

VII Jornadas Santiago Wallace de Investigación en Antropología Social. Sección de Antropología Social. Instituto de Ciencias Antropológicas. Facultad de Filosofía y Letras, UBA, Buenos Aires, 2013.

# Procesos de intervención en el desarrollo turístico de poblaciones mapuche.

IMPEMBA Marcelo Horacio.

Cita:

IMPEMBA Marcelo Horacio (2013). *Procesos de intervención en el desarrollo turístico de poblaciones mapuche. VII Jornadas Santiago Wallace de Investigación en Antropología Social. Sección de Antropología Social. Instituto de Ciencias Antropológicas. Facultad de Filosofía y Letras, UBA, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-063/352>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

## VII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

### Grupo de Trabajo N° 14 Etnicidades y territorios en redefinición

#### Procesos de Intervención en el Desarrollo Turístico de Poblaciones Mapuche

Dr. Marcelo Impemba

Universidad Nacional del Comahue

[impemba@smandes.com.ar](mailto:impemba@smandes.com.ar)

#### **Una mirada desarrollista o la visión social del turismo en el medio rural.**

Es indudable que todo lo relacionado con el turismo y lo que proceda de él, se lo intente mostrar desde sus aspectos cuantitativos para exponer que es una actividad económica que ha experimentado uno de los mayores índices de crecimiento, tanto desde el punto de vista monetario, como del número del desplazamiento de personas a lo largo del mundo en los últimos años. Esto ha provocado un gran interés por parte de los sectores público y privado, para apoyar esta actividad como fuente generadora de ingresos y empleos.

El enfoque que ha predominado como consecuencia de la masificación del turismo, es aquel anclado en el esquema propuesto por el “desarrollismo”, en cuanto a promover una economía de enclave especializada en este caso en el negocio de los viajes, con ventajas comparativas a corto y mediano plazo que favorecerían el desarrollo, tanto a nivel local como regional o nacional.

Este posicionamiento se deriva de una mirada donde las políticas turísticas en este caso están destinadas a acompañar al sector privado, asegurando el *correcto* funcionamiento del mercado como autoregulator de su propio proceso en la distribución de los *beneficios* económicos y, en consecuencia como parte del *orden natural* de las relaciones sociales.

Esta conceptualización tradicional del turismo, la cual se ha consolidado en los últimos cincuenta años en los diversos ámbitos académicos, donde se concibe a la actividad turística como una “industria sin chimeneas”, que no ha tenido en cuenta en igual medida las necesidades e impactos en las poblaciones locales o comunidades receptoras. Las problemáticas relativas a la pobreza y la concentración económica, son situaciones que evidentemente se trasladan al campo turístico. Por lo tanto, los ingresos generados por esta actividad no necesariamente presentan una distribución de la renta en forma equitativa, tanto al interior de los destinos turísticos ya consolidados, como en especial sobre aquellos lugares emergentes al campo turístico, con poblaciones de baja escala de tipo rural o semirural, donde se trasladan todas estas problemáticas antes descriptas, especialmente entre los sectores que

participan de la actividad y en contraposición los diversos sectores de la población que están relacionados indirectamente con el turismo.

En contextos rurales de los países que integran América Latina, al turismo se lo posiciona en un lugar de privilegio como una posible y mediata solución a situaciones de desempleo y crisis de las economías regionales, tendiente a paliar y/o resolver situaciones de recesión de las actividades productivas tradicionales.

En nuestro país, en aquellas regiones de frontera o alejadas de los centros urbanos, en situaciones de precariedad socioeconómica, el turismo aparece como un importante factor de reconversión económica, una forma de adaptación a los cambios, generalmente ante una situación de crisis.

Las investigaciones en el campo turístico se han centrado primordialmente en la forma de captar y satisfacer las necesidades de los turistas y por lo tanto, dando lugar a un tratamiento del turismo como fenómeno descontextualizado del orden social a cuya comprensión poco podía aportar, ya que el espacio turístico era considerado como un soporte geográfico y cultural donde se inserta la actividad turística.

Por el contrario, son escasos los estudios sobre las consecuencias que trae aparejado el desarrollo de actividades turísticas sobre los actores sociales de un destino turístico y como incide sobre aspectos socioeconómicos y la calidad de vida de la población residente. Es en este contexto, cuando resulta necesario abordar las relaciones de poder entre los sectores de una localidad turística, teniendo en cuenta además el lugar que ocupan y como, estas se resignifican en nuestro caso a través y por medio del campo turístico e inciden en la construcción de la relación con un “otro” donde además de lo económico, intervienen aspectos culturales.

Este tipo de análisis permite interpretar el proceso de emergencia de diversos conflictos preexistentes al desarrollo turístico de ese territorio, que permanecen ocultos o “tapados” detrás del escenario turístico, pero que se revitalizan a partir y como consecuencia del resultado de la articulación, desplazamiento, conquistas y retrocesos en torno a dichas relaciones de poder mediatizados por el campo turístico.

Tratando de superar la simplificación de suponer que, como una mera consecuencia de relación causa-efecto entre el desarrollo del turismo y sus efectos inmediatos y directos, se comprende en este sentido que son múltiples los factores que influyen en los cambios sociales de una población con actividad turística. Estas transformaciones por el contrario no son exclusivas del turismo y sí, hunden sus raíces en factores sociales e históricos de una realidad

determinada, donde a su vez el turismo se transforma en un instrumento que permite comprender el contexto en el cuál se desarrolla.

Resulta en consecuencia relevante, abordar el turismo contextualizado espacial e históricamente, como un fenómeno social de múltiples implicancias entre los actores sociales intervinientes, tanto los visitantes que arriban, como también las poblaciones residentes del lugar visitado y, aquellos que participan como productores turísticos o funcionarios de diferentes organismos estatales.

Entre los efectos producidos por el turismo, se destaca la alteración de las estructuras sociales provocadas no-solo con la llegada de los turistas, sino también por la incorporación de pautas de consumo y formas de producción capitalistas, en especial en poblaciones autóctonas de base rural o campesina. Estas alteraciones o modificaciones en el plano interno de este tipo de comunidades, se producen por un lado al intentar adaptarse a los gustos y tradiciones del visitante, como consecuencia de la generación de conflictos internos a partir de los ingresos y ganancias del turismo y, la influencia que tiene en sus bases productivas y relaciones familiares y comunitarias esta incorporación de una nueva lógica de producción capitalista.

A su vez, en estos contextos hasta aquí analizados de poblaciones rurales o semirurales, en muchos de los casos en situación de precariedad laboral y socioeconómica, irrumpen en la superficie problemáticas, resentimientos o conflictos, muchos de los cuales de considerable antigüedad, anclados en historias pasadas, incluso de anteriores generaciones, preexistentes al desarrollo turístico de ese territorio, pero que toman fuerza y se hacen visibles a partir del desarrollo de la explotación turística.

### **Los procesos simbólicos del etnoturismo**

El turismo, en especial a partir de la década del '90, es concebido como una alternativa para el desarrollo,<sup>1</sup> aunque en nuestro país como en el resto de Latinoamérica, su implementación en este campo va de la mano de políticas neoliberales. Este modelo imperante se basa en el desarrollo de mercados. Por lo tanto, tiene que sustentarse en la generación de condiciones favorables que promuevan el incremento de la rentabilidad y la competitividad de la producción, y para esto se requiere participar en nuevos mercados e incorporar regiones, localidades y poblaciones a esta lógica, que cumplan con los requisitos del capital para dar lugar a su reproducción. *“Pero persuadidos también de que el sector turístico mundial en su conjunto se favorecería considerablemente de desenvolverse en un entorno que fomente la*

---

<sup>1</sup> Esta concepción del turismo asociada a la ideología del desarrollo, se basa en una política económica sustentada en la introducción de nuevas actividades en zonas marginadas para hacerle frente a la pobreza (OMT, Código Ético Mundial para el Turismo 1999)

*economía de mercado, la empresa privada y la libertad de comercio, y que le permita optimizar sus beneficiosos efectos de creación de actividad y empleo, (...)*” (O.M.T. Código Ético Mundial para el Turismo, 1999)

Es así como a este desarrollo se ha basado en la promoción de la actividad privada, posibilitando beneficios económicos hacia los empresarios turísticos y estimulando la radicación de grandes inversores en el sector servicios, en especial de origen extranjero.

En la última década, surge una modalidad adaptativa bajo los supuestos de *turismo responsable y sustentable*, que bajo los preceptos de contenido social del denominado desarrollo local, sigue orientada al interés del mercado. Un modelo basado en el cuidado del medio ambiente, la protección de la naturaleza y la puesta en valor del patrimonio cultural, preocupado por resolver la pobreza, en particular en contextos rurales. A pesar de sus buenas intenciones, esta propuesta continúa poniendo el acento en la búsqueda y formación de nuevos empresarios en la población local, quienes mediante la capacitación y asesoramiento adecuado brindado por el propio Estado, puedan reunir en un futuro mediato las condiciones requeridas por el mercado para la reproducción de capital.<sup>2</sup>

En este nuevo contexto, se trataría de fomentar productores o prestadores de servicio, que accedan al mercado para convertirse en pequeños empresarios exitosos en el marco de políticas de desarrollo del turismo en el medio rural, sostenidas solo como una estrategia de negocios, con el fin de ampliar la oferta y captar nuevos clientes, basada en una política económica de desregulación y libre mercado.

El turismo así abordado, en su relación con los procesos históricamente específicos y socialmente estructurados, es indisociable de la dimensión cultural como también política de dichos procesos, a partir y como consecuencia de su constitución significativa y contextualización social.

A nadie escapa, que el mencionado crecimiento en números de visitantes y del movimiento económico consiguiente, ha provocado un creciente interés político y privado hacia la promoción del fenómeno turístico, tratando de captar parte de esos recursos que se inyectan en el mercado a nivel mundial,<sup>3</sup> como también en forma directa e indirecta generar mano de

---

<sup>2</sup> *“Íntimamente convencidos de que, siempre que se respeten determinados principios y se observen ciertas normas, el turismo responsable y sostenible no es en modo alguno incompatible con una mayor liberalización de las condiciones por las que se rige el comercio de servicios y bajo cuya tutela operan las empresas del sector, y que cabe conciliar en este campo economía y ecología, medio ambiente y desarrollo, y apertura a los intercambios internacionales y protección de las identidades sociales y culturales, (...)*” O.M.T. Código Ético Mundial para el Turismo. (1999)

<sup>3</sup> Las estimaciones oficiales sobre el turismo como fenómeno mundial predecían que para el año 2010 esta actividad iba a generar ingresos por 1,5 billones de dólares y 1.000 millones de personas viajarían fuera de su

obra local, un factor siempre sensible en áreas rurales. En definitiva, amplia regiones esperan con ansias integrarse al mercado turístico para captar parte de los beneficios que esta actividad conlleva.

Por lo tanto, no debería sorprender que, necesitados de divisas, los países emergentes del tercer mundo tengan al turismo como el camino más corto y accesible hacia el desarrollo, convirtiéndose en una especie de panacea para las naciones endeudadas. “Además, el turismo se convirtió en parte integrante de los programas de ajuste estructural que imponen los organismos financieros multilaterales a cambio de sus créditos. El Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial clasifican al turismo como una estrategia de exportación y lo promueven como medio para el reembolso de sus préstamos” (Chávez, R., 1999: 1).

En Latinoamérica la expansión del mercado turístico representó entre otros motivos, una alternativa económica que haga frente a las situaciones de crisis que se les presentan a las economías regionales, en particular en contextos rurales. Los pueblos nativos, antes excluidos de las actividades turísticas, son ahora utilizados como mano de obra o para ampliar la oferta turística del denominado en forma genérica *turismo cultural*<sup>4</sup>, considerado una variante sustentable y no perjudicial para el ambiente que surgió como respuesta a la creciente preocupación de los ecologistas. (Chávez, R., 1999). Las experiencias derivadas de este tipo de turismo se originaron y consolidaron en diversos lugares del mundo, comenzando a denominarse en forma genérica como turismo cultural, y específicamente se lo identifica cuando se trata de poblaciones indígenas como *turismo étnico* o *etnoturismo*.<sup>5</sup>

Cuando hasta hace solo unas décadas atrás, el contacto con lo indígena solo estaba incluido formando parte en el paisaje circundante del espacio y las promociones turísticas, con el fin

---

país. Las cifras seguramente sufrirán un retraimiento debido a las sucesivas crisis financieras y al problema de la gripe A (H1N1), que llevaron a una disminución en el 2009 en promedio del 4% en las llegadas de turistas, cifra que se detuvo finalmente en 880 millones. Fuente: Organización Mundial del Turismo.

<sup>4</sup> El Turismo Cultural contribuye a preservar la identidad local a través de actividades sustentables con la puesta en valor de recursos susceptibles de atraer un flujo de demanda turística. Los recursos históricos, artísticos, etnográficos, costumbres y folklore se agrupan en esta modalidad y son puestos en valor con un fuerte contenido orientado a la preservación y fomento de los mismos. (Plan de Gestión de Turismo 2008 – 2011. Ministerio de Desarrollo Territorial – Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquén).

<sup>5</sup> TURISMO ETNICO: Neuquén, aún siendo una provincia joven, tiene una gran riqueza etno-cultural en sus poblaciones rurales donde hoy conviven gauchos, criollos y mapuches cuyas costumbres y fiestas tradicionales se mantienen con gran predisposición de ser compartidas para disfrutarlas.” Informe Turismo Interno (2001) Elaborado por la Dirección General de Análisis e Investigación Económica del Mercado Turístico. Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquén.

de incrementar el valor de un producto turístico<sup>6</sup> otorgándole en nuestro caso un toque exótico de impronta *mapuche*.

Por la proximidad a los destinos turísticos de la denominada Región de los Lagos, incluso en muchos de los casos casi conformando barrios de los mismos, y en otros por estar en el recorrido de los diferentes circuitos turísticos, en forma esporádica, sin planificación previa, y en ocasiones de manera compulsiva, las comunidades mapuche se fueron incorporando en forma paulatina e indirectamente al paisaje turístico a través de la *puesta en valor* de su patrimonio y cultura. “*El proceso de apropiación, homogenización y funcionalización forman un modelo cultural que coadyuva a la permanencia del modelo económico en vigor, por ello, el materialismo cultural provee las categorías teórico – metodológicas para el estudio del turismo como nuevo eje de acumulación*” (Muñoz, Alejandro, et. al 2009: 10).

En otras palabras, sobre una situación marginal y en muchos de los casos de pobreza estructural, se construyó un producto turístico al que inevitablemente se lo identificó con su respectivo nombre propio para así ser ofrecido en el mercado.

En esta suerte de ecuación turística, se establece una relación entre los diferentes actores que intervienen en la misma. Por un lado, la mayor parte de los turistas que visitan la región saben de la existencia de comunidades mapuche<sup>7</sup>, aunque no cuentan con mayores conocimientos de la historia local, de las particularidades del pueblo mapuche y de sus condiciones de vida.

Pero en contraposición y, a favor de los vientos que anuncian los cambios propicios de la diversidad, las comunidades mapuches comienzan a recibir la demanda creciente de un tipo de turista, que de algún modo *desafía* y sale fuera del escenario formal que se prepara para recibirlo, es decir que no sólo se conforma con los escenarios preparados para la temporada turística, y si en cambio desea conocer y conectarse con la trastienda y vincularse de manera diferente con el lugar visitado. Entre este tipo de turismo y turista se ubican quienes desean tener, como parte de su viaje a territorios desconocidos, contacto directo y en forma personal con poblaciones indígenas.

---

<sup>6</sup> Un producto turístico puede ser un recurso de la naturaleza o de la cultura, a lo que se suma una infraestructura turística que comprende una serie de equipamientos y servicios (medios de hospedaje, red de alimentación, de diversión, de transporte), infraestructura de acceso (carreteras, aeropuertos) e infraestructura básica urbana (saneamiento, luz, comunicaciones) (Barretto, M., 2005)

<sup>7</sup> En la Encuesta Estival 2000/2001 sobre la pregunta si conocía de la existencia en la zona de comunidades mapuche, el 96% de los encuestados respondió en forma afirmativa. Secretaría Municipal de Turismo y Desarrollo Económico. Municipalidad de San Martín de los Andes

Un tercer actor social participante del hecho turístico está representado por quienes están encargados de mediar en la relación turista - poblador mapuche, que en muchos de los casos participan como *mediadores externos*<sup>8</sup>, que en definitiva intervienen y por ende inciden en la construcción de esta relación, con discursos cimentados desde el hábitus establecido por el capital económico y social de las prácticas turísticas.

En este sentido, existe una construcción sobre el *contacto cultural* que se establecería entre el turista y pobladores mapuche que también y en forma concordante se promociona desde los folletos y las distintas formas de promoción turística o en los mismos planes de desarrollo turístico, bajo una idílica imagen de armoniosa asimilación a los valores resaltados de la cultura mapuche en un entorno idealizado, desconociendo la existencia de conflictos interétnicos o una realidad social que trasciende el fenómeno turístico. “*El turismo indígena es representado a partir de estrategias retóricas que resaltan ciertos rasgos de su identidad, creando de esta manera una imagen de autenticidad, que momifica sus prácticas y representaciones, y que es utilizada para reafirmar el capital simbólico dado por su condición de aborígen, y con el cual se destacan y legitiman dentro del campo*” (Elías, P., 2004: 2).

Queda en manos de aquellos actores que representan a los sectores privados y públicos del campo turístico, la denominada *puesta en valor* de aquellos recursos valorados como representativos de la cultura y cosmovisión que integren y le den sentido al *producto mapuche*<sup>9</sup>, definiendo las estrategias adecuadas para colocarlo en el mercado y, por lo tanto convertirlo en un recurso económico donde lo cultural se define a partir de su valoración monetaria, para lo cual habría que adecuar dicho *producto* al gusto del turista: Qué exhibirse, cómo y dónde exponer a ese *conjunto heterogéneo* denominado comunidad mapuche.

En dicha estructura comercial, es el propio poblador como actor de la representación quien tendría que dar cuenta de todo lo relacionado con *lo mapuche*, desde un lugar que haga referencia solo al pasado.

En síntesis, esta construcción idealizada se define a partir de la representación de un habitante que vive de su trabajo rural en un territorio compartido en comunidad, sin exteriorizar

---

<sup>8</sup> Para lograr esto, Carvajal exalta la figura del guía de turismo como animador sociocultural y como *agente intermediario de los contactos interculturales entablados por los turistas y los pueblos receptores*” (1992:89). El énfasis de dicha obra está puesto en el área temática de las relaciones turistas-anfitriones y, en menor medida, en los impactos” (Otamendi, A., 2006: s/r)

<sup>9</sup> Se entiende por Producto Turístico al conjunto de recursos naturales, culturales y humanos con capacidad de atracción de visitantes que un área puede ofrecer, complementado por infraestructura y equipamiento de apoyo y promovido por una organización de venta. Turismo en comunidades mapuche es un producto turístico dentro de la clasificación Turismo Cultural. (Plan Maestro de Turismo 2003-2007: 21)



conflictos a la vista relacionados con la propiedad y usurpación de su territorio, ser presentables y además, estar siempre dispuestos a ser descubiertos por la vista del visitante.

### **Diversidad cultural o diversificación de la oferta turística**

Es un sujeto urbano quien se desplaza para concretar un encuentro con aquel extraño que se encuentra en su realidad cotidiana rural, muchas veces por debajo de la línea de pobreza y que es visto, observado, preguntado y tal vez, pueda concretar la venta de alguna artesanía o producto casero, pero difícilmente sea reconocible como ciudadano argentino de plenos derechos.

Dicho encuentro puede tener respuesta en la mayor aceptación social hacia la diversidad cultural que, como discurso de la tolerancia y el respeto de los distintos modos de vida cimentado bajo el sentido de lo “*políticamente correcto*”, se enclava de manera particular como efecto para contrarrestar la construcción de la discursividad hegemónica.

Desde los territorios indígenas reconocidos, como expresa Duch, durante los últimos años se produjeron significativos avances, tanto en los discursos políticos como en los contenidos de las constituciones nacionales<sup>10</sup>, avances que no se tradujeron en una defensa efectiva de los “*derechos de los pueblos originarios, existiendo una enorme deuda de los estados en tal sentido y una brecha de implementación importante: El accionar negligente más notorio de los estados se manifiesta en el mantenimiento de leyes y reglamentaciones, de orden notablemente inferior a las constituciones y tratados internacionales referidos, que por no resultar oportunamente adaptadas al nuevo orden constitucional e internacional, vulneran sistemáticamente los principios reflejados en la cúspide de sus pirámides jurídicas*” (Duch, D., 2008: 1).

También este reconocimiento se produce como reacción a los efectos de la denominada globalización, en un mundo visto como una aldea global, donde se busca eliminar las diferencias, imponiendo signos universales comprensibles para todos y sistemas de comunicación que desafían la diversidad de lenguajes (Margulis, M. ,1997). Como también sostiene Vázquez, H, para las organizaciones etnicistas el proceso globalizador es percibido como la *homogeneización desde arriba*, la imposición de una *igualdad formal sin diversidad*. En consecuencia, lo distinto y diverso atrae y se fija en este mundo globalizado como rechazo ante la tendencia homogeneización del nuevo siglo. Lo local se articula con lo global, se

---

<sup>10</sup> Durante la década que fuera desde mediados de los 80 a mediados de los 90, en consonancia con el retorno a la democracia en esos países, catorce constituciones nacionales latinoamericanas resultaron reformadas en el sentido de ampliar el nivel de protección hacia los derechos de los pueblos originarios

confrontan pero muchas veces se integran, lo global no puede destruir lo local, porque lo necesita para su expansión, en realidad lo intensifica y se nutre de la otredad.

En una sociedad globalizada, como explicita Ortiz, R. a medida que el avance del poder hegemónico de los aparatos y símbolos de las multinacionales progresa sobre los contextos cercanos y particulares, el análisis y abordaje de la problemática de la etnicidad y la diversidad cultural, no puede perder de vista esta gran realidad compleja y contradictoria. *“En consecuencia con los efectos de la globalización neocapitalista, las culturas nacionales y étnicas se ven amenazadas interna y externamente. Afirmar el sentido histórico de la diversidad cultural es sumergirla en la materialidad de los intereses y de los conflictos sociales (Capitalismo, socialismo, colonialismo, globalización). La diversidad se manifiesta, por ende, en situaciones concretas”* (Ortiz, R. 1998: 41).

En este contexto globalizado se tiende a desterritorializar los mensajes, los símbolos, los códigos que circulan libremente en redes desconectadas de espacios sociales específicos y locales. Este proceso, a su vez, está acompañado por otro: una reterritorialización. Esto significa que la mundialización de la sociedad se corporiza en las particularidades nacionales, las fragmenta e integra en dinámicas contradictorias, envolventes en el ámbito global, lo que implica que el mundo de la vida se altera considerablemente<sup>11</sup>.

Por una cuestión de moda, nuevas aperturas de mercados, rechazo inconsciente a la globalización o todos estos factores interrelacionados, aparece un tipo de viajero que adquiere nuevas formas de turismo, con inquietudes por fuera de las estrategias de consumo masivo. Dispone de una visión más aproximada de los escenarios presentados, reconoce los problemas socioculturales cargados de prejuicios y donde existen sectores excluidos. Estas disposiciones le permiten tener un mayor contacto con las culturas originarias que allí viven, y que en este caso es con el poblador mapuche, ya no a través de las ventanillas de los colectivos de excursiones o de las lanchas de pasajeros, sino que reconoce al *otro* en la propia diversidad. *“En definitiva, el consumidor responsable está comprando una ficción respecto de una identidad, de un territorio. Volvemos a la discusión sobre el objeto real de los procesos identitarios implicados, donde en última instancia estamos hablando del establecimiento de una relación entre dos tipos de identidades ficcionalizadas”* (Carenzo, 2007: 140).

¿Pero qué es lo que busca este tipo de turistas y espera descubrir en el hasta no hace mucho tiempo atrás *“otro invisible”*? ¿Qué se le ofrece a ese viajero puesto a visitar y recorrer una

---

<sup>11</sup> “La desterritorialización tiene la virtud de apartar el espacio del medio físico que lo aprisionaba, la reterritorialización lo actualiza como dimensión de lo social” Ortiz, R. (1996)

comunidad mapuche? ¿Cómo es o debería ser la construcción de los vínculos entre los pobladores mapuche y los visitantes?

En todo caso, se produce a través y por medio del campo turístico un *apoderamiento* de la cultura mapuche, que también se extiende hacia su mundo simbólico: el de las denominadas tradiciones y religión mapuche. Estas denominaciones que reciben la cosmovisión e historia de las poblaciones indígenas en general y de la mapuche en particular, son adaptaciones al gusto occidental de la cultura predominante de lo mapuche, para ser reprocesado en el mercado turístico bajo los criterios del consumo cultura, comprensibles y digeridos para la mirada homogeneizadora (Impemba, M., 2005).

*“Hace mucho tiempo, en la zona del volcán Lanín, existían dos tribus enemigas irreconciliables que guerreaban a menudo y se guardaban mucho rencor. Un día, el joven hijo del Cacique de una de las tribus y la hija del Cacique de la otra se enamoraron locamente. Pero dado el intenso odio que existía entre las familias, no podían tratarse a menudo y verse abiertamente”* (Leyenda de la flor Mutisia. <http://www.neuquentur.gob.ar/comunidades-mapuche>. Sitio Oficial de Turismo de Neuquén).

El pequeño y lento cambio se produce cuando los visitantes neorurales desean tener una relación directa y personal, a fin de descubrir en ese contacto al *otro* diferente, tan lejano como la distancia que separa al habitante de una gran ciudad con sus pautas de vida urbanizada y de consumo, del habitante de un paraje rural de ascendencia indígena. Su motivación principal es conocer las condiciones de la vida cotidiana, en nuestro caso de las comunidades mapuche, así como sus concepciones del mundo y sus pautas culturales, pero en especial sus modos de vida y producción. *“Por una parte los otros indígenas, artesanos, que habitan comunidades marginadas y pobres, en territorios exóticos y lejanos, constituyendo los relictos vivientes de la diversidad cultural del globo”* (Carenzo, 2007: 140)

Es evidente que hay una diferencia en esta relación de tiempo y espacio. Los turistas, quienes en su mayoría proceden de los principales centros urbanos del país o del extranjero, con una noción de tiempo (horarios, las relaciones laborales, personales y/o sociales urbanas) y espacio (un paisaje urbano, ordenado y edificado en cuadrícula ortogonal) en contraposición con los modos en que estas coordenadas se estructuran en la sociedad y la cultura mapuche en el medio rural. Es esa diferencia entre ámbitos de vida, la principal motivación de los turistas para conocer y reconocerse en un estilo de vida, en contacto con la naturaleza y se desarrolla en un ambiente incontaminado y puro.

Hay que reconocer que en este tipo de viajes, hay un intento de comunicación con el *otro* que supere en muchos casos la mera fotografía, pero no se puede desconocer que a través del turismo

se establecen relaciones momentáneas, esporádicas y de un breve intervalo de tiempo, en muchos de los casos fugaz, por lo que resulta difícil de quebrar o al menos superar el estereotipo que se construyó hace tiempo con relación en nuestro caso a los mapuche, que han sido despojados de su historia y de su cultura.

### **La incorporación al turismo y el proceso de inmovilización social y el no-cambio**

*“El territorio neuquino estaba habitado por tres grupos aborígenes, hoy Mapuches o Araucanos... En la actualidad, existen en Neuquén treinta y dos comunidades mapuches que conservan sus tradiciones culturales... Las comunidades mapuches mantienen su cultura y se expresan a través de una importante y variada producción de artesanías.”* Folleto Neuquén – Patagonia Argentina. Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquén. Dirección Provincial de Turismo.

Bajo un discurso pseudocientificista, sectores vinculados con el poder político o económico o ambos a la vez, a través y por medio del campo turístico, deciden e imponen sobre el *otro*, en este caso el pueblo mapuche, qué es *mostrable* y cómo se lo muestra y selecciona arbitrariamente aquello que resulte *atractivo*<sup>12</sup> para el visitante.

En esta trayectoria, se reconstruye entidades aisladas que intentan explicar y/o mostrar sobre ese *otro* y *su cultura*, desconociendo que los pobladores indígenas cuentan con un conocimiento ancestral que se basa en su propia vida y experiencia directa. *“La gente mapuche no solamente tiene creencias y leyendas, sino que sabe, evalúa y valida. El conocimiento mapuche es un conocimiento objetivo y verdadero, compete y desafía, y establece alianzas con otras epistemologías de disensión. Es un desafío reconocer que la palabra y la visión Mapuche no son adornos a mirar exóticamente como un resabio del pasado, aplastado por nuestra cosmovisión occidental”* (Díaz, R. 2004: 6).

Porque en definitiva, cultura no se reduce a las creencias, las artesanías o los instrumentos musicales, implica en contraposición un conocimiento, revalorizado y que se ganó un lugar central en cuanto a su validez y reconocimiento y, se encuentra en el centro de un proceso reivindicatorio.

---

<sup>12</sup> “No obstante, desde el turismo, es oportuno reconocer que el pueblo mapuche (como el resto de los pueblos indígenas de Chile) poseen paisajes que representan un recurso turístico potencial, y se debe tener presente que las áreas de conflictos que sostiene el pueblo mapuche con el Estado y la empresa privada son también escenarios propicios para el turismo: Alto Bío Bío, carretera de la costa y conflictos con las empresas forestales, pero que nunca han sido defendida desde la esta perspectiva y tampoco el sector turístico *global*” se manifiesta porque ve estos importantes temas como problemas de los mapuche, de los ecologistas y comunistas.” Hernández Montero, M.(2002)

El turista cuando viaja trae consigo no solo un amplio bagaje de estereotipos, como sustenta Santana (1994), derivados tanto de sus características socioculturales como económicas, sino también como consecuencia de los prejuicios creados y recreados deliberadamente, por los intermediarios del viaje al vender un destino turístico. Esas expectativas autocreadas van a influir en su conversión a turista, en aquellos encuentros a establecer.

Se incentiva de esta manera un imaginario en un doble sentido y dirección, porque para los turistas solo se rescatan unos pocos rasgos fragmentados de la cultura mapuche, pero también los turistas son en cierta medida deshumanizados al ser contemplados a través de los innumerables tamices contruidos por los residentes, que simplifican su imagen y son categorizados por rasgos o características como nacionalidad, color de la piel, sexo, etc. “... *perdiendo el turista el carácter de persona en aras a su explotación como recurso, y de otra, de estos últimos hacia lo local, descontextualizando la cultura del destino que también pasa a integrarse en el sistema como recurso estereotipado apropiado por los visitantes*” (Santana, A. 1994: 4)

Estos recortes a la cultura mapuche asumen relevancia e importancia solo si se lo referencia a la cultura occidental; una sociedad que se encargó anteriormente de anular e incluso eliminar todo vestigio de la misma, hoy vuelve a reflatarse, procesada y adaptada a un discurso a la medida de un consumo burgués y urbano.

Desde una concepción esencialista, lo indígena se lo asocia a lo primitivo y, la identidad se conforma a partir de contar y ser portadores de una serie determinada de rasgos o atributos culturales.

En este caso, para poder comercializar un producto *de origen mapuche* se requiere que este se refiera a lo autóctono y se relacione con “lo tradicional”. Es auténticamente mapuche en tanto no se acceda a los bienes de la modernidad y no se reconozca como resultado de una experiencia histórica de lucha y de afirmación cultural. En esta línea de análisis, la pérdida de “autenticidad” por la influencia del *blanco o winca* resulta un disvalor al momento de planificar el marketing del producto turístico mapuche.

Citando a autores como Bartolomé, M. (2003), quien afirma que se puede ser mapuche y profesional, obrero, artista, o empleado público, pero en los procesos de afirmación étnica y en especial en los encuentros interétnicos, es frecuente que se recurra a “*emblemas identitarios*”. Es decir a rasgos materiales o ideológicos, propios o apropiados, que argumenten de manera explícita la identidad de sus poseedores: de esta manera las ropas o las artesanías (ponchos, fajas, sombreros, etc.) son resignificados y pasan a detentar un valor emblemático que estaba ausente en su uso cotidiano.

Desde el punto de vista ético, unas de las cuestiones a plantearse en todo desarrollo turístico en poblaciones indígenas, tiene que ver con definir si esto es posible, cuál es el límite de lo que puede ser *turificable* en una comunidad, como se cuestiona Barretto, M. Esta investigadora se refiere a la dicotomía de lo *sagrado / profano*, en cuanto a lo que debe permanecer en la esfera de lo privado y lo que puede ser transformado en espectáculo público. “...hasta que punto tienen derecho los promotores de negocios turísticos de decidir que un determinado grupo humano debe permanecer congelado en una determinada etapa tecnológica para propiciar un remanso de fuga del presente y su deshumanización y desnaturalización” (Barretto, M., 2005: 8)

Y este panorama se puede ir completando con aquella otra pregunta que refiere a: ¿Cuáles son los elementos que deben ser tomados en cuenta de la identidad de un determinado grupo humano para ser expuestos por el lente turístico?

Desde este posicionamiento hegemónico que se repite y refuerza en y desde el turismo, se le niega al poblador mapuche su condición de ser cultural, por lo tanto integrante de un proceso sujeto a cambios, sin cuestionar siquiera las razones y consecuencias de un genocidio y posterior dispersión y aniquilamiento cultural que perduró y se acentuó durante todo el siglo XX.

“El despertar de la conciencia étnica es así el producto de procesos históricos de dominación y relaciones estructurales de desigualdad, y es experimentada de forma distinta entre las entidades sociales de acuerdo a su posición relativa. Mientras que para los sectores dominantes asume un carácter afirmativamente agresivo, para los subordinados la pertenencia étnica es a menudo una atribución de etnicidad, una creación que puede tener poca realidad en la existencia previa (Comaroff, 1992 op. cit. en de Jong, Ingrid 2004: 135)

Esta estigmatización del *mapuche*, desconoce y niega las estrategias adaptativas de sociedades subordinadas, que resultan indispensables para sobrevivir en determinados contextos discriminatorios y racistas como el aquí desarrollado. Esta suerte de abandono de ciertas prácticas culturales, en especial en el caso mapuche la lengua, no significa la renuncia en forma definitiva a su propio perfil *cultural e identitario* y, sí en cambio un intervalo solo a la espera de un contexto más favorable y reivindicativo. “(...) el abandono de la cultura no supone necesariamente la renuncia de la identidad” (Bartolomé, 1997:73)

### **Algunas consideraciones finales**

En definitiva, no se termina de aceptar, la condición cultural propia actual y pasada del poblador mapuche, para que se le dé la posibilidad de una proyección turística propia y en consecuencia la posibilidad económica de desarrollo de la comunidad.

Como expresa Barretto (2005), el punto de partida estaría dado por tomar principios inherentes a los derechos humanos, al considerar a los propios miembros de esa comunidad quienes deben decidir si quieren o no una economía basada en el turismo, como también delimitar el qué y el cómo de la cultura será mostrada y cual parte permanecerá en el ámbito privado (o sagrado).

Teniendo en cuenta la historia que recorre y determina la construcción de las relaciones interculturales, representa un profundo cambio en las estructuras sociales el poder entender como lo señala M. Gillespie, que todas las culturas son vividas y, por lo tanto, están siempre fluyendo, de hecho todas las culturas son *híbridas, acriolladas o impuras*. La cultura, por su propia naturaleza, cambia en los encuentros con los *otros*, a pesar de ser también comúnmente materializada como una experiencia compartida, como herencia supuestamente objetiva (Gillespie, M., 1997)

Entre las condiciones que le son requeridas al poblador mapuche para poder ingresar al campo turístico, para comenzar a ser admitido solo en su periferia, es la adaptación a las formas que impone el mercado desde una lógica capitalista, y que necesita de ese otro, en este caso *el poblador mapuche y su cultura* se mantenga puro e incontaminado, representante de la cultura de sus ancestros, en un situación ahistórica como pueblo con una *mitología* capaz de atrapar la atención del turista y no por el contrario, como exponente de situaciones de marginalidad, pobreza, conflictividad y exclusión.

El tener *ellos* que adaptarse a las formas dinámicas y cambiantes del turismo y al mismo tiempo tratar de mantenerse puros e inmodificables, estáticos en el tiempo, es una contradicción que de tan evidente es imposible de cumplir. Porque deben adaptarse al siempre cambiante mercado turístico y al mismo tiempo y en una lógica que se apoya en la escenificación, deberían *recuperar la cultura y tradiciones mapuche*, sin explicar por qué sucedió esa aculturación como consecuencia de la dominación de un pueblo derrotado, expulsado y aniquilado.

Entre los cambios que ya se perciben en este contexto de permanente adaptación son aquellos relacionados con la producción de artesanías, que lleva no solo a modificar su aspecto utilitario para convertirse en *souvenir* para turistas, sino también en cuanto a su tamaño y calidad, ya que los turistas compran aquellas artesanías que no superan un determinado valor, por la disminución del gasto turístico o la reducida porción destinada a la compra de este tipo de productos. Esta situación provoca que además de bajar los precios, la mayoría se aboque a la producción de artículos pequeños tanto en madera como en tejidos y pierden, en muchos casos, las técnicas acostumbradas por su laboriosidad (Impemba, M. y Maragliano, G., 2003).

Mientras prevalezcan estas condiciones que sostengan que los mapuches deberían cumplir los opuestos (*cambio – inmovilidad*) resultará que la misma contradicción, impida que se cumpla ese doble rol, y en consecuencia será nula toda vinculación entre estas lógicas diferenciadas que entran en juego en el escenario donde se desarrolla el hecho turístico.

Por un lado, se encuentran los turistas como partícipes necesarios y a su vez espectadores, con una noción de tiempo y espacio diferenciada con los modos que se expresan las estructuras sociales, económicas rurales y culturales mapuche. Por el otro, habitantes con una cosmovisión del mundo y una proyección histórica que ha atravesado los tiempos, pero que se hace presente a través de un largo proceso reivindicativo, sobre un espacio territorial ahora mediatizado y ocupado por el turismo bajo su lógica económica de otorgarle valor como *atractivos turístico*.<sup>13</sup>

Desde el discurso hegemónico, se le asigna al turismo un rol de servir como instrumento para supuestamente favorecer el intercambio y acercamiento cultural, como en el caso aquí tratado con las distintas comunidades mapuche. Sería dudoso suponerlo en los términos en que esta actividad se desarrolla, en una sociedad de consumo masivo. Las actuales prácticas turísticas poseen elementos que las convierten en un proceso que refuerza la identidad folclórica hegemónica y despolitiza la diferencia cultural (Impemba, M., 2011).

Se consolida de esta manera un intercambio cultural mediatizado por una relación de dominación económica y política y, por lo tanto de subordinación, reducido en muchos de los casos sólo a intercambios del tipo transacciones comerciales, en contraposición a supuestos idealizados para la promoción turística. *“Para los turistas extranjeros es como un sueño vivir con familias mapuches, aimaras o atacameñas. Son felices pastoreando, cortando leña o sacando agua de un río. O escuchando, mate en mano, las leyendas de un anciano. ¡Es el turismo étnico!”* (Silva, M., 2000:121).

Aunque en los últimos tiempos, los pueblos originarios han tenido cada vez mayor relevancia, posicionándose desde un lugar distinto que conduzca a su reconocimiento, no se desprende de lo anterior que este reposicionamiento necesariamente se exprese en un cambio en la

---

<sup>13</sup> Atractivos Turísticos: Los atractivos turísticos que la distinguen especialmente son sus volcanes, cerros, lagos, aguas termales, sus bosques milenarios, sus ríos, las distintas formaciones geológicas, algunas de ellas erosionadas por el viento. Completan esta gama de atractivos, ricos yacimientos arqueológicos y paleontológicos. Además, las comunidades mapuches mantienen su cultura y se expresan a través de una importante y variada producción de artesanías en madera, platería, cuero, alfarería, cerámicas y tejidos. Informe Turismo Interno (2001) Elaborado por la Dirección General de Análisis e Investigación Económica del Mercado Turístico. Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquén.



apropiación folclórica de lo indígena por parte del campo turístico, ahora denominado *etnoturismo*.

## **BIBLIOGRAFÍA**

BALAZOTE, A (2011) *Winkas y mapuches: producción cultural y oferta turística en una aldea de montaña en Norpatagonia, Argentina.* En: ILHA. Revista de Antropología. Universidad Federal de Santa Catarina.

BALAZOTE, A y RADOVICH, J. C. (2004) *Explotaciones turísticas y comunidades mapuches: Conflicto interétnico y prácticas de reproducción social en Norpatagonia.* Proyecto UBACyT Código F 156. Programación 2004-2007.

BARABAS, A. (2004) *La territorialidad simbólica y los derechos territoriales indígenas: reflexiones para el estado pluriétnico.* Alteridades, 14, 27: 105-119.

BARTOLOMÉ, M. A. (2010) *Interculturalidad y territorialidades confrontadas en América Latina.* Revista RUNA XXXI, (1), pp. 9-29. FFyL - UBA - ISSN 0325-1217

BARTOLOMÉ, M. A. (2003) *Los pobladores del “Desierto” Genocidio, etnocidio y etnogénesis en la Argentina.* Cuadernos de Antropología Social N° 17 Año 2003. Sección Antropología Social, *Cuadernos de Antropología Social N° 17*, pp. 162-189, 2003. FFyL - UBA - ISSN: 0327-3776. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

BARTOLOMÉ, M. A. (1997) *Gente de costumbre y gente de razón: las identidades étnicas en México.* Siglo XXI, México.

BARRETTO, M. (2005) *Turismo étnico y tradiciones inventadas.* En: Santana Talavera, A.; Prats Canals, L. (coordinadores). El encuentro del turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación. Sevilla, Fundación el Monte/Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español/Asociación Andaluza de Antropología.

CARENZO, S. (2007) *Territorio, identidades y consumo: reflexiones en torno a la construcción de nuevos paradigmas en el desarrollo.* En: Cuadernos de Antropología Social N° 26, pp. 125-143, 2007 FFyL – UBA

CHÁVEZ, R. (1999) *Globalización y Turismo: Mezcla mortal para los pueblos indígenas.* En: No. 91 Revista del Sur - Red del Tercer Mundo. Uruguay.

CONFEDERACIÓN MAPUCE DE NEUQUÉN (2010) “Propuesta para un KVME FELEN MAPUCE” Equipo Interdisciplinar e Intercultural del Proyecto. Gráfica Alhabe. Newken, Puel Mapu.

CRESPO, C. (2005) *“Qué pertenece a quién”: Procesos de patrimonialización y Pueblos Originarios en Patagonia.* En: Cuadernos de Antropología Social N° 21, pp. 133-149. FFyL - UBA - ISSN: 0327-3776

- DE JONG, I. (2004) De la asimilación a la resistencia: disputas en torno al pasado entre la población indígena de Los Toldos (Provincia de Buenos Aires) En: Cuadernos de Antropología Social, N° 20, Facultad de Filosofía y Letras, UBA, 131-150.
- DÍAZ, R. (2006) (Coordinador) Ocupación Tradicional y Ancestral Mapuce en Aucapán (Comunidad Linares): El Caso del Espacio Territorial Ruka Ñamku. Informe INAI
- DÍAZ, R. (2004) Formulación de los términos de referencia para los aspectos culturales y sociales a incluir en los TDR para el EIA a presentar por la empresa Nieves del Chapelco SA. Informe Final de la Consultoría Promotores: Estela Vera - Aníbal Treuquil.
- DUCH, D. (2008) Tierra, Territorio y Recursos Naturales. Necesidades de defensa de los Pueblos Originarios. Ponencia Encuentro Nacional de Abogados de los Derechos Indígenas “Nuevos desafíos para la defensa de los derechos de los Pueblos Originarios” Buenos Aires, 6 y 7 de Noviembre de 2008. Colegio Público de Abogados de la Capital Federal. Red de Abogados en Defensa del Ambiente. Confederación Mapuche Neuquina. Asociación Americana de Juristas
- ELÍAS, P. (2004) Turismo Indígena. La representación del “turismo indígena”, según las comunidades vinculadas al campo turístico. En: Seminario Comunicación y Movilidad. Relaciones entre viajes, traslados y nuevas tecnologías de la información, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- GILLESPIE, M. (1997) Televisión, etnicidad y cambio cultural. En Causas y Azares, N° 5, Buenos Aires.
- GONSETH, M. O. (1988) Ojeada detrás de un decorado turístico: algunas consideraciones sobre la evolución del turismo en la provincia de Ifugao (Filipinas). En: Turismo: La producción de lo exótico. Pierre Rossel (Ed.) IWGIA. ISSN 0108-9927. Copenhague.
- HERNÁNDEZ MONTERO, M. (2002) Contradicciones del etnoturismo mapuche en Chile En Revista Turismo Sur de América. Chile.
- HUILIPÁN, V., COLIPÁN, F., NAHUEL, J. ENCINA, M., PÉREZ, A. y CONTRERAS, M. R. (2004) Informe de avance: Componente Mapuche. Proyecto: Diagnóstico del Estado de Conservación de la Biodiversidad en el Parque Nacional Lanín: su viabilidad de protección en el largo plazo. 27 pp. PNL. APN
- IMPEMBA, M. (2011) Transformaciones sociales y productivas del desarrollo turístico en comunidades mapuche de la cuenca Lacar del Parque Nacional Lanín. En: Procesos históricos, transformaciones sociales y construcciones de fronteras: Aproximaciones a las relaciones interétnicas. (Estudios sobre Norpatagonia, Argentina y Labrador, Canadá) Coordinado por: Sebastián Valverde; Graciela Maragliano; Marcelo Impemba y Florencia

Trentini. Primera Edición. Buenos Aires. Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires. 476 p. ISBN 978-987-1785-16-2

IMPEMBA, M. (2010) (a) Los ámbitos de intervención en el campo del turismo. Ficha de cátedra Seminario – Taller de Políticas turísticas y Recreativas. Facultad de Turismo. U.N.Co.

IMPEMBA, Marcelo (2010) (b) Estrategias de intervención a nivel local y comunitario en poblaciones mapuche de la región andina de Neuquén y Río Negro. Ponencia 4º Congreso Latinoamericano de Investigación Turística. Montevideo- Uruguay. Eje Temático Turismo y desarrollo económico y socio cultural

IMPEMBA, M. y MARAGLIANO, G. (2007) Conflictividad territorial y relaciones interétnicas en el expansionismo turístico en comunidades mapuche del sudoeste de la provincia del Neuquén. En: Pueblos originarios y problemática artesanal: Procesos productivos y de comercialización en agrupaciones Mapuche, Guaraní/ Chané, Wichís, Qom/Tobas y Mocovíes. Mónica Rotman, Juan Carlos Radovich y Alejandro Balazote (Editores) Universidad Nacional de Córdoba. Ferreyra Editor. Córdoba

IMPEMBA, M. (2005) La representación de la cultura mapuche en el discurso de los guías de turismo de San Martín de los Andes. Tesis de la Maestría “Teorías y Políticas de la Recreación” de la Universidad Nacional del Comahue – Área de Investigación Sociología, Subárea: Sociología Rural.

IMPEMBA, M. y MARAGLIANO, G. (2003) El turismo como alternativa productiva en las comunidades mapuche. Ponencia presentada IV Congreso Anual de la Asociación Argentina de Centros de Estudios Canadienses “Las Áreas Protegidas y la Gente”, 27 al 29 de Mayo, Neuquén.

INTENDENCIA PARQUE NACIONAL LANÍN (2010) Folleto Turístico del Parque Nacional Lanín. A.P.N. Administración de Parques Nacionales. San Martín de los Andes.

KOESSLER – ILG, B. (1997) Cuentan los Araucanos. Ediciones Mundo. Santiago. Chile. Editorial Nuevo Extremo. Bs. As. Argentina

MARAGLIANO, M.G. (2006) Incorporación del Turismo en Comunidades Mapuche de Neuquén: Integración comunitaria y fortalecimiento de la identidad o mercantilización cultural y folclorización. Ponencia IV Jornadas de Investigación en Antropología Social. Instituto de Ciencias Antropológicas. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional Buenos Aires

MARGULIS, M: (1994) La cultura de la noche. En Margulis y Otros. La cultura de la noche. Espasa Calpe. Buenos Aires.

MUNICIPALIDAD DE SAN MARTÍN DE LOS ANDES. (2010) Encuestas Turísticas de Verano. 2000/01 y 2008/2009. Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico. Departamento Estadística.

MUNICIPALIDAD DE SAN MARTÍN DE LOS ANDES (2010). Sitio Oficial de la Municipalidad de San Martín de los Andes. En: [www.smandes.gov.ar](http://www.smandes.gov.ar)

MUNICIPALIDAD DE JUNÍN DE LOS ANDES (2000) Encuesta Estival 1999/2000. Subsecretaría de Turismo Municipal de Junín de los Andes.

MUÑOZ, A., ZIZUMBO VILLARREAL, L., ARRIAGA ÁLVAREZ, E. y MONTERROSO SALVATIERRA, N. (2009) Introducción al estudio del turismo a través del materialismo cultural. Revista POLIS N° 25. Universidad Bolivariana. Chile

O.M.T. (Organización Mundial del Turismo) (1999) Código Ético Mundial para el Turismo.

ORTIZ, R. (1998) Diversidad cultural y cosmopolitismo. En cultura y globalización. Barbero. J.M. y otros. Santafé de Bogotá. CES y Universidad Nacional 199. P33

ORTIZ, R. (1996) Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo. Universidad

OTAMENDI, A. M. (2008) Descubriendo paraísos mágicos y mundos soñados: análisis de las prácticas discursivas del turismo. Ponencia Mesa de Trabajo: Estudios antropológicos sobre el turismo y viajes en Argentina. Congreso Argentino de Antropología Social. Posadas. Misiones Agosto del 2008.

PROVINCIA DE NEUQUÉN (2010) Sitio Oficial de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquén. [www.neuquentur.gob.ar](http://www.neuquentur.gob.ar)

PROVINCIA DE NEUQUÉN (2001) Informe Turismo Interno. Elaborado por: la Dirección General de Análisis e Investigación Económica del Mercado Turístico. Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquén.

RADOVICH, J.C. (2002) Turismo y etnicidad: una relación reciente. Notas, Cuadernos del INAPL, N° 19.

ROSSEL, P. (1988) El turismo y las minorías culturales: Doble marginalización y estrategias de supervivencia. En: Turismo: La producción de lo exótico. Pierre Rossel (Ed.) IWGIA. ISSN 0108-9927. Copenhague.

ROTMAN, M. (2007) Prácticas artesanales: Procesos productivos y reproducción social en la comunidad mapuche Curruhuinca. En: Pueblos originarios y problemática artesanal: Procesos productivos y de comercialización en agrupaciones Mapuche, Guaraní/ Chané, Wichís, Qom/Tobas y Mocovíes. Mónica Rotman, Juan Carlos Radovich y Alejandro Balazote Editores. Universidad Nacional de Córdoba. Ferreyra Editor. Córdoba

- SANTANA TALAVERA, A. (1994) Prevención de efectos no deseados y su relación con la imagen vendida en la implantación del sistema turístico. En: Revista Guize 1:11-23. Asociación Canaria de Antropología
- SANTANA TALAVERA, A. (1994) (b) Encuentros turísticos: Efectos de los estereotipos en los cambios socioculturales (Islas Canarias) En: Estudios y Perspectivas en Turismo, 3: 199-213
- SILVA, M. (2000) Nace el Turismo Indígena. El Mercurio. Santiago de Chile. Nov. 2000
- SUBSECRETARÍA DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE NEUQUÉN (2008) Plan de Gestión de Turismo 2008 – 2011. Ministerio de Desarrollo Territorial. Provincia de Neuquén.
- SUBSECRETARÍA DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE NEUQUÉN (2003) Plan Maestro de Turismo 2003-2007. Ministerio de Producción y Turismo. Provincia de Neuquén -
- UNIVERSIDAD NACIONAL DEL COMAHUE (2004) Promoción y Sustentabilidad Del Desarrollo Turístico De La Comunidad Mapuche Atreico. Informe Final del Proyecto de Extensión de la Facultad de Turismo - Asentamiento Universitario San Martín de los Andes
- VALVERDE, S., MARAGLIANO, G., IMPEMBA, M. y TRENTINI, F. (Coordinadores) (2011) Procesos históricos, transformaciones sociales y construcciones de fronteras: Aproximaciones a las relaciones interétnicas. (Estudios sobre Norpatagonia, Argentina y Labrador, Canadá) Coordinado por: Sebastián Valverde; Graciela Maragliano; Marcelo Impemba y Florencia Trentini. Primera Edición. Buenos Aires. Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires. 476 p. ISBN 978-987-1785-16-2
- VALVERDE, S. (2005) Explotaciones turísticas y conflictos interétnicos: Las comunidades mapuches del Cerro Chapelco. En: Wilde, G. y Schamber, P. (Comps) Historia, Poder y Discursos. Editorial S/B. Buenos Aires.
- VÁZQUEZ, A. (2009) Ciencia política, antropología política y democracia pluricultural. Papeles de Trabajo N°18 -Diciembre 2009 - ISSN 1852-4508. Centro de Estudios Interdisciplinarios en Etnolingüística y Antropología Socio-Cultural
- VÁZQUEZ, H. (2004) Antropología Emancipadora, Derechos Humanos y Pluriculturalidad. Homo Sapiens, Rosario, Argentina.
- ZIZUMBO VILLARREAL, L. (2005) Turismo, economía social y desarrollo local en comunidades rurales mexicanas. Documento de trabajo. UAEMex. Facultad de Turismo.