten el intercambio y generan nuevas conexiones que antes no eran factibles. Es conveniente recordar que este fenómeno tiene una aplicación directa en los *Espacios Intermedios*, ya que gracias a internet y la facilidad en los medios de transporte, es decir, en especial a la aparición de las compañías aéreas *low cost*, etc. Los centros de cultura se valen de estas herramientas, que complementan, por un lado la experiencia *in situ*, a través de una fuerte comunidad virtual. Y por otro, permiten generar conexiones y poner en comunicación, tanto física como virtualmente, a expertos y públicos de todo el mundo.

Este cambio tecnológico ha propiciado otros, especialmente el modo en el que entendemos y vivimos el tiempo. Los ritmos vitales de la Posmodernidad se sitúan a gran velocidad. El arte y los recintos que lo albergan también han adaptado sus estructuras para acercar la cultura a un espectador que en su cotidianidad utiliza el tiempo a modo de contracción intensa y breve.

Aquí hay que señalar después la importancia de esta nueva vivencia de temporalidades distintas por parte del ciudadano posmoderno, que propicia que en los *Espacios Intermedios* se viva una temporalidad también diversa; es decir, generando experiencias de corta duración y con una impronta alta, en las que se vive una intensidad elevada.

La figura del espectador/consumidor de cultura contemporáneo corresponde a un individuo activo, con un papel participativo de las actividades y experiencias, que no sólo cumplen una labor didáctica con las colecciones más tradicionales (bien sean obras de arte de formatos clásicos—pintura, escultura, dibujo, etc.—, o bien libros u otros bienes culturales de carácter público), así como son componentes activos en la propia generación del objeto cultural. Podemos entender la cultura contemporánea como una cultura de la experiencia que se despegas de su materialidad para hacer del carácter efímero una cualidad valiosa. Esta idea se une a la vivencia presentista afincada en la vida cotidiana del espectador. Hoy establecemos realidades virtuales y momentáneas que son sólo parte de procesos, sin la absoluta necesidad de su residuo material para su consecuente valorización.

Al repasar la evolución de los formatos artísticos nos encontramos con aquellos tradicionales (escultura, pintura y arquitectura) que están hechos para perdurar en el tiempo. Aunque sí es cierto que también éstos han debido actualizarse a la actualidad generando comunicaciones más esporádicas adaptadas a la actual vivencia temporal. En especial estos lenguajes han empezado a trabajar con otros materiales que permiten una mayor flexibilidad, física y metafórica en su utilización como objetos culturales. Durante el siglo XX se han desarrollado los lenguajes nuevos, la fotografía y el audiovisual. Ambos poseen una durabilidad menor, y también son concebidos, no sólo como obras finales, si no también como medios de

documentación. Estas técnicas y procedimientos han establecido una cultura visual en nuestra sociedad. Sin embargo, el siglo XXI está caracterizado por otro tipo de piezas como son las instalaciones, que ya tímidamente aparecían a finales del siglo anterior, *performances* y otros formatos artísticos, que lejos de poseer el carácter documentativo para su perdurabilidad, como podía suceder con los movimientos surgidos durante la década de los sesenta, se plantean a la institución y a los públicos con un carácter efímero y no documental. Se produce la interacción, una participación de intervención directa por parte del espectador. De este tipo de aproximación al hecho cultural han sido pioneros los museos de ciencia.

La cultura hoy es vivida, no contemplada. Las nuevas prácticas artísticas pertenecientes a corrientes como el arte participativo o el que Bourriaud llamara en la década de los noventa, arte relacional, (Bourriaud, 2006) son testimonios fruto de una nueva metodología en el proceder cultural. El espectador es llamado a ocupar un lugar protagonista, se sitúa en el centro de la experiencia cultural. Esta reivindicación surge en una doble dirección: bien sea desde un cambio en el propio público, figura que como consumidor empieza a cambiar de un papel pasivo y receptor a uno completamente activo. Ya desde la teoría económica Toffler (Toffler, 1981) apunta el concepto de *prosumidor* para explicar el fenómeno participativo en los sectores de consumo. Esta definición económica es potencialmente aplicable a la dinámica cultural posmoderna.

Es necesario señalar que el consumidor, el espectador se ha convertido en una pieza fundamental de la crítica cultural. Con el desarrollo de internet se han creado redes sociales que permiten a los usuarios dar su opinión, que acaba siendo de mayor utilidad para otros usuarios que desean también acercarse a la experiencia, que la opinión de la crítica. La crítica clásica sigue existiendo, pero podemos afirmar que el peso de las opiniones de otros usuarios es mayor en futuros consumidores. De esta forma el público determina los formatos. De alguna manera las figuras que hasta ahora gestionaban el mercado del arte (managers, comisarios, críticos,...) son valiosos, pero al igual que los propios artistas, han variado su disposición al servicio de los consumidores culturales. Ahora son los públicos los que demandan los formatos, incluso los autores que desean ver. Pondré de ejemplo el formulario que el Teatro La Abadía, en Madrid entrega a los espectadores para conocer su opinión respecto al funcionamiento del espacio, así como sus gustos para ser tenidos en cuenta dentro de la futura programación de la sala. Este tipo de acciones por parte de los contextos culturales denota este cambio de la figura del espectador como mero receptor pasivo a agente activo e interviniente directo en aquello que consume.

Me resulta muy interesante la comparación que realiza Puelles entre el sujeto estético y el espectador (Puelles, 2011):

“En contraste con el sujeto estético, el espectador se somete a la potencia del objeto artístico, siendo vulnerable a ella. Mientras que el sujeto estético, juez de la representación, es sujeto influyente de la sensibilidad estética, el espectador es sujeto ‘influido’, de sentimentalidad y emoción. Su susceptibilidad para ser alterado o transformado, su vulnerabilidad, hace de él que sea, , antes que sujeto centrado en el juicio, sujeto tomado en la experiencia. El objeto artístico es pragmático y *performativo* (el objeto estético es ideal y reconfortante o regocijante), y su centro de diana es justamente el receptor, frente al cual la obra de arte trata de sustraerse y resistirse. De acuerdo con esto, el espectador deberá *dejarse hacer*.”¹

Es precisamente esta la inversión que se reivindica, el espectador posmoderno, en su poética de la recepción no es ya ese sujeto ‘influido’, sino que se trata de un sujeto agente, activo. Debe *dejarse hacer* en su flexibilidad y carácter adaptativo a las propuestas que vienen determinadas por las circunstancias y situaciones, pero, en absoluto es diluida su presencia en la actualidad.

¹ PUELLES ROMERO, Luis. *Mirar al que mira. Teoría estética y sujeto espectador*. Abada editores. Madrid, 2011. Pág. 72.

Tal y como dice uno de los grandes teóricos de nuestro tiempo, Jacques Rancière, “Hace falta un teatro sin espectadores, en el que los concurrentes aprenden en lugar de quedar seducidos por las imágenes, en el que se conviertan en participantes activos en lugar de ser voyeurs pasivos”². De este modo se apela en la Posmodernidad a la necesidad de un carácter didáctico de lo que se muestra ante el público. Esa educación no formal, que lejos de ser tratada de un modo peyorativo o inferior a la educación oficial, debiera ser revalorizada y considerada como una de las principales fuentes de conocimiento cotidiano.

No se trata tan sólo de hacer visibles códigos autorreferenciales de los contextos urbanos, sino dedicarse a otros saberes que en entornos urbanos se están perdiendo con las últimas generaciones que aún poseen dichos conocimientos y reivindicar su importancia.

Para enmarcarnos, tal y como hacía patente Lipovetsky (Lipovetsky, 2000) nos encontramos, no en el fin de un periodo consumista, sino en una *segunda era del consumo*:

“Qué error el haber pregonado precipitadamente el fin de la sociedad de consumo, cuando está claro que el proceso de personalización no cesa de ensanchar sus fronteras. La recesión presente, la crisis energética, la conciencia ecológica, no anuncian el entierro de la era del consumo: estamos destinados a consumir, aunque sea de manera distinta, cada vez más objetos e informaciones, deportes y viajes, formación y relaciones, música y cuidados médicos. Eso es la sociedad posmoderna; no el más allá del consumo, sino su apoteosis, su extensión hasta la esfera privada, hasta en la imagen y el devenir del ego llamado a conocer el destino de la obsolescencia acelerada, de la movilidad, de la desestabilización. (...) Más exactamente estamos en la segunda fase de la sociedad de consumo, *cool* y ya no *hot*, consumo que ha digerido la crítica de la opulencia.”³

Pero a diferencia de un consumo exclusivamente material, hoy hablamos de un consumo de experiencias. El ciudadano actual está interesado en las vivencias. Detengámonos por un instante en un ejemplo paradigmático que ha acaecido en los últimos años con el turismo. En primer lugar se trata de una cuestión semántica. Hace unas décadas, especialmente en los ochenta y los noventa, la inmensa mayoría de personas que viajaban a países fuera del propio eran llamados turistas. La visita, por ejemplo a una ciudad como París, especialmente siendo la primera vez que se pisaba el lugar, consistía en una *gymkana* en la que ir tachando de una lista los monumentos, museos y principales atracciones. Basta ver los planteamientos de las guías de viaje de esas décadas para entender a qué me estoy refiriendo. Sin embargo, aquí también gracias a la influencia del uso de internet y las redes sociales, los turistas se han convertido en viajeros, y más allá de ir tachando museos y monumentos vistos, buscan la experiencia que comienza cuando preparan la maleta para salir de su cotidianidad. No se trata de encontrar un espacio más o menos aséptico y confortable en el que dormir, sino hacer del hecho de detenerse en el camino para descansar un momento único. Así nacen propuestas más o menos cercanas a la ética como los parques temáticos o el hotel del Holocausto, la simulación de un resort millonario que ofrece a sus huéspedes la posibilidad de dormir en chabolas prefabricadas, tal y como viven comunidades gitanas, o la reconstrucción de un campo de refugiados. Tras lo que podemos considerar excentricidades más o menos plausibles, se esconde la necesidad de experimentar. Utilizaremos este verbo para explicar este nuevo fenómeno cultural vivido en los *Espacios Intermedios*.

Yves Michaud en *El nuevo lujo* (Michaud, 2015), nos hace precisamente referencia a esta necesidad de la experiencia como nueva forma de ostentación y generación de identidad. La industria del lujo, ligada a la industria cultural en muchos momentos supone un cambio radical en la escala de valores y el modo de vivir la cotidianidad de quienes participan de él. Un planteamiento interesante es la necesidad de lujo sea cual sea nuestra condición social, ya que existen diferentes escalas, pero la distinción es condición *sine qua non* de la condición humana. Así también ocurre en la vivencia cultural. Es necesaria la distinción. Esta idea, mal

² RANCIÈRE, Jacques. *El espectador emancipado*. Ellago Ediciones. Castellón, 2010. Pág. 11.

³ LIPOVETSKY, Gilles. *La era del vacío. Ensayo sobre el individualismo contemporáneo*. Ed. Anagrama. Barcelona, 2000. Pág.10.

entendida durante muchos siglos, bajo mi punto de vista, ha generado una separación entre aquellos que poseían conocimientos respecto a la cultura, de aquellos que no. Una buena reflexión sobre ello la encontramos en la literatura y en el cine en *1984*, donde se plantea que es mejor que nadie tenga acceso a la lectura de la *Poética* de Aristóteles, ya que de lo contrario, quien lo haya leído se sentirá superior de quien no lo haya hecho.

Debemos abogar por una cultura plural que genere varios niveles de lectura, nota que caracteriza a las grandes obras clásicas universales. Aquellas que hablan distintos lenguajes dependiendo de cada espectador, e incluso en relación al estado en el que éste se encuentre. Todos hemos experimentado el placer de leer el mismo libro con años de diferencia y descubrir mensajes diferentes en cada uno de los recorridos.

Abordemos ahora la cuestión central de la metáfora teatral que planeará a lo largo de estas páginas. En el modelo de análisis de prácticas culturales contemporáneas que propongo, autores de las artes escénicas como Stanislwski o Chéjov tienen mucho que decirnos en cuanto a la interpretación de personajes. Son aún más pertinentes autores de teatro físico como Grotowski o Lecoq, ambos maestros de la generación de emociones a través del cuerpo y sus posiciones. De la pureza de la práctica escénica, autores como Luckmann, dentro de las Ciencias Sociales, también trabajarán, en este caso con la mueca, para establecer los fundamentos de la construcción social de la realidad. Walt Disney acabará utilizando estos estudios para la creación de emociones en sus personajes de dibujos animados. De esta forma se cierra un círculo que empieza en el arte, pasando por la ciencia, para ser devuelto a éste y contar historias. Son este tipo de caminos comunicativos que se han de establecer entre disciplinas, y que desde mi modelo reivindico por su funcionalidad.

Pero volviendo a la interpretación de roles en la vida cotidiana, fijémonos en el especial interés que suscitan los autores teatrales en este punto. En las bases de la interpretación encontramos el concepto de *mimesis* como esa capacidad de imitación que posee el ser humano desde que nace. El trabajo del actor, en gran medida consiste en esa imitación, que se desarrolla en aspectos de la vida cotidiana. Cuenta uno de los alumnos de Lecoq como éste les proponía imitar a los paseantes que encontrarán en la calle como ejercicio actoral. Grotowski genera series de ejercicios físicos para el entrenamiento diario, ya que en el centro de la intención de la creación de personajes de la profesión del actor nos encontramos con el control en el uso del cuerpo.

Otras de las características fundamentales de la interpretación las encontramos en el método propuesto por Chéjov. Este autor habla, entre otros, de dos conceptos a destacar. El primero de ellos es la facilidad que acompaña a las acciones que el actor realiza encima del escenario, acompañado del concepto de belleza. Ambos se conectan por la imaginación. Ésta es la que permite al intérprete crear situaciones para el espectador.

Si unimos estos conceptos básicos, podemos componer un cuadro muy completo del tratamiento de las situaciones y emociones humanas tal y como las trabaja el profesional del teatro.

Desde el teatro también entroncamos con la faceta lúdica de la misma experiencia cultural. El arte escénico de por sí es juego, y así es concebida su práctica. Veremos como el éxito de las dinámicas de grupo en aspectos culturales se relaciona directamente con el juego. Éste, lejos de pertenecer a un breve período de nuestra infancia, nos acompaña también en la edad adulta.

Recordemos las palabras de Boal cuando apela al teatro como el lenguaje humano por excelencia, denotando que la única diferencia entre los actores y nosotros es que ellos son conscientes de que usan la interpretación como medio para expresarse, mientras que nosotros actuamos a diario sin saberlo, (Boal, 2002). Boal aboga por el doble rol que todos representamos: por un lado somos actores, porque actuamos, y a su vez somos espectadores, porque observamos. Así acuña el término *Esport-actores*.

Estas posiciones que constituyen el juego teatral en la experiencia cotidiana y, a su vez, en la vivencia cultural, reverbera el 'como si' que hace notar Huizinga:

“(…)el juego, en su aspecto formal, es una acción libre ejecutada ‘como si’ y sentida como situada fuera de la vida corriente, pero que, a pesar de todo, puede absorber por completo al jugador, sin que haya en ella ningún interés material ni se obtenga en ella provecho alguno, que se ejecute dentro de un determinado tiempo y un determinado espacio, que se desarrolla en un orden sometido a reglas y que da origen a asociaciones que propenden a rodearse de misterio o a disfrazarse para destacarse del mundo habitual.”⁴

Es así que debe ser concebida la faceta lúdica de la experiencia cultural, un ‘como si’ con un conjunto de reglas que se desarrolla en un tiempo y espacio concretos.

Otras disciplinas que también nos acercan a modelos de comportamiento y situaciones son la etología y la psicología (desarrollar autores y demás en relación al concepto de cultura).

El fin de este desarrollo nos permitirá generar patrones de conducta humana que ayuden a conocer las situaciones producidas en las distintas dinámicas de los contextos culturales. El aprendizaje de las dinámicas de grupo, especialmente mediados por aprendizajes y situaciones culturales, es esencial para el buen funcionamiento de un *Espacio Intermedio*. Y, para ello, las disciplinas citadas anteriormente ofrecen, trabajando juntas, una visión completa del fenómeno cultural posmoderno.

Pasemos ahora a hablar de dos conceptos que *sitúan* gracias a unas coordenadas específicas la cultura. Éstos son el tiempo y el espacio. Cuando hacemos referencia al tiempo dentro de la cultura éste va intrínsecamente ligado a su vivencia cotidiana. En la Posmodernidad, tal y como hemos destacado, el Presentismo es la filosofía imperante, y es por ello que los espacios dedicados a la cultura han debido adaptarse a ésta.

Será pertinente aclarar que en los centros culturales la vivencia del tiempo es directa a la utilización que hacen los usuarios de las instalaciones. Las personas que se acercan a diario, por uno u otro motivo seleccionan ciertas actividades. Su aproximación es corta de duración y extremadamente selectiva. Es por este motivo que cuando se realice la programación del centro habrá de tenerse en cuenta, especialmente en la oferta de talleres, conferencias y otras ocasiones con fines didácticos, que la duración de las mismas habrá de ser limitado y adecuado al tejido social que asiste o que puede estar interesado en la realización de dichas actividades.

Por otro lado el espacio temporal dedicado para actividades de más larga duración, como pueden ser las exposiciones temporales de carácter tradicional, también han de conjugar tiempos de apertura diarios largos con las mismas duraciones a lo largo de la programación anual.

Destaquemos la reflexión que realiza Kubler respecto a la vivencia del tiempo, y como ésta enlaza directamente con los vestigios que han dejado, y que algún día nosotros dejaremos, en relación a la cultura de varias civilizaciones. La diferencia entre una cultura temporal y una cultura espacial.

“El reloj cultural, sin embargo, se basa principalmente en fragmentos arruinados de materiales provenientes de depósitos de basura y de cementerios de ciudades abandonadas o poblados enterrados. Sólo las artes de la naturaleza material han sobrevivido; nada se sabe prácticamente de la música y la danza, de la narración y del ritual de todas las artes de expresión temporal, a no ser en el mundo mediterráneo, con excepción de lo que ha sobrevivido en forma tradicional en grupos remotos. Así pues, nuestra prueba operacional de la existencia de casi todos los pueblos antiguos se da en el orden visual, y existe en la materia y en el espacio más que en el tiempo y en el sonido.”⁵

Es aquí cuando el tiempo y el espacio se conjugan para llevarnos a entender cuán importantes son en el desarrollo cultural. Actualmente, ligado al Presentismo también encontramos que las

⁴ HUIZINGA, Johan. *Homo ludens*. Alianza editorial. Madrid, 2008. Pág.27.

⁵ KUBLER, George. *La configuración del tiempo. Observaciones sobre la historia de las cosas*. Ed. NEREA. Madrid, 1988. Pág.71.

realidades virtuales no dejan huellas materiales de las vivencias culturales ¿Al ser humano ha dejado de preocuparle la permanencia después de la muerte?

No se trata únicamente de las vivencias cotidianas unidas a las biografías personales de cada individuo, sino algo que se respira en el uso de las nuevas tecnologías y las realidades digitales y virtuales; el desprendimiento a los objetos materiales (son utilizados como herramientas y no como fines en sí mismos); el arte y la cultura que decide basarse en momentos y experiencias y alejarse de vitrinas; y la arquitectura y el uso del espacio público, que gracias al desarrollo de nuevos materiales conjuga la utilidad y la durabilidad justas para un carácter efímero y cambiante de las situaciones.

En este punto conviene destacar la ciudad como el núcleo del desarrollo ciudadano y de las prácticas denominadas como cultura posmoderna. Podemos concebir la ciudad como un gran decorado en el que se desarrollan los actos de nuestra obra. Robert Park, padre de la sociología urbana nos habla del concepto de ecología humana (Park, 1999), y en concreto de ver la ciudad como un laboratorio social.

“Pero si la ciudad es el mundo que el hombre ha creado, también constituye el mundo donde está condenado a vivir en lo sucesivo. Así pues, indirectamente y sin tener plena conciencia de la naturaleza de su obra, al crear la ciudad, el hombre se recrea a sí mismo. En este sentido y en este aspecto podemos concebir la ciudad como un laboratorio social”. (Incluir la referencia bibliográfica) Pág. 115.

El concepto de laboratorio social será fundamental para entender los *Espacios intermedios* precisamente como eso, como espacios intersticiales entre la ciudad, los espacios propiamente públicos, y los espacios privados, el concepto de *extimidad* que está estrechamente relacionado con el de *Espacio Intermedio*. Éste debe ser entendido como un laboratorio en el que experimentar la cultura, donde el ciudadano es protagonista participante y tiene el poder de decisión para elegir cómo, cuándo y dónde. El resto del sistema del mercado del arte y del mundo de la cultura son meros conductores y gestores, pero es el público el que manda.

La vivencia de la cultura en los actuales núcleos urbanos se ha ampliado a una gran diversidad de espacios y formatos híbridos, espontáneos, efímeros, haciendo de la calles de la ciudad una extensión de la casa propia.

Hace algunos años concebíamos arte público la colocación de una escultura en una plaza, y no me entiendan mal, es parte de la misión de la cultura embellecer sus calles, pero no es la única ni la más efectiva forma de celebrar la ciudad. Hoy los ciudadanos reivindican la plaza como espacio de encuentro. En ella se busca el diálogo, la creación de lazos a través de intereses comunes y el intercambio de las diferencias a través de propuestas diferentes de comunicación. Pero no debemos pensar que estas demandas son nuevas. Si miramos a la cultura popular, ya en la Edad Media y el Renacimiento la plaza pública es un espacio de intercambio.

“Las plazas públicas a fines de la Edad Media y en el Renacimiento, constituían un mundo único e integral, en el que todas las expresiones orales (desde las interpretaciones a voz en grito a los espectáculos organizados) tenían algo en común, y estaban basados en el mismo ambiente de libertad, franqueza y familiaridad.”⁶

Tal y como describe Bajtin (Bajtin, 1998) la plaza pública tenía su propio vocabulario. Era el espacio en el que se celebraban todos los acontecimientos importantes. En ella se vivían todas las estaciones del año y era testigo de las metamorfosis del pueblo y sus habitantes.

En sus baldosas se bailaba la fiesta. Detengámonos en la fiesta por excelencia, el carnaval. Si atendemos a esta formato cultural encontramos las raíces de los híbridos actuales. Como dice Bajtin el carnaval no tiene ninguna frontera espacial (Bajtin, 1998), de diluye la línea divisoria

⁶ BAJTIN, M. *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rebelais*. Alianza Editorial, Madrid, 1998. Pág. 125.

entre intérpretes y público, ya que el público como tal no existe, es más bien una mezcla de la que todos son parte del juego.

“Sin embargo, el núcleo de esta cultura, es decir el carnaval, no es tampoco la forma puramente *artística* del espectáculo teatral, y, en general, no pertenece al dominio del arte. Está situado en las fronteras entre el arte y la vida. En realidad es la vida misma, presentada con los elementos característicos del juego.”⁷

El análisis de este tipo de manifestaciones culturales serán replicadas en los movimientos artísticos de experimentación en los años sesenta del siglo XX. La aparición de la *performance* o el *happening* recuperan esta idea de generar una comunidad que participa y crea a partir de sí misma la pieza. A su vez encontramos reminiscencias del ritual y la necesidad de compartirlo. Así, la cultura se conecta directamente con la idea de lo sagrado, elevando la cotidianidad a rito, a una participación ciudadana que implica contar, como bien dice Burke, la historia desde abajo (Burke, 2003):

“La microhistoria en cuanto práctica se basa en esencia en la reducción de la escala de observación, en un análisis microscópico y en un estudio intensivo del material documental. Esta definición da pie ya a posibles ambigüedades: no se trata simplemente de atender a las causas y efectos de que todo sistema social coexistan aspectos diferentes, en otras palabras, al problema de describir estructuras sociales de gran complejidad sin perder de vista la escala del espacio social de cada individuo y, por tanto, de las personas y su situación en la vida. La cuestión no es, por tanto, conceptualizar la idea de escala en cuanto factor inherente a todos los sistemas sociales y como característica importante de los contextos de interacción social que incluyen aspectos cuantitativos y especiales diversos. (...) La escala como objeto de análisis que sirve para medir los distintos aspectos en el campo de las relaciones.”⁸

Recordemos este concepto de escala referido a la *microhistoria*, nos será de ayuda para entender, bien sean las dinámicas internas de los centros de cultura, como aquellas que se producen en el tejido social que es participante activo. Esta definición estará presente en la base del modelo de análisis de prácticas culturales contemporáneas propuesto.

Una de las principales reivindicaciones de nuestra contemporaneidad es precisamente la del uso del espacio público por parte de los ciudadanos. La crisis económica y el desencanto con la clase política han traído consigo un cambio radical en la forma en que la ciudadanía desea vivir la ciudad. En primer lugar nos encontramos ante una conciencia ecológica que abarca más allá del primer impacto al ambiente. Se trata de generar una conciencia con el ambiente natural, pero también con el ambiente urbano, aplicando una economía de medios y de utilización de los recursos. La crisis ha generado un nuevo concepto de solidaridad. Si enfocamos el estudio actual sobre ciudades como Madrid caeremos en la cuenta como se ha generado un gran número de asociaciones vecinales, que desde las asambleas del 15M se han unido para proponer distintas actividades en sus comunidades. Se han ocupado espacios en desuso o abandono por parte del Ayuntamiento para mejorar la calidad de vida de barrios. Estas iniciativas que surgen y son gestionadas desde la propia ciudadanía son la muestra de este cambio participativo que reivindican los nuevos colectivos. El concepto de banco de tiempo, pionero en el mundo anglosajón, permite a los ciudadanos donar parte de su tiempo libre para enseñar y recibir conocimiento. Este tipo de actividades se relacionan directamente con la idea de trueque, con la mejora de la calidad de vida cotidiana y con una reivindicación de la relevancia de la educación no formal en las comunidades.

Todas estas características son el caldo de cultivo en el que se germina el concepto de *Espacio Intermedio* acuñado en este libro. En el próximo capítulo trataremos de aproximarnos a él para comprender sus dinámicas y el buen funcionamiento de las actividades realizadas en

⁷ BAJTIN, M. *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rebelais*. Alianza Editorial, Madrid, 1998. Pág. 9.

⁸ BURKE, Peter. *Formas de hacer Historia*. 2ª edición. Alianza Ensayo. Madrid, 2003. Pág. 122.

estos centros que son fundamentales para la salud de los núcleos urbanos y las comunidades que los habitan.

CONCLUSIONES

Las principales líneas conclusivas que nos permite establecer este texto en relación a las prácticas culturales contemporáneas son:

1. Se ha producido un cambio en el modo de entender la cultura contemporánea que es necesario atender y explicar.
2. Dicho cambio producido en las últimas décadas es fruto del desarrollo tecnológico y la democratización del transporte, entre otros factores de relevancia.
3. Debido a ellos, el ciudadano utiliza el espacio urbano de un modo diverso, estableciéndose así una nueva definición de las ciudades y de los lugares destinados a la cultura contemporánea.
4. Como consecuencia del punto anterior, entendemos que la relación que se establece entre el ciudadano, consumidor de cultura activo (nos hemos referido al término prestado desde la economía, prosumidor).
5. El ciudadano se establece en términos de diferenciación de una actitud pasiva a un rol activo en el Mercado del Arte. Ya no existe la separación y silencio relativos al objeto cultural, si no que el espectador se sitúa en el centro de la acción, siendo a su vez generador y receptor de la actividad.
6. Se han establecido los roles de los agentes culturales de un modo en el que se diluyen fronteras. Hay una característica de hibridación de lenguajes, formatos y de modos de entender la cultura contemporánea, ampliando los horizontes que antes se encontraban en compartimentos-estanco, y que hoy conviven en una relación simbiótica.
7. Por todos los motivos anteriormente expuestos y que constituyen un análisis de la cultura actual, nos permite ampliar el concepto de patrimonio inmaterial a un folclore que no sólo se limita a lo popular, si no que suponen una alta cultura con tintes populares desarrollada en entornos urbanos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BASTER BRAGE, Lluís; VECINA, Carlos; PASCUAL, Belén (2014) *Comunidad, trabajo en red e intervención socioeducativa*. Baleares: Edicions UIB.

BARDIN, Laurence. *El análisis de contenido*. Madrid, Akal, 1986

BERGER, Peter y LUCKMANN, Thomas. *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Amorrortu, 1979.

BISHOP, Claire (2004) *Antagonism and Relational Aesthetics*. October, nº110, otoño (pp. 51-80).

(2006) *The Social Turn: Collaboration and Its Discontents*.

BOURRIAUD, Nicolas (2006) *Estética relacional*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.

(2009) *Radicante*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.

(2004) *Postproducción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.

BROMBERG, Ava (2008) *Interrogating Public Space*. Creative Time. (en línea)

- BURKE, Peter (2010) *Hibridismo cultural*. Madrid: Akal.
- BURKE, Peter (1991) *La cultura popular en la Europa moderna*. Madrid: Alianza
- CALVINO, Italo. *Las ciudades invisibles*. Madrid: Siruela, 1998.
- CRUCES, Francisco (1995) *Fiestas de la ciudad de Madrid. Un estudio antropológico*. Madrid: UNED, Facultad de Filosofía, Tesis Doctoral.
- CUCÓ, Josepa (2004) *Antropología urbana*. Barcelona: Ariel.
- DELGADO Ruiz, Manuel. *El animal público: Hacia una antropología de los espacios urbanos*. Barcelona: Editorial Anagrama, 1999.
- DENNIS, Anne (2014) *El cuerpo elocuente. La formación física del actor*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- FREIRE, Paulo (1975) *Pedagogía del oprimido*. Madrid: Siglo XXI
- FERRANDO, Bartolomé (2013) *Arte y cotidianidad hacia la transformación de la vida en arte*. Madrid: Ardora ed.
- FISCHER-LICHTE, Erika (2011) *La estética de lo preformativo*. Madrid: Abada Editores.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1989) *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- GARCÍA, José Luis; VELASCO, Honorio, et al. (1991) *Rituales y proceso social. Estudio comparativo en cinco zonas españolas*. Madrid: Ministerio de Cultura.
- GIDDENS, Anthony (1994) *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza.
- GOFFMAN, Erving (1993) *La presentación de la persona en la vida cotidiana* Buenos Aires: Amorrortu.
- (1994) *Internados. Ensayos sobre la situación social de los enfermos mentales*, Buenos Aires: Amorrortu.
- (2003) *Estigma. La identidad deteriorada*, Buenos Aires: Amorrortu,
- (2006) *Frame analysis: los marcos de la experiencia*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- HALL, Edward T. , *La dimensión oculta*. 1966. Madrid: Siglo Veintiuno Editores, 2009.
- HALL, Peter. *Modelos de análisis territorial*. Barcelona: Oikos-Tau, colección urbanismo, 1975.
- HANNERZ, Ulf. *Exploración de la ciudad*. 1980. México: Fondo de Cultura Económica, 1986.
- LALO, C. (1921), *L'art et la vie sociale*. París: Doin.
- LATOUR, Bruno (2008) *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial.
- LIPOVETSKY, Gilles y SERROY, Jean (2009) *Pantalla global*. Barcelona: Anagrama.
- MARTÍN PRADA, Juan (2012) *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales*. Madrid: Akal.
- MAUSS, Marcel (1970) *Lo sagrado y lo profano. Obras, vol. I*. Barcelona: Barral.
- MIRZOEFF, Nicholas (2003) *Una introducción a la Cultura visual*. Barcelona: Paidós.

- MORLEY, David (2009) *Medios, modernidad y tecnología. Hacia una teoría interdisciplinaria de la cultura*. Barcelona: Gedisa.
- NIZET, Jean; RIGAUX, Natalie (2006) *La sociología de Erving Goffman*. Santa Cruz de Tenerife: Ed. Melusina, colección Circular.
- ORTEGA VILLA, Luz María. *Consumo de bienes culturales: reflexiones sobre un concepto y tres categorías para su análisis*. Universidad Autónoma de Baja California. Culturales. VOL. V NÚM. 10, JULIO-DICIEMBRE DE 2009. ISSN 1870-1191. (Artículo).
- PARSONS, Talcott (1968) *La estructura de la acción social*. Madrid: Guadarrama.
- PÉREZ-ALFARO, Carlos y SÁNCHEZ DE LA MADARIAGA, Inés y VELÁZQUEZ, Isabela (coords.) *Pensar la ciudad*. León: Fundación Monteleón, 2011.
- RANCIÈRE, Jacques (2005) *Sobre políticas estéticas*. Barcelona: Macba y Servei de publicacions de la Universitat Autònoma.
- RIFKIN, Jeremy. *La civilización empática. La carrera hacia una conciencia global en un mundo en crisis*. 1ªed. Marzo 2010. Ediciones Paidós. Madrid.
- RIFKIN, Jeremy. *La sociedad de coste marginal cero. El Internet de las cosas, el procomún colaborativo y el eclipse del capitalismo*. 1ª ed. Septiembre 2014, Ediciones Paidós. Barcelona.
- RIFKIN, Jeremy. *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Paidós 2000. Barcelona.
- SIGNORELLI, Amalia. *Antropología urbana*. Barcelona: Universidad Autónoma Metropolitana, Anthropos, 1999.
- SOBRERO, Alberto. *Antropologia Della città*. 1998. Roma: Carocci Editore, 2009.
- TOFFLER, Alvin. *Los consumidores de la cultura*. Buenos Aires. Leviatán. 1981.
- TOFFLER, Alvin (1992) *La tercera ola*. Barcelona: Plaza&Janés.
- TOURAINÉ, Alain. *El nuevo espacio público. Comunicación pública y crisis de la representatividad*. Barcelona, Gedisa, 1992.
- TURNER, Victor (1989) *El proceso ritual*. Madrid: Taurus.
- VILLASANTE, Tomás R. (2006) *Desbordes creativos. Estilos y estrategias para la transformación social*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- WARNER, Michael (2008) *Públicos y contrapúblicos*. Barcelona: Macba / Contratextos.
- ZUKIN, S. (1995) *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell Publishing LTD.

MICRORRELATOS: USANDO LAS NARRATIVAS Y LAS HISTORIAS DE VIDA COMO INSTRUMENTOS EN EDUCACIÓN Y PATRIMONIO

Dra. Rosa Vives-Almansa

Profesora de Educación Artística. Universidad de Sevilla

rvives@us.es

Resumen

Esta ponencia recoge una experiencia docente llevada a cabo en el aula universitaria. Está imbricada como parte de la asignatura de *Educación y Patrimonio* en el *Grado de Conservación y Restauración* de la *Facultad de Bellas Artes* de la Universidad de Sevilla (España). Consiste en la exposición del diseño y aplicación de la intervención didáctica específica, a través del acercamiento guiado a un sector de la población en ocasiones olvidado, la tercera edad. Los protagonistas son sus relatos, en torno al patrimonio material e inmaterial de la ciudad y su provincia, poniendo en valor sus memorias y sus historias de vida. Además de recuperar el recuerdo de nuestros mayores, se permite crear un entorno afectivo que consigue solapar una visión palimpséstica, paralela y enriquecida sobre el patrimonio con una metodología basada en la etnografía.

Palabras clave

Educación, patrimonio, microrrelatos, historias de vida, tercera edad, narrativas, ilustración gráfica



VIVES-ALMANSA, ROSA (2016): Logotipo para la actividad *Microrrelatos: Usando las Narrativas y las Historias de Vida como instrumentos en Educación y Patrimonio*. Ilustración gráfica digital

Contexto de la intervención didáctica en educación y patrimonio

La educación patrimonial ha vivido una eclosión en la última década que ha permitido que dejemos de hablar de un área de conocimiento emergente para referirnos a una disciplina científica relevante (FONTAL et al., 2015)

Como el punto de partida de esta investigación se propone la cita recogida en la reciente edición de Olalla Fontal et al. sobre *Educación y Patrimonio: Visiones calidoscópicas* que aúna experiencias en torno a la actualidad en la educación patrimonial. Es a través de *prácticas, proyectos, programas, análisis, evaluaciones... con un cuerpo epistemológico cada vez más rico (...) mediante el juego, el artefacto, el museo, internet, las identidades, el objeto performativo, la ciudad, la memoria colectiva, las cajas de la memoria, el patrimonio errático...* como podemos aproximarnos a una didáctica del patrimonio desde una visión contemporizada y de perfil innovador.

En cuanto a la metodología específica empleada por los alumnos en la realización de la intervención, hay que señalar el acercamiento introductorio a las técnicas de investigación etnográficas. La investigación cualitativa se ha erigido como el medio idóneo a través de un acercamiento a los mayores mediante entrevistas en profundidad. Desde la observación participante e interacción con este colectivo se han propuesto herramientas metodológicas propias de las áreas de ciencias sociales y humanidades. Sin pretender, en ningún caso, un estudio etnográfico completo o estudio en profundidad sobre un grupo humano, sino iniciar en este tipo técnicas al alumnado de cuarto curso de grado. Como apoyo al marco metodológico, hemos contado con la participación invitada de los profesores franceses del laboratorio CEAQ-GREAS de la *Universidad París Descartes Sorbonne*, el Dr. Roberto Marcelo Falcón Vignoli y la Dra. Apolline Torregrosa. Durante el seminario abierto sobre *Historias de vida y Patrimonio errático*. Las historias de vida en educación, son una base hacia la que orientar las aportaciones de los alumnos al sentirse protagonistas y partícipes del proceso investigador, sobre el que la Dra. Torregrosa nos ha sorprendido con experiencias recogidas desde sus investigaciones en la relación profesor-alumno. El Dr. Falcón exponía las conclusiones de los últimos años en el laboratorio parisino en relación a su experiencia con la creación de métodos de investigación y las relaciones con los doctorandos internacionales acogidos en el seno del CEAQ-GREAS (Centre de Études sur l'Actualité et le Quotidienne – Groupe de Recherche en EcoEducation Artistique et Societé) La recopilación y selección de fotografías e imágenes antiguas de la ciudad de Sevilla (postales, cartas, fotografías...) nos han sido de utilidad como puerta de embarque a las historias de vida de los ancianos, un recurso gráfico con el que generar fuentes de investigación.

Diseño de intervención didáctica en torno al patrimonio

Las distintas fases de la intervención abordan un aprendizaje basado en la práctica sensible (FONTAL et al. 2003). Comienza iniciando en el contexto de la ciudad de Sevilla en la década de los años cincuenta, sesenta y setenta del siglo pasado, al grupo de alumnos mediante una *fase preparatoria*. Continúa la *fase de inmersión* en la que nos familiarizamos con el centro de residencia de los ancianos, la *fase de recogida de información* dando lugar a las entrevistas, la *fase de procesamiento y elaboración información* como puesta en común para la selección y descarte de historias de vida, y por último, *fase de creación de materiales* en la que los alumnos plasmarán en microrrelatos e ilustraciones los resultados de su investigación-acción.

Entre las distintas acciones programadas han destacado, como parte de la *fase preparatoria* la visita a la exposición *Sevilla a través de la fotografía 1839-1929* en el espacio CICUS (Centro de Iniciativas Culturales US) de la Universidad de Sevilla. Se llevó a cabo como una actividad desarrollada fuera del aula y daba pie a la contextualización del imaginario patrimonial del siglo XX, con el que más tarde trabajarían. Así mismo en esta primera fase y en esta ocasión dentro del aula, la proyección y visionado de la película *Arrugas* (basada en la novela gráfica homónima) del ilustrador Paco Roca. Para acercarnos a la vida de un anciano, de forma simulada y previa a las visitas a las residencias de la tercera edad que posteriormente realizaríamos. La proyección y el visionado de la película *La balada de Narayama* (1958), se convirtió en una herramienta de posicionamiento crítico para generar un debate inicial para enfrentarse al lugar que ocupa el anciano en nuestra sociedad. La que nos muestra Shoeni Imamura en su película es radicalmente desgarradora y no deja al alumno impasible. Fomentando con ello una dinámica de grupo inicial con la que generar discusión de ideas y conceptos previos. Durante la *fase de inmersión* se desarrollan las sesiones puntuales en la visita de ancianos en sus residencias, con la colaboración de instituciones sociales y religiosas. La motivación del alumnado para su implicación en esta fase se refuerza con la lectura de novelas gráficas seleccionadas, con los títulos *Arrugas* (2007), *La casa* (2016) y *¿Podemos hablar de algo más agradable?* (2015) que se adecuan a las reflexiones surgidas en la discusión previa durante el debate propuesto. Tras una sesión inicial de trabajo de campo, donde tomamos por primera vez contacto con la dirección del centro, el personal, las instalaciones y los ancianos, pasamos a la fase de recogida de información sistemática en forma de entrevistas semiestructuradas con material fotográfico de apoyo. Tras el grueso de las sesiones concluimos con una interesante puesta en común del material recogido hasta el momento que nos sirve para organizar las ideas y concretar intereses. Las lecturas de las novelas gráficas son de gran ayuda porque recogen narraciones de similar temática a nuestro propósito. Presentar el patrimonio material e inmaterial de la ciudad es el sesgo que va a situar estas nuevas narrativas o microrrelatos en un contexto de didáctica patrimonial. En la última *fase de procesamiento y elaboración*, los alumnos que ya cuentan con todo el material y las sesiones practicadas y procesadas aprecian la narración gráfica como lenguaje observándose una gran motivación hacia el uso de las herramientas de ilustración digitales. Como final del proceso la *fase de creación de materiales* ha consistido en la realización de ilustraciones digitales y microrrelatos en torno a las historias de vida. Las distintas experiencias de los alumnos respecto al desarrollo de las sesiones han sido recogidas como conclusiones finales de la intervención haciendo uso de los medios digitales y pueden consultarse en el siguiente enlace web: <http://rosavives.wix.com/educacionypatrimonio>

Desarrollo y evaluación hacia la investigación-acción

La ilustración gráfica ha constituido un acicate para abordar el tema del envejecimiento de la sociedad actual. El ejemplo magistral de Paco Roca con novelas gráficas como *Arrugas* (2007) o *La casa* (2016) han servido para discutir, reflexionar y sobre todo visibilizar y sensibilizar hacia la temática. En 2016 el grueso de la población oscilamos entre los 37 y 42 años según el Instituto Nacional de Estadística. Si somos cuarenta y seis millones y medio de españoles que se preparan para soportar una población envejecida no es extraño que desde las instituciones, y en concreto desde la Universidad, se prepare y se forme para asumir los cambios que este hecho genere. El tiempo que hoy destinamos a nuestros mayores es, en la mayoría de las ocasiones, insuficiente. Y no admiramos a las personas que cuidan y se

reservan su tiempo para compartirlo con los familiares mayores, sino al éxito en el trabajo que es lo que nos proporciona estatus social. Además a ello hay que sumar los prejuicios sobre género que sitúan frecuentemente a la mujer como cuidadora, tanto de ascendientes como de descendientes, abriendo una brecha discriminatoria en el camino hacia la igualdad. El hecho del que disfrutaban habitualmente los alumnos matriculados en la Universidad de Sevilla y del que no son del todo conscientes, es el de poseer aún esta figura de parentesco: los abuelos. Las técnicas de investigación etnográficas que tomamos del campo de las Ciencias Sociales y Humanas como técnicas de Investigación para el Arte y la Educación, nos ayudan a establecer los protocolos de actuación necesarios para acercarnos con rigor a un campo tan entrañable como fascinante: los relatos de la tercera edad. Desde este segundo seminario de la asignatura Educación y Patrimonio hemos abordado la historia y las corrientes de la educación artística y su aplicación patrimonial. Contemplado la educación en las artes desde sus inicios hasta los nuevos enfoques que en la última década se han generado desde el panorama de la investigación. Basándonos para ello en autores como Arthur Efland (2002 y 2003) teniendo actuales referencias como el Observatorio de Educación Patrimonial en España (OEPE) (véase en <http://www.oepe.es/>). Se ha fomentado entre los alumnos el posicionamiento crítico sobre el tema del envejecimiento en la sociedad de actual. La conjunción de los conceptos de patrimonio material e inmaterial contenidos en los relatos de los ancianos, han propiciado el trabajo en un contexto de estudios culturales. Las aportaciones de los alumnos en investigación-acción han construido el desarrollo normalizado y exitoso de la intervención didáctica. Nos han hecho descubrir a otros ilustradores locales (además de los inicialmente referenciados), como Eloy Martín y su exposición *Lugares Ilustrados* (2016), que contribuye a la difusión del patrimonio de la localidad de Lepe (Huelva, España). Se han aplicado dinámicas creativas para el debate grupal en el aula con excelentes resultados por su participación activa y realizado presentación de los trabajos de campo realizados por los alumnos, ante los profesores invitados Apolline Torregrosa y R. Marcelo Falcón de la Universidad París Sorbonne V - René Descartes. Las experiencias con los ancianos recogiendo fragmentos de sus historias de vida han marcado con un carácter emotivo esta intervención práctica, sumando una experiencia sensible única al currículum del Grado de Conservación y Restauración. Entre las herramientas utilizadas para la evaluación de la propuesta se han utilizado la exposición pública de los resultados de la investigación, la proyección de exposiciones y el diseño de cuestionarios de satisfacción al alumnado, siendo positivos en su conjunto.



"... si algo me llevo de este seminario son las interminables historias de doña Lourdes mientras mirábamos fotografías antiguas, me transportaban a otra Sevilla"

SANTIAGO ALONSO, M^a Cristina (2016): *Autorretrato*. Ilustración gráfica digital



"... me gusta la idea de dirigir la educación del patrimonio a personas con dificultades visuales. Y así crear materiales didácticos adaptados a sus necesidades"

FELIPE MENGUIANO, Felipe (2016): *Autorretrato*. Ilustración gráfica digital



"... de todo lo que me llevo de esta experiencia es saber apreciar los regalos que da la vida, muchas veces nos quejamos por todo, pero hay personas que lo pasan mucho peor que nosotros y ni se les nota por su fuerza y vitalidad. Son admirables"

GARCÍA-RODRÍGUEZ, José-Manuel (2016): *Autorretrato*. Ilustración gráfica digital

Conclusiones

Esta intervención didáctica en educación y patrimonio ha recogido un resultado satisfactorio para el profesorado y alumnado en su conjunto. Como resultado del trabajo de campo de investigación-acción en colaboración con instituciones y residencias de la tercera edad, el alumno obtiene un vasto material sobre el que crear sus narrativas y erráticas. La práctica concluye en la redacción creativa de un microrrelato ilustrado gráficamente para su evaluación. Se expone a continuación un ejemplo de los resultados obtenidos y se invita a visitar la página sugerida con anterioridad.



MENGUIANO FERNANDEZ, Felipe (2016): *Casa Pilatos*. Ilustración gráfica digital

El piropo por el “Me gusta”

Era la década de los 40, corrían otros tiempos, la sociedad retornaba a un período de paz tras levantarse después de los desastres que acaecieron con la Guerra Civil.

En Sevilla la sociedad avanzaba y cualquier persona paseaba por sus calles pudiendo ver los edificios de las distintas épocas y culturas que pasaron por esta ciudad, además de ver todo lo que quedó de la Exposición Universal de 1929. Por el centro se podían observar calles que han cambiado, tanto su morfología como sus nombres, o edificios que ya no están presentes.

Ver calles con suelo de albero, como por ejemplo la Plaza de Pilatos, donde por la zona, el hermano del cantante Antonio Machín tenía una latería y podía verse por allí al artista. Las personas socializaban a diario, ya fuera cuando las madres de familia iban a comprar a la Plaza de la Encarnación.

Los niños jugaban en la antigua Plaza de la Alfalfa, donde cada mañana de domingo se realizaba el mercado de compra-venta de animales; o asistiendo a escuchar a Lola Flores en el antiguo Teatro San Fernando. Las jovencitas paseaban por el centro recibiendo piropos tales como “Esto es una nena y no la que pintan en los tebeos”, siendo la mejor muestra de cómo estos poetas instantáneos pregonaban la belleza de sus musas. Pero todo esto ha cambiado en setenta años, al igual que la Plaza de la Encarnación queda cubierta por las conocidas popularmente como “Las setas”, o como la Torre Pelli ha desbancado a la magnífica Giralda en la soberanía del cielo hispalense, la sociedad también ha cambiado. El suelo de albero se ha transformado en un suelo duro y sin vida de asfalto. El ocio cultural que se buscaba en el Teatro San Fernando se destruye buscando un ocio basado en el consumo de ropa de las grandes cadenas textiles. La nueva sociedad prefiere los “me gusta” en las fotografías de Facebook o Instagram a los piropos que se le “tiraban” a las muchachitas. La sociedad personal ha cambiado a una sociedad impersonal.

(MENGUIANO FERNÁNDEZ, FELIPE (2016): *El piropo por el "Me gusta"*, consulta en línea: <http://rosavives.wix.com/educacionypatrimonio#!microrrelatos/c1se>, 01/07/2016)

Bibliografía y Referencias

- EFLAND, Arthur et al. (2003): *La educación en el arte postmoderno*. Paidós, Barcelona
- EFLAND, Arthur D. et al. (2002): *Una historia de la educación del arte*. Tendencias intelectuales en la enseñanza de las artes visuales. Paidós, Barcelona
- FALCÓN VIGNOLI, Roberto M. (2011): *Geoeducación o formación sensible*. Ariel nº 7, 2011/5
- FALCÓN VIGNOLI, Roberto M. et al. (2015): *Le patrimoine comme don du temps*, Société nº 29, 2015/3
- FONTAL et al (coord.) (2015): *Educación y Patrimonio. Visiones Caleidoscópicas*. Trea, Gijón
- FONTAL MERILLAS, Olaia (2003): *La educación Patrimonial. Teoría y práctica en el aula, el museo e internet*. Trea, Gijón
- GARCÍA-RODRÍGUEZ, José-Manuel (2016): *Autorretrato*. Ilustración gráfica digital
- KUPER, Adams (2001): *Cultura. La versión de los antropólogos*. Paidós
- MARMOL DEL, Camila; FREGOLÉ, Joan; NAROTSKY, Susana (eds.) (2010): *Los lindes del patrimonio. Consumo y valores del pasado*. Icaria
- MARTÍN PRADA, Juan (2012): *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales*. Akal
- MARTÍN, Eloy (2016): *Lugares Ilustrados*. Exposición Ayuntamiento de Lepe (Huelva)
- MENGUIANO FERNANDEZ, Felipe (2016a): *Casa Pilatos*. Ilustración gráfica digital
- (2016b): *El piropo por el "Me gusta"*, consulta en línea: 01/07/2016
<http://rosavives.wix.com/educacionypatrimonio#!microrrelatos/c1se>
- (2016c): *Autorretrato*. Ilustración gráfica digital
- Observatorio de Educación Patrimonial en España (OEPE) (<http://www.oepe.es/>).
- QUINTERO, Victoria y HERNÁNDEZ, Elodia (eds.) (2002): *Antropología y Patrimonio: Investigación, documentación e intervención*. IAAP Junta de Andalucía
- ROCA, Paco (2013): *Arrugas*. Astiberry, 2007
- (2016): *La casa*. Astiberry,
- SANTIAGO ALONSO, M^a Cristina (2016): *Autorretrato*. Ilustración gráfica digital
- TORREGROSA LABORIE, Apolline (2015): *Bifurcaciones por la educación artística*. Fermentario nº 9, vol 1
- (2012): *Climatosofía de la Educación Artística*. Arte y Educación: Geografía de un vínculo. I Bienal Educación Artística, Maldonado

EL DIBUJO, PATRIMONIO DE LA ARQUITECTURA. Ensayo fotográfico sobre el I Congreso Internacional de Comunicación Gráfica Arquitectónica *Pincel vs Pixel*

Jorge Tenesaca-Chimbo
José Luis Crespo-Fajardo

Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Cuenca
Ecuador

Resumen:

Esta ponencia constituye un ensayo fotográfico que recapitula las actividades del último Congreso Internacional de Comunicación Gráfica Arquitectónica *Pincel vs Pixel*, celebrado en la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Cuenca (Ecuador) entre el día 26 y el 30 de Octubre de 2015. Al mismo tiempo esbozamos unas primeras conclusiones del evento.

Palabras clave: Congreso, Arquitectura, Expresión Gráfica, Cuenca, Ecuador.

* * * * *

1. Una propuesta original

A pesar de ser una de las principales áreas de conocimiento del conjunto de saberes, habilidades y aptitudes impartidas en la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Cuenca (Ecuador), la Expresión y Representación Gráfica Arquitectónica ha solido tener un papel subsidiario y de carácter ciertamente superficial a otras de perfil más técnico de cara al desarrollo de la profesión, como pueden ser las materias de urbanismo, ordenación territorial, estructuras y construcciones.



Algunos de los organizadores durante los preparativos.

Refutar esta noción latente y emplazar en su debida valía a la Expresión Gráfica es una tarea que aún llevará tiempo implantarse en la mente de peritos y diletantes, si bien dentro de esta pugna, la lucha por la valorización en todos los sentidos de nuestra disciplina, los profesores del Centro de Expresión Gráfica de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Cuenca resolvimos, a comienzos del año 2015, plantear formalmente un evento que pusiera en el candelero la práctica pedagógica de la Facultad en cuestión de dibujo e ideación,

promoviendo una visión completa de las enseñanzas y experiencias que se han venido realizando a lo largo de la historia y de forma continua. Un evento académico internacional que ilustrara la labor del docente universitario de Expresión Gráfica, sus competencias desde etapas básicas hasta aquellos estadios donde lo esencial son las demostraciones, todo contemplado desde una perspectiva de fases integrales de formación en el plan curricular determinado por la carrera de Arquitectura.



En los preparativos del congreso.

Por tanto, habida cuenta estos antecedentes, comenzamos a desarrollar dicho evento, el cual vendríamos a titular "1^{er} Congreso Internacional de Comunicación Gráfica Arquitectónica: Píncel vs Pixel", en alusión al desafío que actualmente se vive en las aulas, concerniente a los medios de representación gráfica tradicionales en parangón con los nuevos sistemas digitales. Este Congreso "Píncel vs Pixel" se planteó con la finalidad de establecer un espacio real favorecedor para el debate y la crítica, y que al mismo tiempo diera a conocer, desde el seno mismo de la Universidad de Cuenca, las más actuales propuestas de procedimientos gráficos en la instrucción didáctica del arquitecto. En efecto, desde el principio se previó que este congreso serviría a la vez para descubrir nuevas y diferentes técnicas de expresión gráfica arquitectónica, en ese campo intersticial que se haya entre el boceto a mano y el trabajo digital.

Era fundamental plantear un evento esencialmente práctico (sin menoscabo de lo teórico) por lo que se decidió que estuviera articulado a modo de talleres de larga duración y conferencias magistrales. De tal modo obtendríamos el fuerte componente didáctico deseado. Era, desde todos los puntos de vista, una propuesta de congreso original, y nos resultaba especialmente interesante promover la realización de unos talleres de enseñanza de comunicación gráfica que se aproximaran, desde diferentes enfoques, a la morfogénesis del proyecto arquitectónico y urbano, toda vez que también habría de contenerse en el programa una serie significativa de ponencias magistrales.

Este documento ilustra, por medio de imágenes, algunos de los principales hitos de esta destacada reunión científica, en la cual tratamos de revelar- desde todos los puntos de vista- los secretos del dibujo, auténtico patrimonio para la ideación arquitectónica.

2. El logotipo

En el sendero de los preparativos al I Congreso Internacional de Comunicación Gráfica Arquitectónica Pincel vs Pixel, se organizó un concurso abierto a todos los estudiantes de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Cuenca, con el objetivo de elegir entre los diseños más logrados, aquél que sería el logotipo del evento, y también para contar con algunas otras imágenes que a la postre servirían para ilustrar afiches publicitarios, papelería y otros documentos congresuales.

Este concurso fue organizado por Jorge Tenesaca, como Director del Área de Expresión Gráfica y organizador principal del congreso, y durante toda una mañana los muchos estudiantes que participaron en la convocatoria elaboraron un buen número de propuestas, de las cuales quedaron finalmente seleccionadas un reducido número de imágenes, y de ellas se extrajo el logo ganador. Esta actividad fue para muchos el primer contacto con el evento en ciernes, contribuyendo a generar difusión y curiosidad entre el estudiantado.



El logotipo del congreso fue fruto de un concurso realizado entre estudiantes de la Facultad de Arquitectura, en una reñida competición.

3. La inauguración

El magno acto de inauguración del Congreso de Comunicación Gráfica Arquitectónica Pincel vs Pixel estuvo presidido por las honorables autoridades de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de nuestra Universidad: el Ilustrísimo Señor Decano Fernando Pauta, el Sr. Subdecano Boris Orellana y la Sra. Directora del Centro de Investigación Ximena Salazar. Durante esta jornada inaugural los asistentes tuvieron ocasión de conocer las líneas maestras del congreso y sobre todo a los invitados especiales. Nos referimos a los talleristas Lino Cabezas y Norberto Dorantes, que con sus clases matutinas y vespertinas sostendrían el grueso de las actividades prácticas del congreso.



El Sr. Decano de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Cuenca, Fernando Pauta, inaugura el congreso

4. Las exposiciones

Consideramos el dibujo patrimonio de la ideación arquitectónica porque es precisamente la imagen un factor de cardinal importancia en la educación del arquitecto. La imagen es para el área de Expresión Gráfica un elemento fundamental por las cualidades de representación e imaginación de conceptos que se obtienen a través de su elaboración. Por tanto, desde la organización del congreso se concretaron tres exposiciones transcendentales para revelar tres aspectos culminantes del quehacer creativo en la dilatada historia de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Cuenca: la tradición docente, la actualidad docente y la representación de las nuevas generaciones de arquitectos.

5. La exposición Visiones de la Expresión Gráfica

De tal modo, para enaltecer la historia pedagógica de nuestra institución, se organizó una exposición con presencia de tres de los más importantes arquitectos-docentes-artistas con los que hemos contado en nuestras aulas, los cuales se encuentran ya retirados del servicio docente, si bien mantienen en la actualidad una diligente actividad creativa. Nos referimos a los profesores Guido Álvarez, Marcelo San Martín y Salvador Castro. Su exposición conjunta, titulada "Visiones de la Expresión Gráfica", se efectuó en uno de los espacios patrimoniales más hermosos de la ciudad de Cuenca, la "Casa de las Posadas".



Los eméritos profesores de la Facultad de Arquitectura Salvador Castro, Guido Álvarez y Marcelo San Martín conversan en el interior de la Casa de Las Posadas, en los días precedentes a la inauguración de su exposición "Visiones de la Expresión Gráfica".

6. La exposición "Resultados de docencia"

"Resultados de docencia" fue el título otorgado a la exposición organizada en la Casa de los Arcos, un bello edificio patrimonial a la orilla del Río Tomebamba, y que reunió la obra de los actuales profesores del Área de Expresión Gráfica de la Facultad de Arquitectura junto a estudiantes destacados. Del mismo modo que la exposición realizada de la Casa de las Posadas, esta muestra fue anunciada entre los eventos de las Fiestas de Cuenca. Los trabajos expuestos se centraron en la obra técnica, ejemplos docentes y material gráfico, los cuales no en vano tienen gran interés estético y son ciertamente reveladores de cara al ejercicio de la profesión de arquitecto. Sin duda, su estudio resulta de un valor inestimable.



Profesores y estudiantes participantes en la exposición "Resultados de docencia"

7. Concurso "y exposición "La Ciudad Real, la Ciudad Virtual."



Los profesores Lino Cabezas, Norberto Dorantes y Leonardo Ramos Monori evalúan los trabajos presentados al concurso "Visiones de la Ciudad", para determinar el ganador.

Tenemos que reservar un lugar especial en nuestra memoria a la exposición de trabajos presentados al concurso "La Ciudad Real, la Ciudad Virtual", y que fueron expuestos en una singular muestra celebrada en la gran sala de exposiciones de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo, la cual quedó ricamente decorada con los ejemplos de intervenciones urbanas presentados en gran formato y de un extraordinario valor gráfico.

8. Las conferencias

En el ejercicio de la mañana del primer día se desarrollaron la mayor parte de las conferencias. Fueron ponencias magistrales dictadas por profesores-investigadores como Anna Nufrio, Verónica Luna, Christian Contreras y Daniel Idrovo. En días posteriores tuvimos ocasión de escuchar las comunicaciones de Mauricio López y el colectivo quiteño Sketchers UIO y una videoconferencia con el profesor Carlos Escaño, de la Universidad de Sevilla. Todas estas charlas tuvieron lugar en el espacio cardinal del Auditorio de la Facultad de Arquitectura (Aula Magna) ornamentado para la ocasión con balastradas y flores. Allí, entre las banderas patrias de Ecuador y Azuay, se desarrolló este apartado tan esencial de nuestro congreso a causa de su componente teórico. Ya habría ocasión en el resto de la semana de desarrollar el pulso en la práctica del dibujo.



Conferencia de Mauricio López, del colectivo Sketchers UIO

9. Los talleres

El peso específico del evento recayó en los dos largos talleres de carácter eminentemente práctico dirigidos por los profesores invitados Lino Cabezas y Norberto Dorantes para tal fin desde sus países: España y Argentina. En efecto, ambos instructores son dos respetables autoridades que se han fraguado un nombre en sus respectivas áreas de conocimiento en el

mundo del dibujo y la expresión gráfica. Lino Cabezas es Catedrático de Dibujo en la Universidad de Barcelona, y Norberto Dorantes es profesor de la Escuela de Arquitectura de la Universidad de Buenos Aires.

El taller de Lino Cabezas "Dibujo y pensamiento gráfico", aconteció por las tardes, y consistió en examinar los conceptos de cultura gráfica y su relación con la arquitectura, desde una concepción teórica a la par que instrumental. Por su parte, el taller de Norberto Dorantes, titulado simplemente "Taller de expresión gráfica", ocupó horas y espacios ocupó durante todas las mañanas, y se centró en el *urban sketching* y otros conceptos de ideación gráfica.

Como queda expuesto, nuestro congreso no buscaba tener ese formato exclusivamente teórico, con largas jornadas de ponencias y breves lapsos de confraternización en los pasillos, al que se ha venido acostumbrado la academia, dejando de lado la función práctica y fabril, que es precisamente la que puede resultar más estimulante para la expresión gráfica, que desde luego lo es para la formación del estudiante y del futuro arquitecto.



Actividades de dibujo en la gran sala de exposiciones de la Facultad de Arquitectura, que sirvió de taller abierto.



Norberto Dorantes ofrece unas explicaciones durante su taller.



Los escenarios del centro histórico de la ciudad se convirtieron en motivos de dibujo.

10. El conversatorio



Esta caricatura, realizada por Mauricio López es una curiosa ilustración del conversatorio con talleristas y artistas que tuvo lugar el día viernes, en el auditorio de la Casa de Las Posadas, con gran afluencia de público.

En la tarde del viernes tuvo lugar el conversatorio o debate del congreso, con presencia en la mesa de los artistas y talleristas Guido Álvarez, Marcelo San Martín, Salvador Castro, Lino Cabezas y Norberto Dorantes. Este conversatorio se desarrolló en una sala principal de la Casa de Las Posadas, con aforo completo de estudiantes y rodeados de las hermosas acuarelas y trabajos creativos de los profesores eméritos que también nos acompañaban.

Ciertamente, uno de los fines del conversatorio era conocer un poco más sobre el punto de vista particular de los creadores sobre sus obras, si bien el evento tenía como lema "El dibujo de arquitectura: tradición y Modernidad", muy acorde al objetivo del congreso "Pincel vs Pixel".

Conclusiones

En el espacio de tiempo que duró el "I Congreso Internacional de Comunicación Gráfica Arquitectónica Pincel vs Pixel" se evidenció que como conclusión o lección principal había que subrayar que la aparente pugna o confrontación entre los conceptos escondidos tras los simbólicos "Pincel vs Pixel", no tenía tal razón de ser. Hoy los estudiantes utilizan indistintamente medios analógicos y digitales; utilizan tanto la muñeca como los recursos del diseño computacional, sin tener necesariamente que padecer un menoscabo en sus capacidades de ideación, imaginación y expresión por una tendencia a usar un medio u otro.

Así pues, se hizo patente, a través de foros y discusiones, una verdad tácita y de cariz supervivencial: lo correcto es precisamente hacer uso de las opciones de dibujo existentes y actuar de acuerdo a lo que más se adapte a nuestro objetivo. Ya no se trata de buscar medios de expresión gráfica para sentirnos moralmente más equitativos con la tradición, sino de valernos de los recursos que existen en nuestro entorno, pues es así como la vida y la naturaleza actúa y se desenvuelve. Hemos de aprovechar los recursos al alcance para tratar de hacer el mejor trabajo posible.

El dibujo manual, desde esta óptica, se muestra como un sistema adecuado para ciertas fases del proyecto arquitectónico, pero por otra parte el nivel de representación que se logra mediante sistemas digitales es también muy encomiable, y no debe de perjudicar a la fase creativa, a los fundamentos imaginativos, que por lo general se elaboran más exitosamente a través del dibujo a mano.

En definitiva, la gran enseñanza que nos deja el congreso es que no hemos de plantear situaciones extremas ni radicalizarnos en dogmas, pues el pincel no lucha contra el pixel, sino que, como los dos ojos de una misma cara, se complementan y apoyan en la consecución del proyecto.

Referencias:

Crespo Fajardo, J.L. / Tenesaca, J. / Luna, V. (2015): "En los preludios del Congreso Internacional de Comunicación Gráfica Arquitectónica Pixel vs Pincel. Entrevista a Lino Cabezas". En *ASRI: Arte y sociedad. Revista de investigación*, nº. 8.

Ficarra, F. (2006): "Byte y pixel: Interacción persona-computador". *Chasqui. Revista latinoamericana de comunicación*, nº 94, 74 -81.

Maravall Llagaria, J. L. / Martín Martínez, J. V. (2015): "Pixel Art. Estética de la necesidad o elogio del medio." *Arte y políticas de identidad*, vol. 12, Universidad de Murcia, 145-168.

LA CIUDAD POST-NUCLEAR A TREINTA AÑOS DE LA CATÁSTROFE DE CHERNOBYL. Análisis crítico-iconográfico y alteración de paradigmas en la percepción, interpretación y función simbólica de las imágenes asociadas al paisaje

Isusko Vivas Ziarrusta
Amaia Lekerikabeaskoa Gaztañaga¹

* **RESUMEN/ABSTRACT:** el objetivo del estudio propuesto se fundamenta en analizar críticamente las claves interpretativas en cuanto a recursos iconográficos unidos a otros componentes como el relato narrado, incidiendo en la utilización de la imagen asociada al paisaje y al paisanaje como elemento de apelación a los aspectos emocionales y simbólicos que se pretenden poner en relieve, sobre todo, en el documental-audiovisual: "La noche del fin del mundo", elaborado por el equipo de Cuarto Milenio en 2008. Unido a ello, se aboga así mismo por traer a colación el tratamiento con el que la imagen de ciertos 'paisajes alterados' le sirve a la publicidad postmoderna para intentar garantizar su eficacia en un mundo virtualizado.

** **Palabras-clave:** Chernobyl, ciudad post-nuclear, documento audiovisual, iconografía, paisaje, publicidad, territorio

¹ Universidad del País Vasco (UPV/EHU). FACULTAD DE BELLAS ARTES. *Departamento de Escultura*. Barrio Sarriena, s/n, c. p.: 48.940 Leioa (Campus Universitario de Vizcaya). isusko.vivas@ehu.eus // amaia.lekerikabeaskoa@ehu.eus (Tel.: 685769525.- // 94-4334408.-).

La ciudad post-nuclear a treinta años de la catástrofe de Chernobyl. Análisis crítico-iconográfico y alteración de paradigmas en la percepción, interpretación y función simbólica de las imágenes asociadas al paisaje

<<Réquiem por los bisontes de acero>>.
Anónimo

1. INTRODUCCIÓN. DE “LA NOCHE DEL FIN DEL MUNDO”

<<La impotencia es el máximo desafío del pensamiento crítico>>.
Marina Garcés

Cuando en el ‘jardín’ de la región de Chérnobył cayó la ‘estrella’ del fuego atómico, algo sucedió en el consciente colectivo de medio mundo, que sin demora trascendió el panorama abisal y término de un régimen político ocluido en la Unión Soviética. Ubicándonos quizás de cara a nuestro propio final civilizatorio en una precipitación de acontecimientos reales y simbólicos, que sin lugar a dudas alteraron (negativamente) e introdujeron sombras-ceniza muy oscuras (tendiendo a negras) en la percepción de algunos de nuestros relatos paradigmáticos asociados a la interpretación de los territorios humanizados, artificializados. Aquella ‘estrella’ no cayó sino que ‘ascendió’, y aquella noche comenzaría la ‘era del fin del mundo’² (abril de 1986).



Así lo narra el equipo de Cuarto Milenio, con el periodista Iker Jiménez al frente, presentando un largo producto audiovisual que conlleva el sello del misterio y la catástrofe, inmerso en un clima apocalíptico con claras referencias míticas y mitológicas que, como discurso ya disgregado en postmodernidad de sus leyendas más antiguas, incrementa a todas luces el

² O al menos la ‘era del fin del mundo’ en la creencia racional de la idea de progreso vinculado a un crecimiento tecnológico exponencial e ilimitado. Lo cual tampoco dejaba de constituir un espejismo tras la modernidad.

dramatismo sobrehumano y acaso 'sobrenatural' achacado a la conjunción de las fuerzas 'humanas' y de la naturaleza desbocada por 'sobrecarga' y rebeldía entrecruzadas. Acto 'liberador' de energía constreñida y efectos fatales; fuego 'eterno' de una 'estrella ardiente' que sugiere recónditos conceptos, sagrados y profanos, recordados por el narrador: profecía, sarcófago de hormigón, sol nocturno, bola de fuego, resplandor de otro mundo, fin de los tiempos, jinetes de la desolación, estrella fúnebre, héroes, demonios viscosos, luz pura del confín del universo, fauces del monstruo grandioso, cielo estruendoso (recurso textual de transmisión oral durante los diez primeros minutos del documental, que acrecienta exponencialmente el poder de las imágenes, casi como el 'sublime' pero 'invisible' calor expedido por los reactores). Unas referencias que acaso colman de impotencia al finito ser humano, tal que la impotencia pre-sentida cuando 'descienden del pedestal' las certidumbres de un supuesto progreso infinito basado en la tecnología industrial o nuclear, con la certeza ya intuida que dicha evolución 'constante' e imparable (irrefrenable) ha sido cortada, extirpada de raíz y nada podrá volver a mostrarse idénticamente a lo que fue o lo que al menos se imaginó.

Este texto 'recitado' a modo de 'predica u oración ritual' por I. Jiménez constituye un acercamiento a las mismas compuertas del Averno. De una manera que difícilmente es dicha, narrada, puesta en discurso; únicamente ha podido ser pintada, esculpida, musicalmente interpretada; teatralizada, con la gran complejidad de que las palabras tercién en la mediación entre la percepción individual y el intento de lo que desea ser colectivamente re-presentado.

2. DEL ROJO BOSQUE. TRAS EL ESTALLIDO DE LA 'ESTRELLA DE LA MUERTE'

*<<No se puede gobernar sin crimen>>.
Lucio Urtubia*

El documental comienza con el barrido de cámara sobre el suelo de una 'ciudad mutante'. La maldita y fantasmagórica Pripyat (la ciudad de Chernobyl por antonomasia), aparece envuelta en un vibrante manto sepia otorgado por el paso del tiempo y el abandono. Esa carátula inicial nos aproxima al 'escenario tuneado' en el plató. Pantallas y velos de una superestructura computacional con elementos de las cámaras y salas de control de las centrales nucleares, partícipes de un ambiente especialmente lóbrego, macabro, y de atmósfera bastante recargada. Escenografía dramática y a la vez un tanto canalla, de un engendro hostil que sepultó con su lluvia ácida y penetrante toda una ciudad; y con ello enterró más pronto que tarde todas las esperanzas e ilusiones de cientos de miles de personas.

El audiovisual propone hacer clara utilización de un 'atrezzo' escenográfico singular donde, seguramente, la reproducción más o menos incierta de unos imaginarios se complementa con la re-invencción imaginada y fantástica de lugares, espacios, interludios e instantes fulgurantes. Los objetos recreados, muchos de ellos elaborados con mimo e incluso técnicas artesanales, sirven como dispositivos tridimensionales que vienen a enriquecer las imágenes del documental. Tanto los objetos como las imágenes proyectadas parecen convocar un cierto ambiente 'expandido' según Youngblood (1970); una zona de 'plasticidad elástica' entre varios campos de acción visual para el refrendo de un contundente mensaje. No obstante, la utilización de esos objetos en el caso que nos ocupa, se distanciaría; bien de entender dichos elementos como manifestaciones artísticas de carácter escultórico, como a veces corremos el riesgo de valorar o de caer en esa tentación, y bien (quizás en mayor medida) de comprender el propio filme y sus dispositivos específicamente como escultura para Rito da Silva (2015). Y por lo tanto, los contenidos de un montaje espacial en un estudio determinado de manera un tanto tematizada, distan igualmente de asimilarse a contenidos instalativos más próximos al arte. De hecho, tal que fenómeno empírico, se concibe la "práctica de la instalación como un '*modus operandi*' (una estrategia intermedial que comprende una 'praxis', un discurso y un sistema que capacita la activación del espacio/lugar en contextos circundantes e intrínsecos, con el desdoblamiento temporal de la obra en accionamiento de conceptos como 'situación' y afianzamiento de percepciones sinestésicas)"³. Sí en cambio, podríamos identificar alguna correspondencia entre la movilidad del producto fílmico y por ejemplo una des-localización de algunos objetos, inclusive los escultóricos y arquitectónicos, que por medio de su des-ubicación

³ RITO DA SILVA DODRIGUES, Ana Luisa. "O que falta a uma escultura para ser um filme? O que falta a um filme para ser uma escultura?", *Revista Estúdio*, Vol. I, nº 6, 2015, p. 52.

pueden, sin embargo, adquirir otras características o perspectivas que nos acercan a miradas más estéticamente asociadas a la esfera del arte. Pero sin olvidar que las nuevas vertientes que muestran dichos objetos resultan de los procedimientos y técnicas filmográficas, que pueden apuntarlos y señalarlos como figuras no de acción, pero que accionan con dimensiones espacio-temporales y experiencias perceptivas hasta cierto punto 'ajenas', intensificadas por prácticas de grabación, iluminación y sonoridad.

Una filmación sustantiva puede así, por su dramatismo o sensibilidad estética específica, acrecentar el valor material y de imagen de un lugar baldío, un espacio residual-decrépito, una arquitectura abandonada e incluso una ciudad post-nuclear. Ello, sin embargo, no convierte 'de facto' a los objetos en escultura, ni a los escenarios en instalación artística, ni a la arquitectura en 'estructuras axiomáticas', ni al paisaje en '*site specific*'. Pero si podemos intuir, acaso, el 'campo expandido' de Rosalind Krauss que en ocasiones dilata la propia representación. La puesta aquí en escena abre la 'ardiente caja de pandora' y deja escapar para siempre las esencias radioactivas tal que 'fuerzas mágicas', con un mensaje sombrío y agorero que alude a conceptos ambientalistas y ecológicos: cambio climático, desaparición de especies, sequía, hambruna, terremotos y cataclismos múltiples. Antes bien, el documental deja claro que no pretende entrar directamente en el debate sobre la necesidad de la energía atómica, por lo que se evidencia una descarga política e ideológica consciente y se apela directamente a los efectos devastadores causados en las personas en forma de nuevas y terribles amenazas. Pero colateralmente en el paisaje y la porción de territorio antrópico que rodeaba el entorno de la ucraniana Central Lenin, tan poderosa como la tragedia cuyas consecuencias se silenciaron; fruto del puro secretismo de estilo Guerra Fría con poderes incapaces de gobernar sin crimen.

El audiovisual arranca en las siguientes horas de la deflagración de la bíblica pero también postmoderna 'estrella de la muerte' (*Star Wars*); aquella que finalmente también explotó, no en un baño de yodo, cesio y plutonio sino en un estallido de júbilo interestelar e interplanetario. Después nos sitúa el documental en algunos instantes anteriores al desastre para volver a proponer ciertas elipsis hacia una temporalidad más tardía aunque concentrada en los primeros días y semanas, dentro de un hilo conductor bastante tradicional en cuanto a formato de relato.



FIG. 3. Atardecer 'dorado' preludeo de una 'noche blanca', tanto en la actual Fukushima como en la ya antigua y trasnochada Chernobyl. Territorio y arquitectura arden junto a la superficie acuosa que baña un 'campo quemado'.

3. UN DOCUMENTAL 'AFECTADO' EN LA DISTANCIA. 'NO VOY PARA CREER...'

"Es cuando un objeto de este tipo [se autoafirma] en la naturaleza que veo belleza en él. Este edificio, esta ciudad, esta casa o esta calle aparecen ante mis ojos como algo colocado ahí conscientemente. Genera un lugar. Allí, donde está, hay un detrás y un delante [relaciones topológicas], una izquierda y una derecha, hay cercanía y distancia, hay dentro y un afuera, hay diversas formas de enfoque, de condensación o de elaboración del paisaje. Surge un ambiente".

Victoria Gutiérrez (Dossier Escultura, Arquitectura y Espacio Urbano, UPV/EHU, 2015, p. 4.)

A partir del minuto décimo, tal como decíamos anteriormente, la exposición contundente del 'contador' en 'off' (aunque a veces lo observemos en pantalla), se intercala con extractos de testimonios recurrentes, tanto de 'testigos' directos (fotógrafos) e indirectos (personas

vinculadas o descendientes de otra generación) del propio lugar geográfico como de personalidades que viajaron a los países circundantes por motivos técnicos, profesionales o diplomáticos. Todo ello refrendado por opiniones expertas y lecciones más o menos maestras sobre cuestiones de escaso conocimiento comunitario. La afección derivada de una incisiva emoción empática se ofrece como verbo hecho carne en todo instante, condimentado con mapas de ámbito mundial para marcar las direcciones en las que irradia la 'siniestra rosa de los vientos' como pánico sobrevenido de una 'maldición apocalíptica' que se globaliza-mundializa.



Quizás una de las primeras manifestaciones de la 'aldea global' que se divisaba en el horizonte fuese, precisamente, el miedo extrapolado que induce guaridas en la distancia. En este sentido, el equipo reconoce que el documental adolece de un acercamiento 'carnal' al epicentro de los acontecimientos, por lo que se hace patente la investigación indirecta pero eficaz y eficiente, mediante una generosa retahíla de imágenes de archivo en B/N, que crean un ambiente propio para ser intercalado con varias historias personales de abnegación y de heroísmo con una justa exhibición de planos no demasiado explícitos del sufrimiento que, no obstante, como no puede ser de otro modo, tuvieron desenlaces penosos⁴.



De modo paralelo se recurre, con cierta frecuencia, a imágenes entrecortadas de la citada ciudad de Pripjat, no ya como un lugar que genere relaciones de las personas con el medio sino como aureola informe baldía y 'mancha desubicada', des-territorializada en su aspecto de umbral etéreo entre lo vergonzoso y lo inasible, carente de coordenadas topológicas humanamente reconocibles y plena de despojo y deshecho; 'no-lugar' residual e inhóspito más en la acepción del artista Robert Smithson que en la del antropólogo Marc Augé. La muy lenta evacuación de la población que destruyó sus sistemas inmunitarios se cebó preferentemente en la infancia, cuyo rostro más emocional es crudamente desvelado en el documental pero sin

⁴ Entre tanto, este primer tercio del documental se consagra también a caminar hacia atrás en la temporalidad histórica hasta recabar en los albores del descubrimiento del fenómeno de la radiación y su posterior desarrollo científico.

evitar una 'contención' a posta de lo visual más descarnado (las graves tumoraciones y malformaciones congénitas), bajo muñecos desmembrados que asoman viejos y sucios, entre los escombros de latido radiante, junto a rudimentarias máscaras de protección mínima.



FIG. 6. La recurrencia a la infancia es ubicua y omnipresente en imágenes metafóricas de elevado valor simbólico.

4. DE CUANDO YA TODO CONTIENE EL PREFIJO 'POST'. RE-CAMBIOS IMAGINARIOS

“Al mostrar el campo de batalla en toda su extensión los contendientes aparecen representados a una escala muy reducida en diminutos trazos o manchas de color. Esto hace que en un primer golpe de vista estos cuadros parezcan simples paisajes. El horror, la sangre y la muerte, presentes siempre en el escenario bélico, resultan en ellos casi imperceptibles”.

José María Unsain Azpiroz

La identificación del dominio humano sobre los parajes recónditos del planeta que nos alberga pudo dar lugar al reconocimiento del territorio como paisaje, en una época pretérita cuando el mundo no se encontraba aún inundado de objetos y el 'ser primitivo' tomó consciencia de su pertenencia en un entorno sensible, producto de ecosistemas cíclicos. Centurias después nos encontraríamos, igualmente, con el hito de la ascensión de Petrarca al Mont Ventoux, y ya mucho más tarde con la 're población' humana de los confines de la tierra y una 'casa' que trasciende de la vida agropecuaria y las transacciones de materias vitales hacia la producción preindustrial (el 'molino satánico' que causa excedentes); y de ahí a la revolución industrial, el capitalismo de producción, de consumo y últimamente post-capitalismo 'cultural' o de 'ficción'.



FIG. 7. Desolación exterior e interior; acumulación de 'chatarra ácida' con sus causas-consecuencias catastróficas.

Con ello la percepción de la transformación del paisaje se ha ido lógicamente alterando, de modo que seguramente las catástrofes naturales, bélicas u holocaustos que hemos sufrido en la historia han alterado la interpretación de nuestras impregnaciones icónicas de carácter simbólico asociadas a los paisajes. En esta línea, podemos atisbar la idea de que después de Chernobyl, en una fecha tardía pero en medio de un pálpito de desolación tremendo que tuvo su traducción en la cultura visual de las masas, nuestra comprensión del entorno que nos rodea, sintetizada en la noción conceptual de paisaje, ha cambiado desde el moderno paisaje industrial hacia el postmoderno paisaje del cataclismo nuclear; legítimamente denominado post-nuclear y post-apocalíptico, en la medida en que el apocalipsis 'clásico' es físicamente espectacular y el nuclear o el químico no lo es tanto (José Albelda).

La influencia que lo comentado presenta en su traslado a la actualidad se muestra en la lúdica violencia de los videojuegos, de mil viles maneras diferentes, pero se oculta de los 'campos de batalla' y escenarios reales de los lugares de 'tierra quemada' que tantos se han acumulado. El terror no viene así camuflado en la categoría estética de lo sublime sino 'domesticado' en unos 'juegos' que un día resultaron muy peligrosos; o de lo contrario desde unas perspectivas cenitales en las que el 'manejo' de la 'maqueta' aminora hasta el extremo toda carga empática.



FIG. 8. La oxidada noria-tiovivo de Pírypat al fondo de la imagen del videojuego, que en sus primeros planos presenta una ciudad 'invadida' por arbustos y vegetación de bosque, con trozos o pedazos de esculturas derribadas o precipitadas de sus pétreos pedestales. Al lado, monumento falangista en Satervás de Campos (2010), en el que se denuncia la posible instalación de un 'cementerio' de residuos nucleares tóxico-radioactivos.

5. LA PUBLICIDAD QUE NOS VIENE. SUS ELABORADOS DISCURSOS ICONOGRÁFICOS

"El elemento publicitario ya forma parte del paisaje, y así es percibido. El continente trasciende al contenido y se transforma en un icono del imaginario colectivo que compite de tú a tú con un monumento o con un edificio singular. En ocasiones la publicidad tiene la capacidad de convertirse en un estimulante factor de identidad".

Ferrán Ferrer, Santiago Uzal. "El paisaje es el mensaje", *Gestión de la Ciudad y Urbanismo. Proyectos Urbanos y Espacio Público*, Universitat Oberta de Catalunya (UOC), 2014.

Lo mencionado en los párrafos anteriores al hilo del documental comentado, puede conducirnos a un esbozo de revisión crítica que podemos entresacar de algunos recursos de imagen que se vienen utilizando en publicidad desde hace varios lustros o décadas. Los guiños extrapolados de su contexto hacia el imaginario de la urbe post-cataclísmica que perfilábamos, han desplazado la atención, por ejemplo en los anuncios de algunos vehículos en revista de tirada extensa, desde las habituales concepciones arcádicas e incluso utópicas primero hacia unos trasfondos-decorado de la vigorosa ciudad industrial que funciona a ritmos predeterminados, después hacia su despojo y por último a una idea de entorno más bien post-nuclear donde todo parece permanecer detenido, 'quieto'; tal que temporalmente congelado en

una infinitésima parte de segundo, que es lo que el vehículo tarda en recorrer una distancia que implica alejamiento o superación de esa realidad no paradisiaca.



FIG. 9. Patrones o fases comentadas de escenografía publicitaria en el caso de diversos vehículos en 'lugar hostil'.

Ante dichos panoramas, sin alejarnos del mundo publicitario pero con otro calado muy distinto, ciertos grupos apologéticos que destilan un claro fundamentalismo o extremismo religioso-político anuncian epidérmicas soluciones a problemas arraigados, preguntándose por 'cuánto tiempo podrá sobrevivir este mundo'. La respuesta ilusa-ilusoria siempre llega del lado de unos órdenes totalitarios (en tanto ordenamiento 'completo-complejo' de la 'totalidad' de la existencia), que predicán la 'vida en un nuevo mundo pacífico' en el que 'pronto acabará el sufrimiento'. Las imágenes a las que recurren algunos de esos grupos pseudos-sectarios muestran, curiosamente, anaranjados bosques perpetuamente otoñales entre los que se dibuja una 'ciudad expandida al territorio' o su corolario: v. la 'territorialización de la ciudad'. Un peculiar escenario impreciso de arquitecturas neo-coloniales y relaciones sociales igualmente neo-coloniales, en el seno de las cuales las clases sociales, 'etnias' y/o según ellos 'razas' (entrecomilladas) conviven en una supuesta 'armonía' pero radicalmente diferenciada, en el marco de una cohabitación 'casi perfecta' inclusive con animales salvajes 'humanizados'.



FIG. 10. Campañas del Watch Tower Bible & Tract Society (Pensylvania, 2005) con vínculos a Testigos de Jehová.

El integrismo religioso de diferentes ángulos o vertientes descansa a menudo en dichas ideas-clave de búsqueda de paraísos perdidos, donde el equilibrio simétrico y supuesta 'perfección' enaltecida es un poder de atracción y de captación, y un contrapunto siempre poderoso a la ciudad potencialmente dañina⁵. No olvidemos que todo ello se basa, en ocasiones, en la utopía

⁵ Pensamiento que fue una consecuencia aparejada a la modernidad y que ha 'regresado' en postmodernidad desde la óptica de la irracionalidad más irracionalizable.

de los 'nuevos territorios' en los que 'purificarse' y 'comenzar de nuevo'; de una forma pareja a como lo anunciaba constantemente el engendro dirigible con luces de neón en *Blade Runner*⁶.



FIG. 11. Ciudad en penumbra de *Blade Runner* (Los Ángeles, 1992) y promesa de los 'nuevos territorios externos'.

Versiones más 'normalizadas' de un similar compendio sistémico que aboga por estilos predispuestos, lo volvemos a encontrar otra vez en la publicidad de turismo 'familiar' que consiguen llegar hasta el corazón mismo de entornos 'naturales' supuestamente paisajísticos. La 'familia' que acaba de llegar en el coche, de una tipología concreta en cuanto a miembros e indumentaria, descansa plácidamente en estudiadas poses sobre el 'jardín del edén' fuera de todo peligro y junto a su vehículo, con elementos surrealistas como la 'personificación' de las propias piedras o rocas. Un 'hiperrealismo' audaz entremezclado con lemas escritos que enaltecen, si cabe con mayor ahínco, las ideas-fuerza y que participan de unas estrategias absolutamente y profundamente ideológicas que subyacen a las superestructuras económicas.

Otras veces las escenografías-entorno simulan, sin embargo, otros imaginarios 'naturalizados' pero mucho menos amables, emergiendo una romántica aproximación hacia modelos decimonónicos de lo 'sublime' con fuerzas amenazantes de la 'naturaleza desatada', pero ante las cuales la pequeñez humana es protegida o salvaguardada de las diversas furias de temporales y tornados, en unos escenarios que preludian las cercanías de la ciudad de *Mordor*. Escenarios post-Friedrich, no atesoran ya la angustia individual ante la nada como horizonte.



FIG. 12. "La familia al poder" (anuncio de vehículo en *El Semanal* del 22 al 28 de noviembre de 2009, nº 1152, contraportada, izquierda). Anuncio publicitario de Sony (*El Semanal*, 28 marzo - 3 de abril de 2010), s/p. (derecha). Debajo: cercanías de la ciudad de *Mordor* en el país ficticio del 'legendarium' del "Señor de los Anillos" (J. Tolkien).

⁶ Aunque no podemos obviar que las tierras de promisión, sea en la expansión del *Myflower* o en una versión más sutil del bio-territorio para la raza aria, siempre han generado grandes desastres como nos lo recalca J. Albelda.

Si aludimos curiosamente a esas estructuras, intuimos la recurrencia de publicidad por ejemplo bancaria, que utiliza unas estratagemas muy similares. Una idea muy concreta, ortodoxa y homogénea de tipo de familia o de individuo occidental, garante de sus valores clásicos y tradicionales. De un modo bastante perverso, enfocado a públicos variopintos desde núcleos familiares necesitados hasta sectores jóvenes con hábitos identificados de consumo, suele observarse claramente cómo abunda la publicidad hipotecaria y de créditos financieros envuelta en unos escenarios de imagen en los que se sobre-estimulan cuestiones relacionadas con el disfrute, los viajes, el tiempo libre de ocio..., aparte del vehículo o la vivienda. En dichos mensajes además de la casa como guarida y 'nido' para la familia, a menudo se presentan el vehículo y la carretera como signo de movimiento, de libertad personal o incluso de protección y espacio de 'seguridad', para lo cual es imprescindible adquirir unos bienes de mercado.



FIG. 13. Desde el 'epicentro' neurálgico que en la civilización occidental han constituido el hogar y el vehículo, se expande la idea de la carretera asociada a unas vivencias concretas que se estimulan reconfortantes. Las 'idas' y desplazamientos hacia la aventura y hacia 'mundos desconocidos', si no tan oscuros como en la figura 12, son arquetípicamente reconocibles y siempre concitan unos 'regresos' de vivencias inauditas como descanso merecido.

Brinckerhoff (2011) nos insinúa así que la 'casa' constituye mucho más que 'cobijo', recipiente de leyes y de costumbres (de familia y de 'dinastía') que se contrapone a la carretera como alargado espacio 'de paso', sinuoso y casi desagradable, en la frontera de una simplicidad arcádica entre protección-desprotección que ahora ha trascendido a la primacía de las nuevas tecnologías. Las carreteras han tejido, desde tiempos inmemoriales, intrincadas redes en el territorio con su sentido de 'protopaisaje', hasta devenir 'lugares' y seguramente en nuestros días 'autopistas de la (des)información' en un sentido de 'libertad'; no tanto como experiencia intensa del camino o la carretera como lugar y conciencia del paisaje sino domesticadamente compartida e intercambiable. Esto nos hace recordar que si el camino tenía su origen en el instante en el que algún 'héroe' se adentraba en el matorral o el bosque, lugares por donde nunca antes nadie se había aventurado, para 'abrir' nuevos mundos desconocidos, tras los 'bosques metálicos' de la era industrial se han realizado o se están realizando los ritos necesarios para familiarizarse de forma 'naturalizada' con el monitor de la dimensión virtualizada que nos conecta a mundos novedosos por descubrir, no ya como elemento siempre armonioso sino plagado de peligros y penumbras, donde el horizonte clarificado con sus 'senderos' luminosos hacia la felicidad y el éxito de la 'ciudad celestial' son más brumosos pero igualmente atractivos. La 'pantalla' no es algo nuevo sino que ya la predijo Platón en su sentido de velo distorsionante. El monitor informático como 'pantalla' de imagen 'vela' por una función de 'colador' cultural hacia los 'caminos' de la 'telé-polis' que aludiremos al final, no como ciudad aérea, 'colgante' o en flotación, sino como '*polis*' aérea de 'irrealidades virtuales'.

6. APROXIMACIÓN CONCLUSIVA. APROPIACIONES ENTRE EL HORROR Y LO SUBLIME

<<Al final del recorrido, el último monumento, “La caja de arena”, funciona como antítesis de los otros, un paisaje inocuo, donde el tamaño no interviene en el paisaje, pero sí funciona como soporte de nuevas experiencias. Donde aquel individuo, probablemente un niño, se introduce en aquella caja y visualiza el mundo desde allí, en un espacio vacío donde las texturas, y las intenciones se traducen en un espacio contenedor de juego, y limítrofe del mundo real. He allí la metáfora muerta y la atemporalidad de la que habla Smithson>>.

Imanol Sánchez, Itziar Ziganda, Aitor Ansotegi, Iago Rey de la Fuente

En el verano de 2016, han transcurrido exactamente 30 años desde que la ‘llamada radioactiva’ se precipitó en el ‘jardín’ de la URSS. Pero a la inversa, esto es; rozando el cielo crepuscular del amanecer iluminado por la ‘lámpara de fuego’ del ‘Ajenjo’⁷, como ‘jinetes del Apocalipsis’ o ‘ángel exterminador’ de las alegorías bíblicas que vuelven a ser recitadas a modo de letanías repetitivas por I. Jiménez durante los minutos finales del documental de Cuarto Milenio. Rápido y sintético ‘bombardeo’ de una estética para la creación de empatía que baja la cámara del aire, de los fuegos de artificio hasta ras de suelo con el firme propósito de hacer visibles los colapsos de un enclave de fuerte antropización sin ‘personas’, carente de vida y de humanidad como algunos de los anuncios publicitarios que se han traído a colación en la ‘ciudad post-apoteósica’. Las personas ya no se encuentran en la ciudad sino que ‘flotan’ en una especie de burbuja nuclear, ‘globo-sonda’ corrosivo, agónico, éticamente lamentable, delirante e inmoral. Aunque estéticamente efectivo y quizás un tanto ‘reblandecido’ para su asimilación por el ambiente *New Age*. El luctuoso acontecimiento no lo paró ni el telón de acero⁸, a pesar de esconder discretamente sus consecuencias al inicio (decretado alto secreto por los jerarcas del aparato oficial), o el movimiento de tropas soviético en 1991. Por medio de un rico registro de referencias poéticas y un lenguaje ciertamente empático, donde prima la des-ocultación de lo ‘invisible nuclear’ y una estética catastrofista que por momentos recurre tanto a lo emocional, como a lo sublime y a la divulgación de datos cruciales; el periodista-narrador guía con su presencia física y grave semblante el documental que escenifica la lucha épica de “la pala contra el átomo” (I. Jiménez); protagonizada por un elenco de ‘liquidadores’ (más de 700.000 personas) imbuidas en ineficaces trajes: cascarones de latas en una ‘campaña nuclear’ orquestada para el atroz deceso. Un ‘David’ impotente contra un ‘Goliat’ enano de garras altamente destructivas, con unas ilustraciones que complementan fielmente la narración⁹ y sin saberlo han servido de contextualización para otras catástrofes como la más reciente de Fukushima (marzo de 2011; otra vez al comienzo de la primavera).

Pripyat no será ya jamás acogedora sino recorrida por alimañas inmundas y un viento fugaz que soplará al menos en los siguientes 24 milenios. La ‘zona muerta’ de Tarkovski acontece en las inmediaciones. Antesala infernal, todo parece imantado de las inmortales partículas subatómicas; *terrain vague* de barbecho, la mismísima *ville éclatée*. Los estratos o capas de las que se conforma el sedimento urbano se han ‘desparramado’¹⁰ como el voraz combustible que expele el núcleo reactivo, que no se diluye aunque se vaya paulatinamente ‘apagando’ el interés mediático. Aquí los animales (lobos, zorros, corzos y demás que deambulan por las calles boscosas de Pripyat, reptiles e insectos irreconocibles, plantas y hongos de colores imposibles y caprichosas formaciones radioactivas), no son seres amorosos sino mutantes fieras salvajes de ‘mordeduras zombi’. Con los audiovisuales nos quedamos en un intermedio entre la denuncia o el puro impacto; efectismo deslumbrante, espectacularidad y fascinación a raudales visto en la lejanía-ajena, desde el ‘refugio antinuclear’ que contempla las mudas tumbas ‘bronceadas’ de herrumbre y sangre por el frío cálido de la ‘estrella’ nacida de <<la noche del fin del mundo>>; preludeo de un neonato ‘tiempo de silencio’ (R. J. Sender).

⁷ El topónimo de Chérbobil supuestamente derivaría de la misma raíz lingüística que proviene el nombre de la amarga planta envenenadora de las aguas.

⁸ Derrubado tan solo 3 años después (en 1989).

⁹ “Las imágenes impresionan siempre pero forman solo cuando se es capaz de situar éstas en el mundo trabajosamente desarrollado de las palabras y los conceptos”. MUGICA, Jesús Mari. “Ikusle soil?”, Revista *Arantzazu*, 2013, p. 16.

¹⁰ “Las ciudades se (con)forman por intersecciones de territorios físicos/mentales/afectivos con demarcaciones siempre en cambio y en conflicto, en capas que se superponen, se funden y se desparraman. En una lógica palimpséstica”. DE MARCO, Edina. *Arte público y monumento. Dispositivos inmanentes de memorias* (Tesis Doctoral), Universidad del País Vasco (UPV/EHU), Facultad de Bellas Artes, Departamento de Escultura, 2015 (inédita), p. 285.

Como esperanza tórrida, concluyendo el documental se ofrecen tímidamente las primeras y parcas imágenes en color de los 'retornados'; gente más bien anciana que ha regresado a la contaminada tierra que los vio nacer para vivir y cultivar sus reactivos campos. Toman los alimentos repletos de ponzoña pero gozan, al parecer, de una salud misteriosamente envidiable. Tal como asegura José Albelda, los "hechos catastróficos excepcionales [...] resultan más socorridos a nivel icónico, dentro de la habitual estética de escenificación de las tragedias medioambientales"¹¹. Las claves de la 'crisis civilizatoria' que se insinuaba al inicio han de serlo socio-culturalmente comprensibles y compensadoras. Relajando acaso la 'confrontación excesiva' y el aroma de heraldo de mal agüero, el reportaje que se analiza¹² confirma 'el poder de la imagen' para la 'construcción del imaginario colectivo' y nos rememora aquella máxima de que: "cuanto mayor sea un problema al que sus poderosos responsables se enfrenten, menor será la importancia pública que le otorgan, más hábil la derivación de la culpa y más engañosa su iconografía asociada"¹³. Controladamente transitada y visitada por investigadores o simplemente 'turistas' que demuestran su arrojo para enfrentarse al asombro, tal que los 'intrusos' que junto al *stalker* pretendían adentrarse en 'la zona', parte de la central de Chernobyl y Pripyat corren el riesgo de devenir una especie de parque temático¹⁴, sabiendo que incluso "un crematorio, desde fuera puede parecer como una fotografía de una postal"¹⁵.

6.1. Desde la ciudad 'post-nuclear' a la urbe 'telepolitana'. Breves notas finales

"Los fracasos del urbanismo funcionalista desvelaron la falacia mercantilista que veía la ciudad como una suma de sistemas viales, de transportes, redes de servicios y 'zoning'. La ciudad era mucho más que eso, ya que configuraba el soporte de los modos de vida y de relación de la gente que la habitaba. La visión de segregacionismo [...] ha acentuado en esta lectura equívoca que ha destruido sitios para la vida más amable. [...] las teorías abstractas de la ciudad han dado lugar a realidades más enriquecedoras, en las que los elementos vivenciales, como los sitios de encuentro y relación, los aspectos lúdicos, los factores de cambio y sorpresa, los remansos ambientales, adquieren singular valor".

Ramón Gutiérrez¹⁶

La cita de R. Gutiérrez acerca de la arquitectura racionalista y su relativo fracaso pueden recordar extrañamente y salvando las distancias, sobre todo por el tiempo epocal en el que nos ubicaríamos, los 'restos', 'ruinas' y 'residuos' de la ciudad post-nuclear. Así mismo, traen a presencia la idea de la ciudad de la circunvalación y las 'autopistas hacia el infierno'. Durante las décadas centrales del siglo XX asentó quizás en nuestro cerebro más fantasmagórico, el imaginario de la ciudad-mole de cemento, de gruesos volúmenes ciegos para refugios antinucleares como tumbas de hormigón hermético, de aspecto inhóspito y despoblado; esto

¹¹ ALBELDA, José. "Introducción a la iconografía de la crisis ecológica", *Fabrikart nº 7. Arte, Tecnología, Industria, Sociedad*, Universidad del País Vasco (UPV/EHU), 2007, p. 11.

¹² Otros productos de similar temática coinciden o difieren en sus enfoques. El documental: "El fantasma de Chémobil", realizado por Informe Semanal (TVE) en 2011, aparte de su duración mucho más reducida contiene una estética y hechura no muy distante al de Cuarto Milenio, sin la escenografía de plató. Más 'testimonial' y menos 'creativo' que el reseñado en estas páginas, incide en la problemática de los niños así como en la información de los acontecimientos y explicaciones científicas. De ritmo en general más rápido, por la fecha de realización se cita el caso de Fukushima como ejemplo 'diferente' pero causante de las mismas consecuencias (enfermedades) sobre todo infantiles. Se abunda en la 'lección no aprendida' y las historias que vuelven a repetirse. Con una estética diferente "The Door", dirigido por Tanya Nelstova en 2010, y poco más de un cuarto de hora de filmación, responde a una evolución más lenta, con silencios muy prolongados, tomas largas intensamente elaboradas y una fotografía muy cuidada; básicamente nocturna, lo que le confiere un aspecto de documental/película más cercano al concepto de "filme de autor". El relato comienza al tercer día de la catástrofe, cuando ya suenan las sirenas y la radio repite monótonamente las órdenes para desalojar la región y para mantener la calma, sin sucumbir al pánico. La enfermedad y fallecimiento de una niña acapara el desarrollo de la acción. La cinta estadounidense "Chernobyl Heart" de 2003 (Maryan DeLeo), introduce el dedo sobre la llaga de la infancia al más puro estilo documental de información y denuncia (casi 40 min. de duración).

¹³ ALBELDA, José. "Introducción a la iconografía...", Op. cit., pp. 13-14

¹⁴ "Estas estrategias, junto a fiestas, festivales, y otros eventos, están implicadas en lo que se designa como 'marketing cultural' de las ciudades. Dentro de esta búsqueda de la imagen de marca, la patrimonialización es otra estrategia que ha sido ampliamente usada. La valoración del patrimonio pierde su valor histórico y sufre un ajuste escénico, propio de un espacio de consumo. La transformación de residuos urbanos, los restos de la arquitectura industrial para albergar museos o equivalentes, también crea otros iconos arquitectónicos. Estos trabajos garantizan una visibilidad a los arquitectos, y son una credencial para que actualmente, un pequeño grupo sea llamado para desarrollar proyectos en diferentes lugares del mundo. Como una imagen de marca, tienen una fuerte relación con los poderes corporativos del capitalismo tardío, y son parte de la diseminación del espectáculo hacia otras áreas que no son la del entretenimiento". DE MARCO, Edina. *Arte público y monumento...*, Op. cit., p. 146.

¹⁵ *Nuit et Brouillard* (fotograma). Dirección: Alain Resnais, texto: Jean Cayrol, 1955 (filmografía).

¹⁶ "Arquitectura latinoamericana. Haciendo camino al andar", en: Gutiérrez, Ramón (coord.) (1998). *Arquitectura latinoamericana en el siglo XX*, Barcelona: Jaca Book, Lunwerg, p. 37.

es, 'muerto'. Ello nos remitía, probablemente, a unas fantasías más lejanas de la primera mitad del siglo XX, período durante el que, no olvidemos, transcurrieron las dos guerras mundiales.

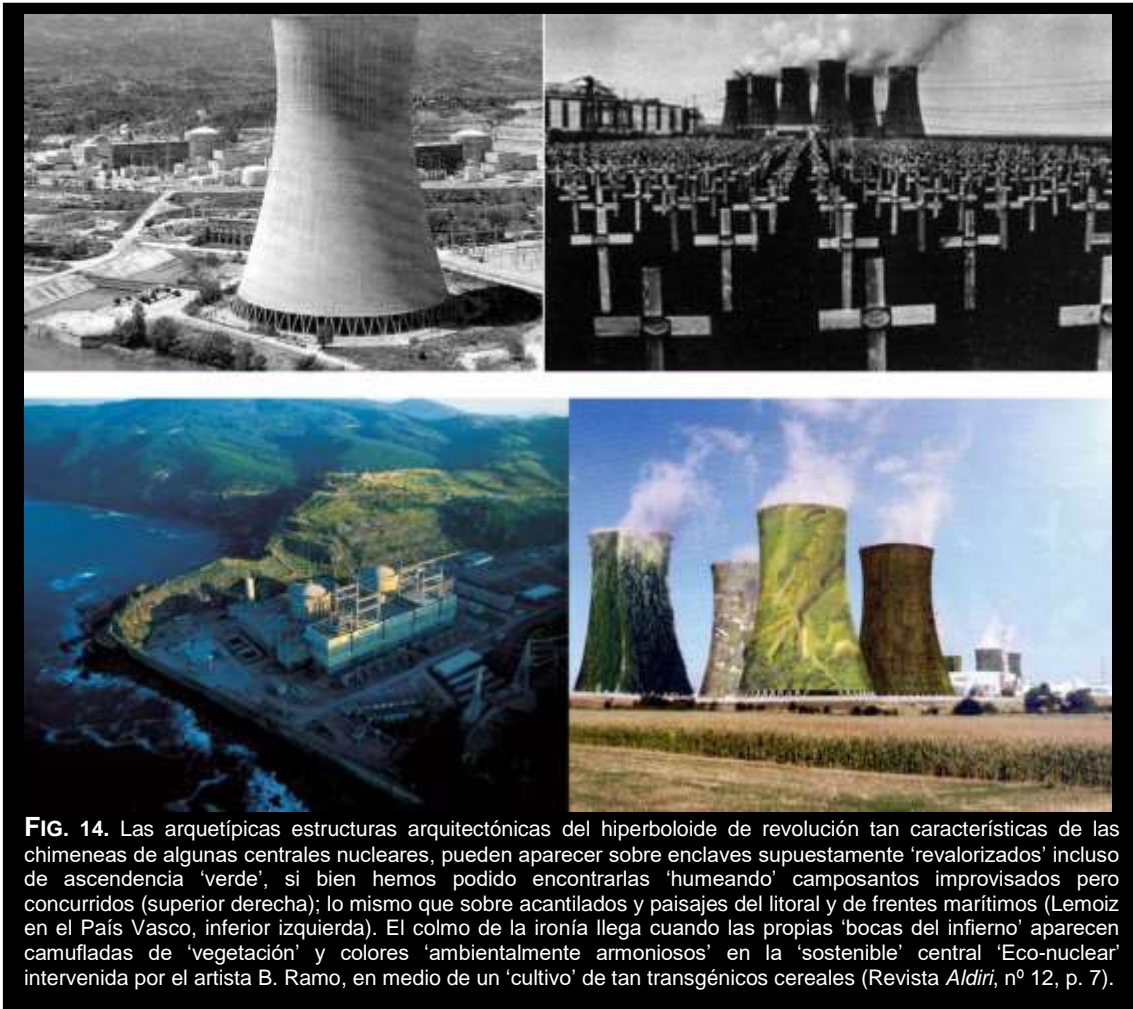


FIG. 14. Las arquetípicas estructuras arquitectónicas del hiperboloide de revolución tan características de las chimeneas de algunas centrales nucleares, pueden aparecer sobre enclaves supuestamente 'revalorizados' incluso de ascendencia 'verde', si bien hemos podido encontrarlas 'humeando' camposantos improvisados pero concurridos (superior derecha); lo mismo que sobre acantilados y paisajes del litoral y de frentes marítimos (Lemoiz en el País Vasco, inferior izquierda). El colmo de la ironía llega cuando las propias 'bocas del infierno' aparecen camufladas de 'vegetación' y colores 'ambientalmente armoniosos' en la 'sostenible' central 'Eco-nuclear' intervenida por el artista B. Ramo, en medio de un 'cultivo' de tan transgénicos cereales (Revista *Aldiri*, nº 12, p. 7).

Más tarde y ya envueltos bajo el manto de la post-modernidad, la ciudad-*bunker* deja paso a la 'telé-polis' reclamada tanto por Javier Etxebarria como por otros autores más o menos coetáneos, donde la liviandad (que no levedad) de la virtualidad sustituye a la pesadez de los densos materiales, radioactivos o no, de modo que telé-polis no constituye tanto una '*urbs*', ni tan siquiera una '*civitas*' físicamente relacional. Una sucesión de 'pantallas' y de dispositivos telemáticos entre los que el contacto es evidente, inminente e instantáneo; pero un complejo mundo dentro del que la concepción de '*polis*' (de '*policía*') vuelve a ser la forma de relación y de control imperante, sea cual sea la dimensión 'virtualizada' en la que nos movamos. Ante ello la presencia del espacio físico y palpable, acaso el territorio por el que se transita comienza cada vez más a ser una 'aventura' que para afrontarla se requieren complejos equipamientos y consecutivos 'avituallamientos'. El paseo se convierte en 'deporte' y la salida de la ciudad casi en actividad de 'riesgo', conscientes o inconscientes de que el 'afuera' es aquel lugar inmundado de las encrucijadas y los 'caminos'. Caminos con cunetas; y cunetas con vegetación botánica como la estudiada por Anderson pero repletas de cadáveres de un pasado histórico reciente, caído bajo el manto vergonzoso de un olvido premeditado como versa la máxima popular anónima. Aunque los 'cadáveres' de la carretera, a veces, no sean más que las infraestructuras industriales y nichos post-nucleares semi-enterrados tal que leves plataformas ya inocuas; aplacadas 'montañas' vistas desde la auto-ruta. Las cuales nos delatan peligros no del todo desaparecidos y quizás mostrados y/o advertidos de maneras más cautelosas, edulcoradas.

Estos y otros hechos escasamente pueden ser verbalizados sino 'pintados', 'esculpidos', 'musicalizados' (Godard); traídos a presencia mediante lenguajes simbólicos no corrientes o no al uso. El arte se desliza así por el intersticio y las ocasionalmente burdas esculturas del post-

realismo socialista en Chernobyl (figura 1) constituyen olvidados homenajes a difuntos 'intocables'. Monumentos conmemorativos cuyo acto no es ya tanto la memoria, sino la fabulación (o confabulación)¹⁷, ante los que sólo podemos entonar una plegaria o *Réquiem* sentido por los 'bisontes de acero', mientras contemplamos pálidos e inmóviles –'quedados'– el destello de su inmunda pátina ocre-naranja o 'bosque-rojizo'; pesado 'barniz' de *Thanatos*.



FIG. 15. Luz filtrada de la mañana primaveral que perfila tómulos montañosos de tierra yerma junto a la carretera.



FIG. 16. Extensos terrenos marítimos y de campiña con torres tecnológicas que preludian la cercanía de telé-polis.



FIG. 17. 'Rutas saludables' en áreas metropolitanas (Abra de Bilbao), que disimulan peligros de escapes químicos potencialmente dañinos para la vida saludable que se pretende promocionar desde instituciones lúdico-turísticas.

¹⁷ DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *O que é filosofia*, 2ª ed. Sao Paulo: Editora 34.2000, 1991, p. 218.



FIG- 18. Visión de la post-cataclísmica y post-apocalíptica Pripjat, que no dejan de tener su correlato imaginario o correspondencia estética en empeños megalómanos como la 'Ciudad de la Cultura' de Santiago de Compostela.



FIG. 19. Entornos de ciudad postmoderna casi detenida en el tiempo durante ciertas horas del día: Biblioteca Nacional de París (sup. izq.) y vega de Abandoibarra en Bilbao (inferior). Se crean, en ocasiones, ambientes un tanto similares a la ciudad post-nuclear vacía de "Omega Man" (sup. der. Novela de R. Matheson: "Soy leyenda").



FIG. 20. Legendario árbol ucraniano caído en Chernobyl y boceto para destrucción de bosque milenario en 'Avatar'

FUENTES UTILIZADAS. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y FILMOGRAFÍA-VIDEOGRAFÍA

- ALBELDA, José. "Introducción a la iconografía de la crisis ecológica", *Fabrikart nº 7. Arte, Tecnología, Industria, Sociedad*, Universidad del País Vasco (UPV/EHU), 2007, pp. 10-17.
- ANDERSON, Edgar. *Plants, Man and Life*, Boston: Little Brown, 1967.
- AVATAR, dir.: James Cameron, EE. UU. 2009.
- BLADE RUNNER, dir.: Ridley Scott, EE. UU., 1982.
- BRINCKERHOFF, Jackson. *Las carreteras forman parte del paisaje*, Barcelona: Gustavo Gili Mínima, 2011.
- CHERNOBYL HEART, dir.: Maryann DeLeo, EE. UU., 2003, 38'.
- DE MARCO, Edina. *Arte público y monumento. Dispositivos inmanentes de memorias* (Tesis Doctoral), Universidad del País Vasco (UPV/EHU), Facultad de Bellas Artes, Departamento de Escultura, 2015 (inédita).
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *O que é filosofia*, 2ª ed. Sao Paulo: Editora 34.2000, 1991.
- EL FANTASMA DE CHERNOBIL, Informe Semanal (TVE), España, 2011, 17'.
- FERRÁN FERRER, Santiago Uzal. "El paisaje es el mensaje", *Gestión de la Ciudad y Urbanismo. Proyectos Urbanos y Espacio Público*, Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya (UOC), 2014.
- GUTIÉRREZ, Ramón (coord.). *Arquitectura latinoamericana en el siglo XX*, Barcelona: Jaca Book, Lunweg, 1998.
- KRAUSS, Rosalind. *La originalidad de la vanguardia y otros mitos modernos*, Alianza Forma, Madrid, 1985. Original: *The originality of the avant-garde and other modernist myths*, Cambridge, Mit press, cop.
- JE VOUS SALUE, SARAJEVO, dir.: Jean-Luc Godard, Francia, 1993, 2'-10".
- LA NOCHE DEL FIN DEL MUNDO, Cadena Cuatro, Cuarto Milenio, Iker Jiménez, España, 2008, 117'.
- MUGICA, Jesús Mari. "Ikusle soil?", *Revista Arantzazu*, 2013, p. 16 y ss.
- NUIT ET BROUILLARD, dir.: Alain Resnais, texto: Jean Cayrol, 1955.
- OMEGA MAN, dir.: Boris Sagal, EE. UU. 1971.
- PAULI, Lori. *Manufactured landscapes: the photographs of Edward Burtynsky*, EE. UU., Yale University Press, 2003.
- RITO DA SILVA DODRIGUES, Ana Luisa. "O que falta a uma escultura para ser um filme? O que falta a um filme para ser uma escultura?", *Revista Estúdio*, Vol. I, nº 6, 2015, pp. 48-55.
- STALKER, dir.: Andrei Tarkovski, URSS, 1979.
- THE DOOR, dir.: Tanya Nelstova, 2010, 16'.
- UNSAIN AZPIROZ, José María. "Iconografía del siglo XIX sobre los sitios de San Sebastián en 1813", en: *Argitalpen digitalak/Publicaciones digitales*, 2, Untzi Museoa-Museo Naval, Donostia-San Sebastián, 2013, p. 1.
- YOUNGBLOOD, Gene. *Expanded cinema*, New York: P. Dutton & Co., Inc., 1970.

PINTURAS Y PINTORAS EN EL MUSEO NACIONAL DEL PRADO. RECUPERACIÓN DEL DISCURSO MUSEÍSTICO EN CLAVE DE GÉNERO

Dra. Xesqui Castañer
Universitat de València (Estudi General)
Directora del Máster en Historia del Arte y Cultura Visual
xesqui.castaner@uv.es

RESUMEN

La inclusión de las mujeres en el sistema de las artes ha sido un camino difícil y lleno de obstáculos. Las mujeres están en las Colecciones del Prado desde los orígenes del Museo. Un número importante ya formaban parte de las Colecciones reales y otras se han incorporado por diferentes vías. Existe obra de autoría femenina en todos los soportes. A través de su presencia en el Museo se puede conocer el grado de recepción de su obra por parte de sus contemporáneos.

Palabras clave: Mujeres artistas/Género/Museo del Prado/Pintura/Dibujo/Grabado

La mayor impugnación al canon artístico monolítico y patriarcal, se ha producido a partir del reconocimiento al trabajo de las artistas y su inclusión en el sistema de las artes. Si bien la incorporación de las mujeres a la institución arte ha sido un camino lleno de obstáculos, conocer y reconocer su presencia en el Museo es una labor todavía en construcción. Parker y Pollock en su libro *Old Mistresses, Women Art and Ideology*¹ escrito en 1981, estudian las representaciones femeninas desde lo femenino y añaden una novedad de carácter conceptual y lingüístico al hablar de "Viejas Maestras", para contraponerlas a los "Viejos Maestros", que son los que tradicionalmente están y dan prestigio a las colecciones públicas o privadas. En 2010, Griselda Pollock retoma el tema de las mujeres en el museo en su obra *Encuentros en el Museo feminista virtual. Tiempo, espacio y archivo*², entendiéndose que a través de la virtualidad se puede representar lo que no es posible en los espacios reales del museo nacional. Ya en el ámbito español, la publicación en 2012 del libro *El protagonismo de las mujeres en los museos*, de autoría colectiva³, ha significado un punto y aparte, a la hora de abordar el museo desde una perspectiva feminista. Sin embargo lo que queda por hacer a partir de ahora es investigar los contenidos concretos de las colecciones, en este caso del Museo del Prado y repensar la museología en clave de género⁴.

Partiendo de estas premisas, este artículo tiene como objetivo, construir un discurso a partir de las mujeres que tienen obra en las colecciones del Prado, para conocer su posición en el sistema de las artes y la recepción de su trabajo entre sus contemporáneos, habida cuenta de que como afirma Marian L.F. Cao, el sujeto creador se construye a lo largo de la historia desde un punto de vista masculino⁵ y es a partir de la crítica feminista cuando se reconoce la creatividad femenina.

La presencia de las mujeres artistas en las colecciones del Museo del Prado, abarca un gran periodo cronológico que va desde el siglo XVI hasta la primera parte del siglo XX, ya que cuando ingresan las obras de este último tramo, no existe el Museo Reina Sofía. La trayectoria de estas mujeres y la recepción de su trabajo fue un camino lleno de obstáculos⁶.

Germaine Greer ha señalado como mucho acierto las principales dificultades con que se enfrentan las artistas hasta bien entrado el siglo XIX. Entre todas ellas, hay dos que inciden directamente en el hacer de las mujeres. Por una parte, la reducción de los patrones valorativos a la apariencia física y al menosprecio de sus cualidades dentro de la profesión artística, propició un

¹ PARKER y POLLOCK, 1981: 56-67. Esta obra se ha reeditado en 2013 con una revisión y un prefacio de Griselda Pollock

² POLLOCK, 2010: 11

³ LÓPEZ FERNÁNDEZ CAO, FERNÁNDEZ VALENCIA, BERNÁNDEZ RODAL, 2012: 7-11

⁴ CORDERO, 2005:56-70

⁵ LÓPEZ FERNÁNDEZ CAO, 2000: 11-22

⁶ AMELANG,NASH (ed.), 1990: 30

concepto de talento diferente para las mujeres que no pueden existir sin maestros En este sentido las mujeres artistas:

“...no luchaban como los hombres por dar una expresión estética a las visiones de un objeto universal de deseo, ellas eran ese objeto de deseo. La joven que demostraba talento no era una artista sino una musa...”⁷

Por otra, la propia dimensión de las obras, que privaba a las artistas de su inclusión en la esfera pública. Aristóteles asimila las dimensiones a la grandeza y Kant va más allá, acuñando el término sublime que depende del impacto causado por la percepción compartida de la escala. Así pues, excluidas de la enseñanza, tuvieron que ser autodidactas y solo algunas se atrevieron con los temas heroicos que exigían grandes dimensiones.⁸

El Prado posee obra de las tres mujeres más representativas del arte del Renacimiento: las hermanas Anguissola y Marietta Robusti, llamada la Tintoretta.

Las mujeres del Renacimiento buscan su espacio desde la invisibilidad. Textos como *Civilización del Renacimiento* de Burckhardt o *El Cortesano* de Castiglione, defienden la igualdad de las mujeres de forma selectiva según su rango social. Vasari en sus *Vidas*, plantea su modelo de la mujer artista de acuerdo con el ideal femenino de la época que va desde la ciencia médica y las fuentes clásicas, a los tratados acerca del comportamiento femenino. Su capacidad intelectual y su destreza artística están sometidas a rígidas normas sobre la virtud y la conducta.

El método humanista con su autonomía crítica, desvela las contradicciones en el *Génesis* y *San Pablo*, cuando hablan de la sumisión de la mujer. Mujeres como Argula von Grumbach, Teresa de Ávila o Catherine Zell, argumentan contra San Pablo y al mismo tiempo toman conciencia de la inferioridad de las mujeres contra la verdad de la naturaleza que propugnaba el Renacimiento.

Y es en ese contexto donde se desarrolla la trayectoria vital y profesional de las hermanas Anguissola. Hijas de un noble cremonense, eran seis hermanas y su padre Amilcare envió a sus hijas a aprender pintura para poder casarlas y que tuvieran una buena dote. Ambas estudiaron pintura con Bernardino Campi. Lucía Anguissola (Cremona, h. 1536/1538-h. 1565), posiblemente la más dotada, murió joven. El retrato de *Pietro María Manna médico de Cremona* [P16], refleja una técnica concisa y expresiva y con un estilo de pintora original, que contrasta con las composiciones, más formalistas y de acuerdo con la estética de la época, de su hermana⁹. Esta obra fue enviada por su padre a Madrid después de 1568; posteriormente, en 1686, estuvo en el Alcázar de Madrid hasta su incendio, en que se depositó en el Retiro¹⁰.

Sofonisba Anguissola (Cremona, 1532-Palermo, 1625)¹¹ se manifiesta desde muy temprano como una niña prodigio, tal como se puede admirar en el cuadro que representa a sus hermanas jugando al ajedrez. A partir de 1549 recibe las enseñanzas de Bernardino Gatti. Su condición de mujer le privó de participar en los debates estéticos de la época, que giran en torno a los conceptos neoplatónicos de la relación entre la pintura y la belleza, lo terrenal y lo celestial, lo material y lo sublime¹².

Como retratista de corte tuvo que hacer copias de sus propios cuadros y someterse a las normas del Estado, tal y como lo podemos ver en los retratos que realizó de *Felipe II* (1582) [P1036], que fue enviado al Museo de Napoleón y posteriormente a la Academia, para en 1816, ingresar en los fondos del Prado. *Isabel de Valois sosteniendo el retrato de Felipe II* (1561-1565) [P1031] y *La reina Doña Ana de Austria cuarta mujer de Felipe II* (h. 1575) [P1284], resultado de su estancia en la Corte Española, hoy en la colección del Prado y que durante mucho tiempo estuvieron atribuidos a otros artistas masculinos contemporáneos suyos. También realizó retratos alegóricos como el del poeta *Giovanni Battista Caselli* (1550-1560) [P08110] (Fig.1), encargado por Pietro Antonio Lanzoni, conocido como el Tolentino, para decorar su dormitorio, y en el que aparecen algunos signos como son, la imagen de San Juan Bautista en alusión al nombre del poeta; la esfera armilar que simboliza la sabiduría y los libros que aluden a su conocimiento de la literatura y la poesía. Se casa dos veces a partir de los

⁷ GREER, 2005: 13-135

⁸ CASTAÑER, 2002: 23-34

⁹ CAROLI, 1973: 69-73; 1987: 45-36; HELLER, 1987: 15 y 18-19.

¹⁰ MUSEO DEL PRADO, 1996: 6-7

¹¹ TINAGLI, 1997: 13-16

¹² BROWN, 1994: 142; GARRARD, 1994: 556-622; KUSCHE, 1989: 391-420; 1994: 117-152; PERLINGIERI, 1992; 70-89

cincuenta y dos años y pasa el final de su vida en Palermo, siendo visitada en esta última ciudad por el joven Van Dyck que la retrató en 1624 a la edad de noventa y seis años y escribió en su diario:

“...Sigue teniendo una buena memoria y el talante muy vivo, y me recibió muy amablemente. A pesar de su vista debilitada por la edad, le gustó mucho que le enseñase algunos cuadros. Tenía que acercarse mucho su cara a la pintura, y con esfuerzo conseguía distinguir un poco. Se sentía muy dichosa. Mientras dibujaba su retrato, me dio indicaciones que no me colocase demasiado cerca, ni demasiado alto, ni demasiado bajo, para que las sombras no marcasen demasiado sus arrugas. También me habló de su vida y me dijo que había sabido pintar muy bien del natural. Su mayor pena era no poder pintar a causa de su mala vista. Pero su mano no temblaba nada...”¹³.



Fig.1.- SOFONISBA ANGUISSOLA, Retrato de Giovanni Battista Casseli, poeta de Cremona, óleo/lienzo, 77,7 x 61,4 cm., ©Madrid, Museo Nacional del Prado

Marietta Robusti, llamada también Tintoretta (Venecia 1560-1590), hija de Tintoretto, trabaja en el taller de su padre durante quince años, consiguiendo fama de retratista fuera de Italia. Como mujer e hija de artista, su autonomía social y económica no debió ser distinta del resto de sus contemporáneas. Sin embargo, según Carlo Ridolfi, a través de su pintura visualiza los cambios en el concepto de ideal femenino, dando mucha importancia a las habilidades musicales y artísticas. Su pintura era lo suficiente buena para confundirse con la de su padre y a menudo se confunden, aunque su maestría en la ejecución es independiente. Participa en las actividades del taller paterno como ayudante y al mismo tiempo realiza su propia obra que le da un renombre como pintora alrededor de 1580¹⁴. En la colección del Prado hay tres retratos titulados *Autorretrato* [P00381] (Fig.2), *Joven veneciana* [P00383] y *Dama veneciana* [P00400], datados hacia 1580, procedentes de las Colecciones Reales en los que se puede comprobar la influencia paterna y las

¹³ Este texto aparece reproducido en MIELOST, http://www.homines.com/arte/sofonisba_anguissola/index.htm (Consulta 14-8-2013)

¹⁴ FRIES ELLET, 1859: 25-36; LUCA DE TENA, MENA MÁRQUEZ, 1988: 247

diferentes atribuciones, siempre en relación con la obra de este último. En este sentido, el *Autorretrato* según Ormaston es un retrato de su padre, aunque el catálogo del Museo de 1996 lo considera de Tintoretta. *Joven veneciana* es considerada como probable desde 1873 y atribuida por Berenson desde el catálogo del museo de 1873¹⁵.



Fig.2.- MARIETTA ROBUSTI “LA TINTORETTA”, *Autorretrato*, óleo/lienzo, 60 x 51 cm., ©Madrid, Museo Nacional del Prado

Las mujeres de estos retratos representan la idea renacentista de la cortesana honrada o meretriz. Heredera de la *meretrix maiuscula* de Terencio, se enfrenta al problema de la ética femenina. Su situación era atroz, ya que Estado e Iglesia tendían a destruir su imagen moral y su personalidad individual. El retrato de la meretriz supone una aportación importante a la psicología femenina, conmociona la cultura de la sumisión y despierta la conciencia de las mujeres.

En el siglo XVII y dentro del contexto barroco, emerge la figura femenina más importante del siglo, Artemisa Gentileschi (Roma 1593- Nápoles 1654). Después de su violación y el proceso social y legal posterior, se quedó sola con su talento, pero también eliminó los obstáculos para desarrollarlo y mostrarlo. Pasado un mes del proceso, se casó con Pietro Antonio di Vincenzo Staitessi, manteniendo una vida de casada de la que apenas se sabe. Sin embargo, a través de sus cartas publicadas podemos saber que su marido participaba de la organización de su actividad¹⁶. A propósito de esta cuestión, Artemisa había declarado ante el tribunal en 1612, que no sabía leer ni escribir. De hecho, en una carta escrita en 1647, confiesa que está dictando y sus cartas muestran diferentes sistemas ortográficos. Sin embargo, si su nivel cultural no hubiera sido elevado no hubiera podido mantenerse en Roma, compitiendo con las pintoras cultas de la escuela boloñesa que representaban ideales de refinamiento y piedad, ajenos a Artemisa¹⁷.

Dada su situación, no tuvo necesidad de llevar una vida reservada, y a través de su trabajo, desarrolló un ideal de feminidad heroica, vivió de acuerdo con él y lo visualizó. Su obra *El nacimiento de San Juan Bautista* [P00149] (Fig.3), pintado en

¹⁵ Todas estas atribuciones aparecen en el Catálogo del Museo del Prado de 1996, pp. 391

¹⁶ MAFEIS, 2012: 56-78.

¹⁷ SOLINAS; NICOLACI ;PRIMAROSA, 2011: 67

Nápoles en 1635, es una obra de madurez en la que ha sustituido el caravaggismo paterno por un elegante clasicismo de mucha influencia en la pintura napolitana¹⁸. Al mismo tiempo incide de manera especial en la representación de la vida cotidiana como principio organizador del cuadro, presentándose como una especie de “égloga de lo cotidiano”¹⁹, siguiendo la tradición de Erasmo²⁰. Andrés Úbeda de los Cobos ha estudiado algunos aspectos de esta obra, afirmando que ha sido agrandada en la parte inferior izquierda por otra mano distinta, lo que inclina a pensar que pudo utilizar una pintura ya existente, agrandada para cumplir con los formatos impuestos por Madrid.



Fig.3.- ARTEMISA GENTILESCHI, *El nacimiento de San Juan Bautista*, óleo/lienzo, 184 x 258 cm., ©Madrid, Museo Nacional del Prado

La Escuela Boloñesa adquiere una gran importancia a partir de la segunda mitad del siglo XVI y a lo largo de todo el siglo XVII. En Bolonia los artistas tienen un estatus especial y algunas mujeres como Mariangiola Criscuolo o Chiara Varotari recibieron alumnas en sus talleres, incluso esta última, escribió un tratado titulado *Apología del sexo femenino*. En este contexto trabaja Elisabetta Sirani (Bolonia 1638-1665), hija de Giovanni Andrea Sirani, principal ayudante de Guido Reni. Elisabetta tuvo que aprender únicamente en el taller paterno. Su escasa destreza en el dibujo anatómico se explica porque no se le permitió dibujar desnudos con modelos vivos. Pintora de fama internacional que se truncó por una muerte temprana, se especializa en pintura religiosa en general y de la Virgen y el Niño en particular. Estuvo muy apoyada por el crítico de la época Carlo Cesare Malvasia. A pesar de su muerte prematura dejó 200 pinturas, así como dibujos y diversos grabados. En sus dibujos a lápiz y tinta, Sirani introducía fuertes contrastes de luces, tal y como podemos observarlo en estos dos dibujos titulados *Santo Fraile arrodillado* [D864] y *San Juan Bautista niño en el desierto* [D2094] que pertenecen a la colección del Prado. La amplitud de la producción pictórica de Sirani ha hecho pensar en una participación masiva de ayudantes, ya que sus hermanas Bárbara y Anna María²¹ eran también pintoras y tuvo por discípulas a más de doce mujeres que llegaron a ejercer profesionalmente. La artista hizo demostraciones públicas en respuesta a quienes cuestionaban la autoría de sus cuadros²².

¹⁸ GARRARD, 1989: 67; LONGHI, 1916: 246-316; MOIR, 1967, vol. I: 137, vol. II: 74; 2001:65; WARD BISSELL, 1968: 153-168; CONTINI, 2012: 117-161; SOLINAS, 2011: 12; UBEDA DE LOS COBOS, 2005:15-27.

¹⁹ HUYGENS, C., *Koren-bloemen*, 2 vols, (2ª ed.), Amsterdam, 1672 (1º ed. 1654)

²⁰ CATS, J., *Maechden-plicht ofte ampt der ionck-vrouwen in eerbaer liefde, aen-ghewesen door sinne-beelden*, Middleburg, 1618.

²¹ FORTUNE, 2010: 121-122

²² PORTUNATI BENTINI, 2004. 34-40; MODESTI, 2013: 40-45

En el siglo XVII, las mujeres siguen apostando por los grandes temas, a pesar de que su experiencia vital no va más allá de su entorno familiar. Esto último provocó que, un número considerable de artistas, se decantaran por la pintura de flores y el bodegón. La pintura de flores italiana está representada en el Museo por Margarita Caffi (Milán 1650-1710). Son pocos los datos ciertos que se conocen de la biografía de esta pintora, que debió de nacer en Vicenza, aunque otras fuentes la hacen natural de Venecia o de Cremona. Hija de Vincenzo Volò, pintor de naturalezas muertas y casada con Francisco Ludovico Caffi, especialista en pintura floral, se dedica enteramente a este género, al que aporta un gran valor emocional. Aunque debió de conocer modelos flamencos, desarrolló un estilo propio, del que son ejemplo estos cuatro cuadros existentes en el Prado, *Florero* [P2778]²³, *Florero* [P2779], *Rosal en flor* [P3997] (Fig.4) y *Jarrón con flores* [P4135]²⁴, realizados con pincelada ligera y toques vibrantes sobre fondos muy oscuros, en los que destacan, ligeramente descentrados, sus ricos floreros. Los últimos años de su vida los pasó en Milán, donde creó una rica escuela de naturalezas muertas²⁵.



Fig.4.- MARGARITA CAFFI, *Rosal en flor*, óleo/lienzo, 152 x 196 cm., ©Madrid, Museo Nacional del Prado

En Holanda, la pintura de flores tuvo mucho éxito porque los coleccionistas de la nueva burguesía no compran cuadros de altar ni de temas mitológicos, sino que prefieren cuadros que representen objetos cotidianos, entre ellos las flores²⁶. Esta pintura, desde el principio, adquiere la importancia de un género independiente muy ligado a la investigación y el comercio. Las nuevas flores, producto de la hibridación, son más grandes e incorporan diferentes especies como la dalia de Méjico, la fritilaria de Persia y el tulipán de Turquía. Pintora dedicada a este género es Catarina Ykens II (Amberes 1659-1737), hija de Joannes Ykens y sobrina del bodegonista Frans Ykens II. Su nombre aparece registrado en la corporación de San Lucas en 1687, ya que en Holanda las mujeres sí podían pertenecer al gremio. En el Museo, procedente de las Colecciones Reales del palacio de Aranjuez, hay una obra firmada y titulada *Guirnalda con paisaje* [P1902], y otra titulada *Paisaje dentro de una guirnalda* [P1903] muy similar se encuentra en depósito en el Museo san Telmo de San Sebastián. Esta última parece más bien de otra pintora de la misma época y con el mismo nombre Catarina Ykens (Amberes 1608-1666)²⁷, hija de Lucas Floquet y casada en 1635 con

²³ En depósito en el Museo de Cáceres.

²⁴ En depósito en la Embajada de España en la Santa Sede.

²⁵ GAZE, 1997, vol. I: 339, ANTONIO y ORIHUELA, 1995: 9-35.

²⁶ BRYSON, 1990: 136-178; DÍAZ PADRÓN, MATÍAS, 1975: p. 446; HAIRS, 1964: 138 y 214; ROMBOUITS y LERIUS, 1872: 522.

²⁷ Con mi agradecimiento al Rijksbureau voor Kunsthistorische Documentatie que me ha facilitado la información referente a estas dos pintoras y del que fui becaria durante el curso 1991-1992.

Frans Ykens, pintor como ella de bodegones de flores y frutas. Ambas pintoras practican obras de temática y composición similares, en este caso una guirnalda de flores perfectamente identificables con un paisaje en el centro. Sin embargo, existen algunas diferencias en la factura y la ejecución que hacen pensar en una autoría diferente²⁸.

Algunas mujeres se concentraron en el bodegón barroco, aunque con menos independencia que antes. Una de las más brillantes practicantes de este género fue Clara Peeters (Amberes, h.1594-h.1659), seguidora de Breughel “de Velours” e hija de Jan Peeters. Fue una artista precoz, datándose su primera obra conocida en 1608, cuando tenía catorce años de edad. Se desconoce todo lo relativo a su formación, aunque su estilo muestra similitudes con Osias Beert. Se supone que visitó Amsterdam y La Haya porque en sus trabajos de madurez muestra muchas similitudes con los bodegones de la escuela neerlandesa de Harlem, lo que podría confirmar su presencia en Holanda. En la colección del Prado hay cuatro bodegones titulados, *Bodegón* [P1629], *Mesa* [P1620], *Bodegón* [P1621], *Mesa* [P1622], tres fechados en 1611²⁹. Todos ellos con el mismo sistema compositivo³⁰, que consiste en una serie de objetos, dispuestos sobre una mesa, con su toque de luz y énfasis propio, en una relación de contrapunto más que de armonía, en los que se advierte su gran habilidad para el preciosismo y los detalles³¹.

En el siglo XVIII las artistas estuvieron inevitablemente inmersas en los cambios ideológicos que propiciaron el paso de una cultura aristocrática a otra de corte burgués. El éxito de las artistas, sobre todo en la segunda mitad de siglo, constituye una excepción en un contexto que restringía el acceso de la mujer a la Academia. Las restricciones en el acceso a la enseñanza del desnudo, limita las posibilidades de las artistas y justifica la ideología dominante que defiende la habilidad como una manera de ver y no como dominio técnico.

En el Museo se encuentran tres de las mujeres más influyentes en la cultura de la época: Giulia Lama, Angelica Kauffmann y Élisabeth Vigée-Lebrun. Todas ellas, pintoras profesionales.

De Giulia Lama (1681-1753) hay un dibujo, *Busto de Mujer* [D3375]³², posiblemente preparatorio para otra obra, pero que refleja muy bien las cualidades artísticas de esta pintora, centradas en el uso frecuente de caracteres “en profundidad”. Estudiosa de las matemáticas y poetisa, vivió de su trabajo y se dedicó al gran formato, casi siempre de tema religioso, para las iglesias venecianas. Hija de pintor, aprende con Piazzetta y acepta el lenguaje de su maestro en términos de simplicidad e incluso rudeza, llegando en ocasiones a la deformación anatómica, con resultados originales y expresionistas para la época.

Angelica Kauffmann (Coire, Suiza 1741-Roma1807) fue una artista profesional en una época de aficionadas y la primera que desafió el monopolio de los académicos con respecto a la pintura de historia. Muy reconocida en su tiempo, aparece en textos como la *Arcadia Pictórica*³³ de Parrasio Tebano, como una virtuosa. En Italia pasa a formar parte del grupo de pintores ingleses que copian obras en la Galería de los Uffizi. En Roma conoce a Winckelmann y comienza a pintar bajo la influencia del neoclasicismo basado en los frescos de Herculano y la pintura de Anton Rafael Mengs. Su determinación de ejecutar obras históricas de gran formato, sin haber accedido a la enseñanza de modelo desnudo, demuestra su vocación y también su ambición. El dibujo existente en el Prado, *Tres soldados y un desnudo femenino en barca* [D02276], estaría en esta línea de abordar temas históricos y probablemente, sea un ejercicio preparatorio para un cuadro posterior. Su fama como retratista fue muy superior al de pintora de historia, siendo muy solicitada por la aristocracia, dentro y fuera de Inglaterra. Este retrato de *Anna von Escher van Muralt* [P02473] (Fig.5), esposa del burgomaestre de Zurich que forma parte de la colección del Museo, muestra las principales cualidades pictóricas, tales como sus pinceladas transparentes, el rico colorido y su elegante

²⁸ BRYSON, 1990: 136-178; HAIRS, 1964: 138 y 214.

²⁹ DÍAZ PADRÓN, 1975: 210.

³⁰ POSADA KUBISSA, 2013: 24.

³¹ DECOTEU HIBBS, 1992: 67-98

³² Forma parte del legado Pedro Fernández Durán y Bernaldo Quirós y está en la colección desde 1931

³³ *Arcadia Pictórica en sueño, Alegoría o Poema Prosaico sobre la teórica y la Práctica escrita por Parrasio tebano, Pintor Arcade de Roma, dividida en dos partes. La primera que trata de lo que pertenece al dibujo y la segunda al colorido*, Madrid, por D. Antonio de Sancha, Año MDCCLXXXIX, se hallará a su casa en la Aduana Vieja, p.28.

alusión a las fuentes clásicas³⁴. En este caso, visualizadas en las ruinas clásicas del paisaje que sirve de fondo.



Fig.5.- ANGELICA KAUFFMAN, *Retrato de Anna von Escher van Muralt*, óleo/lienzo, 110 x 86 cm., ©Madrid, Museo Nacional del Prado

En Francia, el siglo XVIII fue muy convulso y lleno de cambios que inciden en el resto del continente. La caída de la monarquía y la emergencia de una burguesía republicana procedente de la Revolución, tiene repercusiones no solo en el arte, sino en todos los aspectos de la vida.

Artistas como Elisabeth Vigée-Lebrun (Paris 1755-Louveciennes 1842), a pesar de que trabajan bajo el patrocinio regio de 1770 a 1780, intentan contemporizar con las dos ideologías enfrentadas, por una parte la aristocracia y por otra la clase media que demandaba cuadros de virtud moral. En sus retratos, además de manipular sus pinceladas para destacar diferencias de sexo, introduce lo natural en la iconografía de la aristocracia.

De formación autodidacta, copia a los maestros antiguos y modernos para poder pintar cuadros de historia. Su matrimonio con Jean-Baptiste-Pierre Lebrun, artista, restaurador, crítico y marchante, le abrió las puertas de la vida social del París urbano. Retratista oficial de María Antonieta, gracias a cuya influencia entra en la Academia en 1783, se exilia a Italia después del estallido revolucionario, y de esa estancia son estos dos retratos de la colección del Prado, *María Carolina, esposa de Fernando IV de Nápoles* [P5832] y *María Cristina teresa de Borbón, Infanta de Nápoles* [P5833] (Fig.6) que se encuentran en depósito en el Museo de Lugo.

Ambas piezas reflejan esa vacuidad propia de los retratos de la época, a pesar de que en sus memorias dice que le interesa captar la psicología de sus personajes³⁵.

³⁴ ROSENTHAL, 2006: 70-90.

³⁵ MAZZOCCA, 2004: 31-49.



Fig.6.- ELISABETH-LOUISE VIGÉE-LEBRUN, *Retrato de María Cristina Teresa de Borbón*, óleo/tabla, 37 x 27 cm., ©Madrid, Museo Nacional del Prado

En este contexto particularmente adverso, algunas mujeres optaron por soportes considerados menores, como el pastel. Es el caso de Ana María Mengs (Dresde 1751-Madrid 1792)³⁶. Hija de uno de los artistas más importantes del Neoclasicismo, Anton Rafael Mengs y mujer de un importante grabador, Manuel Salvador Carmona, en 1790, fue nombrada académica de honor y mérito de la Academia de San Fernando de Madrid³⁷. Se especializó en el pastel y la miniatura, siendo en este último soporte, la más brillante del siglo XVIII español. Este *retrato de su padre* [D7452], está realizado a partir de un modelo grabado por su marido y demuestra su maestría como dibujante. De Herbertina van der Heim (1731-1798), sabemos que fue una pintora holandesa, hija de pintor y que estuvo muy activa en Amsterdam durante el siglo XVIII. En el Museo se conserva este dibujo de una mano [D2266] que posiblemente fuera preparatorio para un retrato femenino muy habitual en la época, por las joyas y la forma de coger lo que parece un pañuelo.

El siglo XIX trajo cambios muy importantes procedentes de un grupo de reformadores, como son Charles Fournier, Saint-Simon, John Stuart Mill, Harriet Taylor o Robert Owen, que tuvieron mucha influencia en los movimientos de emancipación femenina de Europa y América. Estos primeros movimientos de reivindicación feministas fueron la respuesta de una creciente clase media a los cambios sociales y económicos provocados por la Revolución Industrial. En el campo de la cultura, se extiende la opinión de que leer muchos libros disminuye la feminidad. El culto a la feminidad se presenta como un arma de doble filo. Se muestra a la mujer como moral y espiritualmente superior al hombre y se le atribuye la responsabilidad del gobierno de la casa y, al mismo tiempo, se estigmatiza a grupos de mujeres que no cumplen este objetivo.

Las artistas se ven atrapadas en una ideología que prohibía a las mujeres la competición individual y la exhibición pública, necesaria para ejercer su profesión. La crítica de arte alaba a las que no pintan como mujeres, siendo este el caso de Rosa Bonheur (Burdeos 1822-Melum, Seine-et-Marne 1899), una de las pintoras más influyentes de su tiempo. Su especialización en la pintura de animales, la sitúan en la tradición del pintor holandés del siglo XVII Paulus Potter, pero también en una puesta en valor de la vida rural dentro de la tradición

³⁶ QUINTERO ATAURI, 1907: 43; SCHRÖDER y MAUER, 2013: 23

³⁷ SMITH, 1997: 279-288

de Courbet y Millet, intentando resaltar la nobleza de los animales, como se puede comprobar en esta *Cabeza de león* [P4318] (Fig.7) que forma parte de la colección del Museo. Es una de las pocas artistas que gozó del favor de la crítica, que consideraba sus animales llenos de vida, casta y sin pretensiones culturales. Su obra, de mucho éxito en Inglaterra, también coincide con el debate sobre los derechos de los animales en ese país.



Fig.7.- ROSA BONHEUR, Cabeza de león, óleo/lienzo, 95 x 76 cm., ©Madrid, Museo Nacional del Prado

Dentro de la escuela francesa, la obra de Bonheur tuvo seguidoras, como lo demuestra el *Paisaje con ovejas* [P3979]³⁸ de Marguerite-Jeanne Carpentier (Paris 1886-1965)³⁹ que pasó por la Escuela de Bellas Artes, la Academia Julian de Paris y el taller de Rodin. Destacó por su independencia, lo que le llevó a formar la primera escuela de mujeres pintoras. En la misma línea, se encuentran los dos bodegones de *Pájaros* [P3740] y [P3741]⁴⁰ de Louise de Liniers (n. París 1864)⁴¹, alumna de J.L. Brown y de Barcias, y asidua de los Salones, obteniendo una Medalla de Plata en 1921.

Durante el segundo tercio del siglo XIX se puso de moda el retrato sobre placas de porcelana, adquiriendo un gran desarrollo en París, ciudad en la que proliferaron pequeños talleres que se dedicaron a la pintura de estos retratos. La pintora de miniaturas posee destreza y precisión en el manejo del pincel. Esta es la principal dificultad del género y el argumento que pone en valor una técnica exquisita, en la que los pigmentos se aplican mediante la superposición de puntos de color en las zonas de la carne. La miniatura poseía dos cualidades artísticas que se atribuían a las mujeres, destreza y paciencia, a lo que hay que añadir su formato pequeño que permitía trabajar en casa y no era necesario poseer un gran taller. Para Carmen Espinosa⁴² este soporte, utilizado para el retrato, tiene auge en un momento en que la pintura se encuentra amenazada por la fotografía. Para evitarlo, un grupo

³⁸ Su ubicación actual es el cuartel general de la Marina en Madrid

³⁹ BÉNÉZIT, 1999: t. III, p. 271; BOYER, 1999: 67.

⁴⁰ Donación de la Marquesa de Cabriñanas en 1894, (on line) en <http://www.museodelprado.es/enciclopedia/enciclopedia-on-line/voz/liniers-louise-de/> (Consulta 16-8-2013)

⁴¹ BÉNÉZIT, 1999: t. VIII, p. 689; HOFFMANN, 1937: 56.

⁴² ESPINOSA, 2011: 50

de pintoras francesas trabajan para actualizar la miniatura y mantenerla en vigor en Francia hasta la II Guerra Mundial. Todas ellas se forman en una escuela también dirigida por una mujer, Gabrielle Debillemont-Chardon (1860-1957). Entre ese grupo de pintoras se encuentra Marguerite Marie Benoit, que tiene una obra titulada *Mujer joven en un río* [0723].⁴³ Sophie Lienard (activa en Francia 1842-1860), asidua de los Salones franceses entre 1842 y 1845, adquirió mucha fama, lo que le proporcionó un número considerable de encargos de la Monarquía Española de Isabel II, ya que en España no se pintaba en ese soporte. En la colección hay dos miniaturas, una representa a *Josefa Alvarez de Toledo y Palafox* [0756] (Fig.8), y la otra a *Carmen Acuña y Davitte, Duquesa de Bivona* [0678]. Antoinette Brunet, activa en burdeos entre 1800 y 1825, que anunciaba su llegada a las ciudades por medios publicitarios y de la que hay un *Retrato de caballero* [0799]. Este retrato, desde el punto de vista técnico, tiene una serie de peculiaridades estudiadas por Carmen Espinosa⁴⁴ y ha sido restaurado recientemente.



Fig.8.- SOPHIE LIENARD, Retrato de Josefa Álvarez de Toledo y Palafox, esmaltado/porcelana, ©Madrid, Museo Nacional del Prado

En las colecciones del Museo, existen una serie de españolas o extranjeras afincadas en España, cuyo trabajo se desarrolla a caballo entre los siglos XIX y XX, en un contexto social de rígidas estructuras ideológicas⁴⁵. Esto se traduce en una constante discusión sobre la inferioridad de las mujeres y la aparición de manuales que consideran la práctica artística como un entretenimiento, relacionándolo con el hogar, la maternidad y la educación de los hijos. También se establecen los géneros que deben ser cultivados por las artistas: que son el retrato, el paisaje y el bodegón de flores. A pesar de estas limitaciones, las mujeres de la

⁴³ <http://www.museodelprado.es/coleccion/galeria-on-line/galeria-on-line/obra/mujer-joven-en-un-rio/> (Consulta 20-8-2013)

⁴⁴ ESPINOSA, 2011: 60

⁴⁵MUÑOZ LÓPEZ, 2006: 443-475

aristocracia y la burguesía, que eran las únicas que tenían tiempo, consiguieron un nivel considerable de creatividad y en ocasiones de profesionalidad, lo que generó, con bastante sarcasmo, un rechazo estructural por parte de la crítica de los sectores más conservadores. Su presencia en el mercado del arte a finales del siglo XIX era necesario, en opinión de Estrella de Diego, que apunta varias razones. Por una parte, una rápida aceptación de las artes aplicadas, debido a la demanda de la nueva clase burguesa, que requería un mayor número de personas dedicadas a esas actividades. Por otra, esa misma burguesía multiplicó la demanda de pinturas y los pintores no daban abasto, lo que hizo que el arte se convirtiera para las mujeres en un medio de ganarse la vida⁴⁶.

Y es esto último lo que comparten estas artistas del Prado, todas ellas participantes asiduas de las Exposiciones Nacionales, en las que obtienen premios y medallas de 1856 a 1968⁴⁷. Sin embargo, desde el punto de vista numérico solo son ciento setenta y cuatro, mientras que los hombres dos mil trescientos treinta, lo que supone, según Pilar Muñoz, tan sólo un 7,4% de los premios otorgados, siendo la mayoría de grabado, artes decorativas, bodegones o retratos⁴⁸.

Las artes decorativas, muy premiadas en las Exposiciones Nacionales, fueron en ocasiones una prioridad. A comienzos de siglo se encuentra la obra de Teresa Nicolau Parody (Madrid 1817-San Sebastián 1895), ejemplo de mujer excepcional, cultivada⁴⁹ y muy influyente en su época. Académica de San Fernando de Madrid y de San Carlos en Valencia, pertenece a una familia aristocrática, ya que su padre Isidro Parody era el secretario de Fernando VII. Discípula de Vicente López, en un principio se dedicó a la pintura, pero enseguida se especializó en copias y miniaturas, ambas actividades consideradas muy femeninas. En el Museo existe una copia de Sebastiano del Piombo que representa a *Jesús con la cruz a cuestas* [O2960], premiada con una mención honorífica de primera clase en la exposición de 1866. Su posición privilegiada hizo que no necesitara vender sus obras, las regalaba o las guardaba.

Ya en el siglo XX las artes decorativas se encuentran representadas a través de la americana Gertrude K. Latrop (Albany/Nueva York 1896-1986). Provenía de una familia de mujeres artistas con las que comparte estudio en su casa, siendo su madre Ida una pintora de paisajes y bodegones y su hermana Dorothy, una escritora e ilustradora de libros para niños. Estudió con Gutzon Borglum en la Art Students League de Nueva York en 1918 y en la Escuela de Escultura de América 1920-1921. Pasó el verano de 1924 en Gloucester, Massachusetts, estudiando con Charles Grafly. Tuvo su primera exposición en la Academia Nacional de Diseño en 1921, y en los años siguientes su trabajo fue incluido en muchos programas de la Sociedad Nacional de Escultura. Aunque pintó retratos, se especializó en escultura y fue una medallista consumada como lo demuestra la pieza existente en el Prado, *Rodela con espada, casco y libros-D. Quijote* [O1759]⁵⁰

El retrato es otro de los géneros más practicados por las mujeres y eso se refleja en los fondos del Museo. Artistas como Teresa Madasú, Granada Cabezudo, Joaquina Serrano y Bartolomé y Nelly Harvey poseen obra de este género. De la zaragozana Teresa Madasú (Zaragoza, activa en el último tercio del s. XIX) hay un retrato de *D. Melchor de Macanaz* [P4098], personaje muy relevante en época de Felipe V, por lo que este retrato debe ser una copia. Lo mismo sucede con uno de los retratos de Joaquina Serrano y Bartolomé (Fermoselle/Zamora 1857), en concreto el del *Duque de Montemar, D. José Carrillo de Albornoz y Montiel* [P3458], actualmente en depósito en el Instituto de España en Madrid. Joaquina Serrano estudió con el pintor Joaquín Espalter y después en la Academia de San Fernando. Especialista en bodegones de los cuales hay dos en el Prado, titulados *Un racimo de uvas* [P6234] y *Una perdiz* [P6490] (Fig.9), pintó numerosos retratos y escenas de costumbres. En depósito en el Museo de Girona se encuentra *Una Charra* [P6235], perteneciente a ese retrato costumbrista, a veces con un cierto toque folklórico, tan de moda en la época. Participó en las Exposiciones Nacionales de Bellas artes de 1876 a 1893⁵¹.

⁴⁶ DE DIEGO, 1987: 216.

⁴⁷ BANTORBA BERNARDINO, 1980: 300

⁴⁸ MUÑOZ LÓPEZ, 2006: 451

⁴⁹ DIEGO, 1987: 274; EZQUERRA DEL BAYO y PÉREZ BUENO, 1924: 203; PARADA SANTÍN, 1902: 61; QUINTERO ATAURI, 1907: 9-12.

⁵⁰ http://americanart.si.edu/search/artist_bio.cfm?ID=2814 (Consulta 19-8-2013)

⁵¹ ARNÁIZ, 1993: t. X, p. 191; OSSORIO Y BERNARD, 1975: 642.



**Fig. 9.- JOAQUINA SERRANO Y BARTOLOMÉ, Una perdiz, óleo/lienzo, 41 x 30 cm.,
©Madrid, Museo Nacional del Prado**

Hay dos retratos realizados por autoras extranjeras. Granada Cabezudo (1860-1900)⁵², perteneciente a la aún escuela colonial filipina, se dedicó a temas indígenas. Estudia en el taller del pintor Agustín Sáez, director de la Academia de dibujo y Pintura de Manila, que por esta época no admitía mujeres. Su retrato *Una mestiza* [P6843], participó en la Exposición General de Filipinas, organizada en Madrid en 1887. En la actualidad se encuentra en depósito en el Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria.

La otra extrajera es la inglesa Nelly Harvey (1877-1961)⁵³. Su habilidad como retratista y su relación con la alta sociedad, le proporciona muchos encargos de la aristocracia y la burguesía, siendo un buen ejemplo el retrato de la reina Victoria Eugenia⁵⁴. En depósito en el Museo de Jaén se encuentra el *Retrato de su madre*⁵⁵[P7845], con factura que recuerda la retratística en la tradición de Whistler. La reseña que se hace de esta obra en *La Esfera*, refleja la opinión de la crítica con respecto al trabajo de las mujeres y que repite el tópico de la dicotomía entre mujer/sentimiento y hombre/energía:

“...En ningún momento podrá decirse de su arte que tiene como única expresión los efectos de su temperamento femenino. Miss Harvey, que algunas veces tiene

⁵² *Discovering Philippine Art in Spain*, 1998: 247.

⁵³ CABAÑAS BRAVO, 2001: 231; GIL, 1917: 31.

⁵⁴ GIL, 1917: 31

⁵⁵ VIRIBAY ABAD, 1991: 29, 68-69.

delicadezas y ternuras de mujer, pone otras en sus lienzos alardes de un temperamento viril y enérgico...”⁵⁶

Del género paisajístico hay dos marinas. Una *Marina* [P3699] realizada por la Condesa de las Navas⁵⁷, que según Ossorio y Bernard podría ser Carmen Pizarro Ramírez II Condesa de las Navas, activa en el siglo XIX. La otra, titulada *Galatea* [P4016], es obra de Flora López Castrillo (Madrid, activa en la segunda mitad del siglo XX), alumna de Antonio Muñoz Degraín cuya influencia queda patente en los rasgos estilísticos de esta pieza. Asidua de las Exposiciones Nacionales de Bellas Artes, en 1910 consigue una mención honorífica y en 1912 una tercera medalla⁵⁸, precisamente con esta pieza que se encuentra en depósito en la Facultad de derecho de la Universidad Complutense de Madrid.

La temática costumbrista está representada por el trabajo de Elena Brockman y Llanos (Documentada 1887-1892)⁵⁹ con obras como *Patio de un Parador* [P6675]⁶⁰ (Fig.10), en depósito en el Museo de San Telmo de San Sebastián y *Paso de una procesión en el claustro de San Juan de los Reyes en Toledo* [P5824]⁶¹, premiada en la Exposición Nacional de 1892⁶² con una tercera medalla y actualmente en el Museo de Bellas Artes de Granada. Se formó en la Academia de Bellas Artes de San Fernando con maestros como Mariano Benlliure, Joaquín Sorolla y Juan Llanos. Pero, sobre todo, su mayor mérito está en haber sido la primera mujer que pinta un cuadro de historia titulado *Felipe II recibiendo la noticia de la pérdida de la escuadra Invencible* (1895). De una forma casi cinematográfica, visualiza el momento en que el rey Felipe II se entera de la derrota de su flota naval por los ingleses en 1588. Brockmann, revisa después de 300 años, el fracaso militar, estableciendo un paralelismo con el declive del Imperio Español. Trata con ironía el desastre militar y alerta de las consecuencias de la ambición política⁶³.



⁵⁶ “Actualidad artística. Una retratista inglesa”, *La Esfera*, 23-XII-1916: 24

⁵⁷ OSSORIO y BERNARD, 1975: 537.

⁵⁸ OSSORIO y BERNARD, 1975: 428; COLL, 2001: 131; IBIZA I OSCA, 2001: 105

⁵⁹ PÉREZ NEU, 1964: 56-58; IBERO CONSTANSÓ, 2000: 444-445. En

<http://www.mcniografias.com/app-bio/do/show?key=brockmann-elena> (Consulta 18-8-2013)

⁶⁰ Depositado en el Museo san Telmo de San Sebastián desde 1901. Aceptación por parte de la Junta de Gobierno del Museo Municipal el 19-12-1901

⁶¹ Depositado en el Museo de Bellas Artes de Granada por Real Orden de 18 de noviembre de 1881. Pasó al Hospital Real por Orden Ministerial del 15 de enero de 1979.

⁶² DIEGO, 1987: 268 y 278-279; PANTORBA, 1985: 380; COLL, 2001: 67; IBIZA I OSCA, 2006: 57-58.

⁶³ En la actualidad pertenece a los fondos del National Museum of Women in the Arts en Washington (Fondo de adquisición de miembros): En <http://www.nmwa.org/works/philip-ii-receiving-news-loss-Invincible-armada> (Consulta 18-8-2013)

Fig.10.- ELENA BROCKMAN, Patio de un parador, Óleo/lienzo, 298 x 148 cm., ©Madrid, Museo Nacional del Prado

El bodegón de flores fue un género practicado por las mujeres hasta la saciedad, ya que era considerado un tema menor y oficialmente muy adecuado para el trabajo artístico de las pintoras. Su carácter amable y su función decorativa, propicia una recepción muy positiva por parte del público burgués contemporáneo, lo que justifica que las obras existentes en los fondos del museo, de autoría femenina, se centren, en esta temática. Todas ellas pintan bajo la influencia de Sebastián Gessa y Arias, llamado el pintor de flores que, por su condición de maestro del género, reúne en su taller un importante número de discípulas, en su mayoría alumnas de la Escuela Especial de Pintura, Escultura y Grabado de Madrid, a las que imparte clases de pintura.

Las alumnas de Gessa consiguieron una importante recepción de su obra gracias a su participación en exposiciones nacionales e internacionales y a los galardones obtenidos. De María Luisa de la Riva y Callol (Zaragoza 1859- Madrid 1926)⁶⁴ hay tres obras en la colección del Museo, *Puesto de Flores* [P5705], de temática costumbrista y dos bodegones, *Frutas de España* [P6305] y *Uvas y granadas* [P6345]⁶⁵, estos últimos incluyen también flores. Esta es una pintora que debe su éxito, sobre todo, a su establecimiento en París donde llevó a cabo una intensa actividad docente y expositora. En la ciudad francesa creó un estudio de formación para mujeres pintoras, que por entonces no eran admitidas en la Academia Francesa. También participó asiduamente en los Salones y en exposiciones exclusivamente para mujeres. Defendió su profesionalidad hasta el extremo de escribir en 1902 al Ministro de Instrucción Pública y de Bellas Artes de Francia, presentándose como “pintora profesional, que trabaja para vivir”. Formó parte de la *Unión de Mujeres Pintoras y Escultoras de Francia*. Mostró su trabajo en la Exp. Internacional de París de 1889 y la Exp. De Arte Español en San Petesburgo en 1900. Gozó de buenas críticas en publicaciones como *La Ilustración española y Americana*, *La Época*, *El Imparcial* o *El Correo*.

La impronta del magisterio de Gessa está también presente en pintoras como Adela Ginés y Ortiz (Madrid 1847-1923), alumna en la Academia de San Fernando y que al mismo tiempo ejerció la docencia en la Asociación para la Enseñanza de la Mujer. De su mano hay cuatro obras tituladas, *Bodegón* [P4347], *El Presidio* (naturaleza muerta con gallo, gallina y uvas)⁶⁶ [P6939], tercera medalla en 1897, *Casa de vecindad* [P5825] también tercera medalla en 1912 y *Bodegón con futas* [P7495]⁶⁷. Otra alumna es Emilia Menassade (Paris 1860-¿), de origen francés aunque residente en Madrid desde 1890, se dedica gran parte de su vida a la enseñanza ya que tenía taller propio. Al igual que el resto de pintoras de su generación, participó en diferentes exposiciones nacionales e internacionales, consiguiendo galardones⁶⁸ con obras como la existente en la colección del Museo titulada *Recuerdos de otoño* [P6695]⁶⁹. Lo mismo sucede con Fernanda Francés y Arribas (Valencia, 1862-Madrid, 1939), que tiene en común con las anteriores la pintura floral, la docencia y la participación en los certámenes. Además de asistir a las clases de Gessa, fue discípula de su padre Plácido Francés. En 1888 obtiene por oposición la Cátedra de Pintura de la Escuela de Artes y Oficios y más tarde la de la Escuela del Hogar, ambas en Madrid. A partir de 1881 concurrió con asiduidad a las Exposiciones Nacionales de Bellas Artes. En 1887 obtuvo una mención honorífica y en 1890 una tercera medalla por la obra *Jarrón de lilas* [P6352], actualmente en depósito en el Ministerio de Fomento de Madrid⁷⁰.

Existen dos artistas en los fondos del Museo que no son alumnas de Gessa, pero no escaparon a su influencia en lo que a la pintura floral se refiere, ya que por su procedencia y formación, alternaron su actividad expositiva entre la periferia nacional y lo internacional. Este

⁶⁴ ILLÁN MARTÍN, 2008-2009: 491-499; IBIZA I OSCA, .2006:144-145

⁶⁵ *Puesto de flores* se encuentra en depósito en la Diputación Provincial de Zamaora, *Uvas y Granadas* en el Instituto ramiro de Maeztu de Madrid y *Frutas de España* en el Instituto Cabrera Pinto en La Laguna, San Cruz de Tenerife.

⁶⁶ *El Presidio* Se encuentra en la Embajada de España en Viena y *Casa de vecindad* en depósito en la Universidad de Granada.

⁶⁷ DIEGO, 1987: 276.; ANTOLÍN PAZ, 1994: t. VI, p. 1656.IBIZA I OSCA, 2006: 88-89

⁶⁸ OSSORIO Y BERNARD, 1975: 442; PANTORBA, 1980: 439.

⁶⁹ Esta obra se encuentra en depósito en el Palacio de Ayete en San Sebastián; PANTORBA, 1980: 130-131;IBIZA I OSCA, 2006: 114

⁷⁰ ALCAHALI, 1897: 123; PANTORBA, 1980: 405.

es el caso de Antonia Ferreras Bertrán (Lérida 1873-¿), alumna de la Escuela de Bellas de Artes de Barcelona, que ejerce su actividad como pintora e ilustradora y se especializa en diferentes soportes como son el óleo, la acuarela y el raso⁷¹. Quizá de todas las pintoras del Prado es la que permanece habitualmente en su tierra natal, donde participa en exposiciones organizadas por entidades públicas y privadas, pero siempre catalanas, destacando su colaboración en las Exposiciones Femeninas de la Sala Parés de Barcelona. pero sin abandonar la actividad expositiva fuera de España en la que es galardonada con medallas en la exposición hispano-francesa de 1895 y la exposición española de arte e industria de México en 1896. En los Fondos del Prado se encuentra *Claveles rojos* [P6447], fechada en 1927, que sintetiza sus cualidades en el tratamiento del color, de una gran profundidad y sensibilidad. Actualmente en depósito en el Museo de Málaga⁷².

Finalmente, la pintora más internacional, Julia Alcayde Montoya (Gijón 1855-Madrid 1939). También especialista en la pintura de bodegones y flores, utiliza indistintamente el óleo, acuarela o pastel, lo que le proporciona un éxito considerable, siendo equiparado su trabajo a Zurbarán o Picasso por parte de la crítica⁷³. Crítica que la elogia a menudo en publicaciones como *Blanco y Negro*, *La Ilustración Española y Americana*, *ABC*, *El Sol*, la revista *Asturias*, *El Noroeste* de Gijón, y en otros muchos periódicos y revistas, tanto de Madrid, como de Asturias. La pieza existente en el Museo es un *Bodegón* [P6346], en la actualidad adscrita al MNCARS y ubicada en el Instituto Ramiro de Maeztu de Madrid. Además, de participar en las Exposiciones Nacionales, lo hace en la Exposición Internacional de Chicago de 1893, Bruselas 1910, Buenos Aires y Roma en 1911 y Munich 1913⁷⁴. Su proyección internacional se extiende al coleccionismo privado en Alemania y en Suiza, y público en los museos de Zúrich y de Berna.

Si consideramos el museo como una fuente importante de conocimiento, tanto artístico como histórico y como mediador cultural entre el patrimonio y la ciudadanía, pero sobre todo, como lugar de producción y consumo cultural, la presencia de todas estas mujeres en las colecciones del Prado, creadoras durante cinco siglos de objetos artísticos, cuya obra se ha tratado de poner en valor en el presente trabajo, debería propiciar una revisión del discurso museístico que incluyera la perspectiva de género.

BIBLIOGRAFÍA

- A., «Actualidad artística. Una retratista inglesa», *La Esfera*, 23-12-1916, nº 156, p.24
- ALCAHALI, Barón de, *Diccionario biográfico de artistas valencianos*, Valencia, Federico Doménech, 1897
- ALPERI, Víctor, «Julia Alcayde», *Pintores asturianos*, Oviedo, Banco Herrero, 1974, t. X, pp. 34-143;
- AMELANG, James S. & Nash Mary (ed.), *Historia y Género. Las mujeres en la Europa Moderna y Contemporánea*, Edicions Alfons el Magnànim, Valencia, 1990
- ANTOLÍN PAZ, Mario (dir.), *Diccionario de pintores y escultores españoles del siglo XX*, Madrid, Forum Artis, 1994
- ARNÁIZ, José Manuel. (dir.), *Cien años de pintura en España y Portugal (1830-1930)*, Madrid, Antiquaria, 1993, t. X.
- BÉNÉZIT, Emmanuel, *Dictionnaire critique et documentaire des peintres, sculpteurs, dessinateurs et graveurs [1911-1923]*, París, Gründ, 1999
- BOYER, Marion, *Une Ecole de Femmes au XXe siècle*, Editions Un, Deux... Quatre, 1999.
- BROWN, Jonathan, «La monarquía española y el retrato de aparato de 1500 a 1800», *El retrato del Museo del Prado*, Madrid, Museo del Prado, 1994, p. 142
- BRYSON, Norman, *Looking at the Overlooked. Four Essays on Still-Life Painting*, Cambridge, Harvard University Press, 1990, pp. 136-178
- CABAÑAS BRAVO, Manuel, (cord.), *El arte español del siglo XX. Su perspectiva al final del milenio*, Madrid, Consejo Superior de Investigaciones científicas, 2001
- CAROLI, Flavio, «Per Lucia Anguissola», *Paragone*, nº 277, Florencia, 1973, pp. 69-73
- CAROLI, Flavio, *Sofonisba Anguissola e le sue sorelle*, Milán, Mondadori, 1987

⁷¹ NADAL GAYA, 2003: 132

⁷² ANTOLÍN PAZ, 1994: t. V, 1299; COLL, 2001:100-101

⁷³ GRACIA NORIEGA, «La pintora Julia Alcayde», *Entrevistas en la Historia*, en <http://www.ignaciogracionoriega.net/enh/20050801.htm> (Consulta 1-9-2013)

⁷⁴ ALPERI, 1974: t. X, 34-143; IBIZA I OSCA, 1936:33

- CASTAÑER LÓPEZ, Xesqui, "La educación artística de las mujeres en los siglos XIX y XX", *Arte y Mujer Vascos en su entorno socioprofesional*, Portugalete, Fundación Troconiz Santacoloma, 2002, pp. 23-34
- COLL, Isabel, *Diccionario de mujeres pintoras en la España del siglo XIX*, San Sadurn d'Anoia, 2001, p.100-101
- CONTINI, Roberto, «Nápoles 1630-1654 ¿Ce qu'une femme sait faire?» en *Artemisia (1593-1654). Gloire, Pouvoir et Passions D'Une Femme Peintre*, cat. exp., Paris, Fondation Dina Vierny- Musée Maillol, 2012, pp. 117-161
- CORDERO, Karen, «Exponiendo el género: cambiantes propuestas curatoriales y museológicas», *Miradas disidentes: Géneros y sexos en la Historia del Arte*, Ponencia para el XXIX Coloquio Internacional de Historia del Arte del instituto de Investigaciones Estéticas de la UNAM, octubre de 2005, pp.56-70
- DIEGO, Estrella de, *La mujer y la pintura del siglo XIX español*, Madrid, Cátedra, 1987
- DECOTEU HIBBS, Pamela, «Clara Peeters, 1594-ca. 1640, and the Development of Still Life Painting in Northern Europe», *Flemish Painters in the Circle of the Great Masters*, Lingen, Luca, 1992, t. V.
- DÍAZ PADRÓN, Matías, *Catálogo de pinturas. Escuela flamenca del siglo XVII*, Madrid, Museo del Prado, y Patronato Nacional de Museos, 1975, t. I, p. 446
- Discovering Philippine Art in Spain*, cat. exp., Manila, Foreign Affairs, 1998, p. 247.
- ESPINOSA, Carmen: *Las miniaturas en el Museo Nacional del Prado. Catálogo razonado*, Madrid, Museo del Prado, 2011, pp.60
- EZQUERRA DEL BAYO, Joaquín y Pérez Bueno, Luis, *Retratos de mujeres españolas del siglo XIX*, Madrid, Junta de Iconografía Nacional, 1924, p. 203
- FORTUNE, Jane, *Invisible women. Forgotten artists of Florence*, Florence, The Florentine Press, 2010, pp. 121-122
- FRIES ELLET, Elizabeth, *Women Artists in All Ages and Countries*, New York, Harper & Brothers Publisher, 1859, pp.25-36
- GARRARD, Mary D., «Here's Looking at Me: Sofonisba Anguissola and the Problem of the Woman Artist», *Renaissance Quarterly*, Nueva York, 1994, pp. 556-622
- GARRARD, Mary D., *Artemisia Gentileschi*, Princeton, Princeton University Press, 1989
- GAZE, Delia, (ed.), *Dictionary of women artists*, vol. 1, p. 339, Chicago, Illinois, Fitzroy Dearborn Publisher, 1997;
- GIL, Rodolfo, «Un retrato de la reina», *Blanco y Negro* 5-9-1917, p.31
- GREER, Germaine., *La carrera de obstáculos. Vida y obra de las pintoras antes de 1950*, Madrid, Bercimuel S.L., 2005, pp. 13-135
- HAIRS, Marie-Louise, *Les peintres flamands de fleurs au XVIIe siècle*, París-Bruselas, Éditions d'Art Lefébvre et Gillet, 1964, pp. 138 y 214
- HELLER, Nancy G., *Women Artists. An Illustrated History*, Nueva York, Abbeville Press, 1987, pp. 15 y 18-19
- HOFFMANN, Eugène, *Une vie d'artiste, étude biographique sur Mme de Liniers, née Louise Courbot*, París, 1937, pp.56 y ss.
- IBIZA I OSCA, Vicent., *Dona i art a E spanya: Diccionari d'artistes d'abans de 1936*, Valencia, Institució Alfons el Magànim, 2001, p.105
- ILLÁN MARTÍN, Magdalena., «María Luisa de la Riva: Una artista española en los Salones franceses. Documentos conservados en los Archives Nationales de París», *Laboratorio de Arte* 21, nº 2008-2009, pp 491-499 (con abundante bibliografía)
- KUSCHE, María, «Sofonisba Anguissola en España», *Archivo Español de Arte*, Madrid, 1989, pp. 391-420
- KUSCHE, María, «Sofonisba e il ritratto di rappresentanza ufficiale nella corte spagnola», *Sofonisba Anguissola e le sue sorelle*, cat. exp., Cremona, 1994, pp. 117-152
- ANTONIO, Trinidad de; ORIHUELA, Mercedes (comisarias). *La belleza de lo real. Floreros y bodegones en el Museo del Prado 1600-1800*, cat. exp., Madrid, Museo del Prado 1995, pp. 9-35
- LONGHI, Roberto, «Gentileschi, padre e figlia», *L'Arte*, Roma, 1916, pp. 246-316
- LÓPEZ FERNÁNDEZ CAO, Marián, *Creación artística y mujeres. Recuperar la memoria*, Madrid, Narcea, 2000
- LÓPEZ FERNÁNDEZ CAO, Marián; FERNÁNDEZ VALENCIA, Antonia; BERNÁNDEZ RODAL, Asunción (eds.), *El protagonismo de las mujeres en los museos*, Madrid, Fundamentos, 2012

- LUCA DE TENA, Consuelo; Mena Márquez, Manuela, *Guía del Museo del Prado*, Madrid, Ed. Silex, 1988, p.247
- MAFEIS, Rodolfo, «Florence 1613-1620. Une jeune femme: les années Florentines D'artemisia Gentilesch» en *Artemisia 1593-1654* (cat.exp.), Paris, Gallimard, 2012.
- MAZZOCCA, Fernando, *Viaggio in Italia di una donna artista i "Souvenirs" di Elisabeth Vigée le Brun 1789-1792*, Milano, Mondadori Electa, 2004, pp.31-49.
- MODESTI, Adelina, *Elisabetta Sirani 'Virtuosa': Women's Cultural Production in Early Modern Bologna (Late Medieval and Early Modern Studies)*, London, Brepols Publishers, 2013.
- MOIR, Alfred, *The Italian Followers of Caravaggio*, Cambridge, Harvard University Press, 1967, vol. I, p. 137 y vol. II, p. 74
- MUÑOZ LÓPEZ, PILAR, «Espacio de creatividad femenina en el arte español» en Arriaga Flórez, Mercedes. and Cols. (eds), *Mujeres, Espacio & Poder*, Sevilla, ArCibel Ed., 2006, pp.443-475
- MUSEO DEL PRADO. *Catálogo de pinturas*, Madrid, Ministerio de Educación y Cultura, 1996.
- NADAL GAYÁ, Joan Manuel, *Diccionari de pintors, escultors, gravadors i dibuixants. L'Art a la Lleida del segle XX*, Lleida, Pagés, 2003, p.132
- OSSORIO Y BERNARD, Manuel, *Galería biográfica de artistas españoles del siglo XIX [1883-1884]*, Madrid, Giner, 1975, p. 442
- PANTORBA Bernardino de, *Historia y crítica de las Exposiciones Nacionales de Bellas Artes en España*, Madrid, Jesús Garcia Rama, (1948), 1980
- PARADA SANTÍN, José y Avilés, Ángel., *Las pintoras españolas*, Madrid, Impr. del Asilo de Huérfanos del S.C. de Jesús, 1902.
- PARKER, Rozsika; Pollock Griselda, *Old Mistresses, Women Art and Ideology*, New york, Pandora Press, 1981
- PÉREZ NEU, Carmen G., *Galería Universal de Pintoras*, Madrid, Editora Nacional, 1964, pp. 56-58
- PERLINGIERI, Ilya Sandra, *Sofonisba Anguissola: The First Great Woman Artist of the Renaissance*, Nueva York, Rizzoli, 1992
- POLLOCK, Griselda, *Encuentros en el Museo feminista virtual. Tiempo, espacio y archivo*, Madrid, Cátedra
- PORTUNATI BENTINI, Jadranka and Vera, *Elisabetta Sirani: "pittrice eroina" 1638-1665*, Bologna, Editrici Compositori, 2004
- POSADA KUBISSA, Teresa, *De la vida doméstica : bodegones flamencos y holandeses del siglo XVII*, Madrid, Fundación Juan March, 2013
- QUINTERO ATAURI, Pelayo, *Mujeres ilustres. Apuntes biográficos sobre Teresa Nicolau y Ana María Mengs*, Madrid, Imprenta Ibérica, 1907, pp. 9-12.
- ROMBOUTS, Philippe Felix, & Lerijs, Théodore van, *Les Liggeren et autres Arch*, Amberes, Baggerman, 1872, t. II, p. 522
- ROSENTAHL, Angela, *Angelica Kauffman; Art and Sensibility*, Londres y New Haven, University press, 2006, pp.70 y ss.
- SCHRÖDER, Stephan y Mauer, Gudrun (Com.), *Mengs & Azara. Retrato de una amistad*, Madrid, Museo del Prado, 2013, p. 23
- SMITH, Theresa A., «Reconsiderando el papel de la mujer en la Real Academia de Bellas artes de San Fernando», *VIII Jornadas de Arte. La mujer en el arte español*, Madrid, 1997, pp.279-288
- SOLINAS, Francesco; Nicolaci, Michele.;Primarosa, Yuri, *Lettere di Artemisia, edizione critica e annotata con quarantatre documenti inediti*, Roma, De luca Editori d'Arte, 2011.
- TINAGLI, Paola, *Women in Italian Renaissance Art. Gender, representation, identity*, Manchester and New york, Manchester University press, 1997, p.13-16
- UBEDA DE LOS COBOS, Andrés, «La decoración pictórica del Placio del Buen Retiro» en *El palacio del Rey Planeta. Felipe IV y el Buen Retiro*, cat exp. Madrid, 2005, p. 15-27.
- VIRIBAY ABAD, Miguel, «Acotaciones para los cuadros de una exposición», (Cat. Exp.) *La Mujer en la pintura (S. XVIII-XX)*, Museo de Jaén, 1991, pp.29, 68-69

LINKOGRAFIA

- CUADERNO DE SOFONISBA, «Las pintoras en el almacén», *Pintoras en el Museo del Prado in & out (II)* en <http://cuadernodesofonisba.blogspot.com.es/2012/12/retrato-de-gimbattista-caselli-poeta-y.html> (Consulta 6-7-2013)
- GRACIA NORIEGA, Ignacio, «La pintora Julia Alcaide», *Entrevistas en la Historia*, en <http://www.ignaciogracionoriega.net/enh/20050801.htm> (Consulta 1-9-2013)

- http://americanart.si.edu/search/artist_bio.cfm?ID=2814 (Consulta 19-8-2013)
- <http://www.museodelprado.es/coleccion/galeria-on-line/galeria-on-line/obra/mujer-joven-en-un-rio/> (Consulta 20-8-2013)
- <http://www.museodelprado.es/enciclopedia/enciclopedia-on-line/voz/liniers-louise-de/> (Consulta 16-8-2013)
- <http://www.nmwa.org/works/philip-ii-receiving-news-loss-invincible-armada> (Consulta 18-8-2013)
- IBERO CONSTANSÓ, Alba: «Brockman Elena», en Martínez, Cándida; Pastor, Reyna; Pascua, M^a José de la; Tavera, Susanna, (dirs.), Mujeres en la Historia de España, Madrid, Planeta, 2000, pp.444-445. En <http://www.mcnbiografias.com/app-bio/do/show?key=brockmann-elena> (Consulta 18-8-2013)
- MIELOST, Christian, «Sofonisba Anguissola, una artista “casi” desconocida» en http://www.homines.com/arte/sofonisba_anguissola/index.htm (Consulta 14-8-2013)