



Revista Difusiones, ISSN 2314-1662, Num. 19, diciembre 2020, p124-141
Fecha de recepción: 09-10-2020. Fecha de aceptación: 19-11-2020

Aproximaciones teóricas acerca del turismo cultural, el patrimonio religioso y los museos en San Salvador de Jujuy.

Autor: Fabio Nestor Mendez
Institución: UCSE-DASS
E-mail: fabio.mendez@ucse.edu.ar

Licenciado en Turismo. Maestrando en Desarrollo y Gestión de Destinos Turísticos en la UNQ. Investigador del Gabinete de Investigación en Estudios Culturales (GIEC) del DASS-UCSE. Docente universitario.

Resumen

Este trabajo se suma a los estudios sobre el turismo y pone atención en el turismo cultural que, surge como una posibilidad cierta, para ofrecer a los viajeros nuevas experiencias de distracción y esparcimiento, relacionadas con el conocimiento de sitios, monumentos y bienes culturales únicos.

En este sentido el Patrimonio adquiere un interés primordial, considerado como un capital cultural, que se acumula, se reconvierte, produce rendimientos y es apropiado de distinta manera por los diversos sectores. Patrimonio y Turismo son compatibles, por ello la gestión turística del patrimonio es primordial, para que forme parte de la oferta.

Dentro del turismo cultural, cobra relevancia el turismo religioso que representa una



oportunidad para el desarrollo de actividades turísticas donde a la vez se pueden visitar espacios sagrados o vivir ceremonias litúrgicas y paralitúrgicas, ya que tiene como principal vector la fe. En este trabajo se reflexiona sobre las interesantes posibilidades que ofrece el patrimonio religioso de Jujuy en relación con su apropiación turística en espacios culturales como los museos.

Palabras clave

gestión turística, museos, patrimonio religioso, turismo cultural.

Abstract

This work adheres to the studies on tourism and pays attention to cultural tourism, which emerges as a true possibility, to offer travelers new entertainment and recreation experiences, related to the knowledge of sites, monuments, and unique cultural assets.

In this sense, Heritage acquires a primary interest, considered as cultural capital, which is accumulated, reconverted, produces returns and is appropriated in different ways by the various sectors. Heritage and Tourism are compatible, therefore tourist heritage management is essential, so that it is part of the offer.

Within cultural tourism, religious tourism becomes relevant, representing an opportunity for the development of tourist activities and at the same time visiting sacred places or experiencing liturgical and paraliturgical ceremonies, since faith is its main vector. This work reflects on the interesting possibilities offered by Jujuy's religious heritage in relation to tourist appropriation of cultural spaces such as museums.

Key Words

cultural tourism, museums, religious heritage, tourism management, museums



Introducción

En este trabajo compartimos reflexiones que se desprenden de un tema actual en relación con la potencialidad que brindan las manifestaciones culturales de la provincia de Jujuy al turismo religioso en relación con aspectos referidos a la gestión y promoción, entendiendo a esta modalidad de turismo como una vía potencial de desarrollo económico de la región.

A partir de investigaciones previas, nos interesa observar nuevas tendencias que se visibilizan para el desarrollo turístico, vinculadas con políticas turísticas estatales donde la planificación estratégica adquiere un lugar predominante en función del desarrollo de destinos a través de la promoción y el fomento de inversiones en infraestructura y servicios turísticos. Sin embargo, uno de los rasgos actuales es la fuerte presencia de perspectivas sustentables definidas desde propuestas conservacionistas que atraviesan los conceptos de competitividad y sostenibilidad logrados a partir del desarrollo de sistemas de calidad turística amigables con el ambiente.

En este marco, pensamos que el turismo cultural puede adquirir una especial relevancia en Jujuy, debido a su gran capacidad de valoración de las manifestaciones de las culturas locales que promueve la planificación y el desarrollo de acciones respetuosas y amigables con el ambiente a partir de una gestión turística responsable de los bienes culturales y naturales en espacios como los museos.

Por lo demás, nos interesa reflexionar acerca de la valoración turística del patrimonio religioso como uno de los ejes centrales en este tipo de desarrollos, analizando su capacidad para promover una mayor participación social en los beneficios de las actividades turísticas, particularmente en el caso de los museos, respetando la libre determinación de las comunidades de la provincia de Jujuy para adoptar al turismo como potencial recurso de desarrollo de sus economías.

Turismo: tendencias mundiales

Durante las últimas tres décadas, las tendencias globales han obligado a pensar el turismo desde nuevas bases socioeconómicas, culturales y políticas. Podría afirmarse que no son muchas las industrias que han evolucionado tan rápido como el turismo; el crecimiento sostenido del mismo desde la Segunda Guerra Mundial, ha despertado un enorme interés por conocer los desarrollos de este fenómeno socio-económico, que ha diversificado su oferta y demanda, generando diversos tipos de turismo con un segmento específico para cada uno.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) ha definido al turismo como actividades que las personas realizan durante sus viajes en lugares diferentes a sus sitios de residencia, con



finés de ocio por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año (OMT 2001). La actividad turística comprende varios aspectos a tener en cuenta: a) las personas que se trasladan: los turistas¹ b) los lugares hacia donde se dirigen: los destinos; c) los servicios que se ofrecen: alojamiento, gastronomía, visitas, entre otros; d) el conjunto de relaciones que se generan: económicas, humanas, ecológicas, jurídicas, y otras; e) los impactos que dichas acciones provocan en el destino; f) la configuración del espacio turístico continuo; g) los actores involucrados en las actividad; h) las políticas públicas propias del sector y las que influyen en el mismo; i) los movimientos, conformados por una red de flujo, muchos de los cuales se dan en el espacio físico y virtual.

El turismo, en la actualidad, no podría comprenderse fuera del mercado internacional globalizado que conlleva desplazamientos de diversos actores por diferentes destinos del mundo; esto genera una doble circulación sociocultural y económica: por una parte los visitantes suelen alejarse de los destinos más tradicionales desafiándose a recorrer nuevos horizontes en búsqueda de experiencias innovadoras en destinos exóticos; por la otra, las comunidades receptoras se encuentran cada día con nuevos visitantes de países muchas veces remotos, que traen con ellos diferencias culturales profundas.

En cuanto a los turistas, sus desplazamientos suelen estar ocasionados por la necesidad de distracción, de esparcimiento y de disfrutar el tiempo libre en un contexto diferente al cotidiano, el deseo de conocer y generar nuevas experiencias, pero ante todo por la disponibilidad de recursos económicos para poder realizarlos.

En el caso de las comunidades receptoras, éstas ven al turismo, en general como una fuente potencial de desarrollo económico local y regional. Algunos autores como Jafari (2005), sostienen que esta disciplina está apoyada por empresas o instituciones relacionadas directa o indirectamente con las perspectivas económicas del turismo. Estos grupos de “interés” postulan que el mismo es una industria generadora de trabajo, que constituye una solución económica viable en países y comunidades, fomenta la cultura y las relaciones interculturales, y a la vez provoca leves modificaciones en los recursos naturales y paisajísticos. Sin embargo, hasta hace algún tiempo, no existían definiciones claras en relación a los impactos ambientales y culturales que las actividades turísticas generaban en los destinos.

En consecuencia, en los destinos se están desarrollando nuevas prácticas relacionadas con la sostenibilidad, que van tomando diversas formas, pero siempre teniendo en cuenta a las comunidades anfitrionas; esto no solo favorece la participación del turista en nuevas experiencias culturalmente enriquecedoras, sino que además conlleva una revalorización de las culturas y su ambiente. La idea propuesta por diversos autores sobre sostenibilidad, implica la relación de tres aspectos: la preservación del medio ambiental, la viabilidad

¹ Es importante destacar que para que el visitante sea considerado turista, no debe insertarse en el mercado laboral del lugar visitado, y en su desplazamiento debe retornar al lugar de origen.



económica de las acciones y la equidad social en el reparto de los beneficios (Bramwell 1996; Cooper 2002, Hall 2003, Ivars 2003, Pulido 2005).

En ciertos países, la sostenibilidad referida al modo en cómo se relaciona la actividad empresarial y los bienes que componen la oferta turística (territorio, espacios naturales, la cultura, entre otros) no ha penetrado las políticas públicas, ni el funcionamiento del sector. Velasco González sostiene que tampoco se visibiliza como un modo que persigue la equidad social, el empleo de calidad, la prosperidad local, que no ha conseguido modificar las pautas del comportamiento social. La ausencia de resultados se debe a un desequilibrio entre las tres dimensiones. Para paliar esta situación, es recomendable considerar además la dimensión institucional, donde el liderazgo de los actores públicos es primordial, por su capacidad para influir en el comportamiento de los diferentes actores turísticos (Velasco González 2010).

De este modo, han surgido nuevas posibilidades de diseño y desarrollo de modelos de gestión del turismo tanto a nivel nacional y provincial, como regional que, contribuyen a mejorar la calidad de vida de las comunidades anfitrionas, a preservar las condiciones del destino y a ofrecer nuevas propuestas de calidad al turista; ello garantiza un equilibrio de las tres dimensiones, sobre las que se apoya el desarrollo sustentable y sostenible del turismo. Las políticas turísticas sostenibles y sustentables se han instalado en las agendas de los gobiernos de los países desarrollados con mayor énfasis. En líneas generales se han incorporado “ideas” como el desarrollo turístico, formalizadas a través de la centralidad estatal de políticas nacionales, planificación racional, promoción o inversiones en servicios turísticos. La sustentabilidad lograda a través de políticas conservacionistas y de protección y por último la competitividad y sostenibilidad alcanzada por medio de la implementación de sistemas de calidad y la integración de las iniciativas empresariales en proyectos comunes (Velasco González 2010).

Teniendo en cuenta los conceptos desarrollados a priori, podemos afirmar que el desarrollo del turismo sostenible solo es posible en un marco institucional plasmado por políticas públicas, que consideren algunos principios fundamentales para garantizar la generación de riqueza sin desmedro de los recursos naturales y culturales del destino. De este modo, puede contribuir a lograr una mayor participación social en los beneficios de las actividades turísticas, respetando la libre determinación de los pueblos a adoptar este recurso como instrumento de desarrollo de sus economías, promoviendo la protección de los bienes, y el respeto por las manifestaciones culturales locales.



Gestión turística de los bienes culturales

Los bienes culturales han adquirido en las últimas décadas especial tratamiento tanto por parte de organismos internacionales como UNESCO, y también por instituciones nacionales, provinciales y locales. Los mismos sirven para promover demandas sobre territorios ancestrales, fortalecer procesos identitarios y generar nuevas propuestas culturales relacionadas con la educación y el turismo, entre otras acciones.

De cierto modo, los procesos de producción cultural transnacional afectan el cotidiano de las comunidades locales, generando en el caso del turismo, una relación de dependencia económica con los bienes culturales, en consecuencia, el crecimiento del turismo y la diversificación de sus productos fomentan la re-valorización de los bienes culturales; en general se seleccionan aquellos que poseen un alto contenido simbólico para la sociedad, lo que los hace merecedores de una especial atención relacionada a su conservación y uso (Macarrón 2008). En este contexto, se dinamizan los procesos de construcción de patrimonio natural y cultural.

El concepto de Patrimonio que utilizamos en el presente trabajo refiere a una construcción social, es decir un artificio ideado por alguien, en algún lugar y momento, para determinados fines; esto implica que puede ser históricamente cambiante, de acuerdo con nuevos criterios o intereses que determinan nuevos fines en nuevas circunstancias (Prats 2005, 1994).

Además consideramos al Patrimonio como un capital cultural, que se acumula, se reconvierte, produce rendimientos y es apropiado de distinta manera por los diversos sectores (García Canclini 2001). En estos tiempos de globalización, la protección, conservación, interpretación y presentación de la diversidad cultural y del patrimonio cultural de cualquier región es un desafío para cualquier pueblo (ICOMOS 1999). Algunos autores sugieren que en el caso particular de Sudamérica, “la complejidad de los desarrollos enmarcados en el ámbito del multiculturalismo neoliberal, está produciendo serios impactos en el plano cultural”. En este contexto, los bienes culturales adquieren nuevas valoraciones y se visibilizan como recursos turísticos para sostener economías regionales afectadas por la crisis económica global (Montenegro 2010, citado por Villarubia Gómez 2012: 25).

En tal sentido se produce un encuentro de dos mundos diferentes, capaces de complementarse como una vía de desarrollo local, regional o nacional, adaptándose a nuevas circunstancias y a las exigencias del mercado, Patrimonio y Turismo, son altamente compatibles, la interdependencia entre ambas áreas es inevitable. Algunas investigadoras aseguran, que no es sencillo compatibilizar los valores y fines de dos sectores de naturaleza diferente como el sector turístico y el sector del patrimonio cultural; por ello, piensan que la gestión turística del patrimonio cultural debería estudiar de qué modo consensuar los



valores que afectan a los actores implicados (Velasco González 2009).

Por ello, se vuelve necesario gestionar los bienes del patrimonio cultural para que formen parte de la oferta turística de un destino. En cierto modo, estamos poniendo en contacto dos mundos diferentes por un lado el turismo y por otro el patrimonio.

La relación entre patrimonio y turismo es compleja e inevitable, el turismo puede ser favorable o no para el patrimonio, por ello la gestión turística del patrimonio² cultural es primordial para el encuentro de estos dos mundos, por lo que podría definirse como “la aplicación de conocimientos específicos para la conversión de bienes de patrimonio cultural en recursos turísticos. Los conocimientos pueden provenir de disciplinas vinculadas a diversos campos de la gestión (como la dirección de empresas, la gestión financiera o la gestión de recursos humanos) o de otras que se creen nuevos tomando como referencia la realidad específica del turismo (como la gestión de destinos, la planificación turística, la gestión de organizaciones turísticas o la promoción turística); su objetivo fundamental es preservar la herencia que los bienes representan y una vez que esto se ha garantizado, es posible relacionar el/los bienes en un contexto social y económico” (Velasco González 2009:238).

El patrimonio posee condiciones que permiten su adaptación como recurso turístico; su valoración está relacionada principalmente con el desarrollo de destinos y las demandas del turismo cultural. La utilización de algunos instrumentos básicos permitirá que la interacción entre el sector turístico y el sector del patrimonio cultural permitan encontrar el equilibrio, y mejorar el rendimiento de ambos. Para que la gestión turística sea consistente, lo primordial es la elaboración de una política de conservación (Debreczeni 2003) , abordando principios de proteger el recurso de los daños causados, establecer estrategias que permitan la conservación de los elementos que podrían ser dañados y por último conservar el espacio que se pretende convertir en producto turístico (Velasco González 2009).

Asimismo, una vez garantizada la conservación es necesario establecer una tipología de visitantes de acuerdo a sus características (niño, familia, tercera edad entre otros) y su motivación, para poder realizar propuestas de uso que permitan aprovechar el potencial turístico de ese bien patrimonial, por lo que es necesario determinar la información de cada bien, trabajar sobre ellas e interrelacionarlas con el interés del visitante. Una vez definida esta fase es necesario idear ciertas propuestas: desde lo pedagógico, como programas escolares, realizando guías, presentaciones narradas, traducciones entre otras (Velasco González 2009).

Para optimizar la gestión turística de los recursos culturales es necesario que el Estado

² La gestión turística del patrimonio cultural es la aplicación de conocimientos específicos para adecuar los bienes del patrimonio cultural en recursos turísticos.



garantice la participación social en las políticas turísticas que impulsa, de modo tal que haya una participación efectiva de los diferentes sectores en dichas acciones.

Las distintas maneras de acceder al patrimonio y a la cultura admiten distintas formas de turismo. Dentro de las posibilidades que ofrece el turismo cultural, cobra relevancia el turismo religioso que representa una oportunidad para el desarrollo de actividades turísticas donde a la vez se pueden visitar espacios sagrados o vivenciar ceremonias litúrgicas y para litúrgicas, ya que tiene como principal vector la fe. Las actividades pueden adoptar distintas formas: desde peregrinaciones a “lugares santos”, hasta las visitas a templos y capillas, pasando por la participación en fiestas religiosas de distinta índole (Montenegro 2011).

El Turismo Religioso como propuesta

Dentro de las posibilidades que ofrece el Turismo Cultural, merece una importante mención al turismo religioso. El mismo es una opción estratégica de desarrollo para varios destinos, según Vázquez de la Torre (2012) requiere orientación al turismo, inversión de capital privado y público y predisposición de las autoridades eclesiásticas para adaptarse a esta actividad.

En opinión de algunos autores, el turismo religioso toma como base el patrimonio, y ha emergido como una coyuntura religiosa, social y económica. La religión ha encontrado un punto de desarrollo turístico, a través de su vínculo con el patrimonio cultural, lo que podemos observar que el turismo religioso ha emergido en varias regiones como producto importante, lo que permite un redescubrimiento turístico de lugares y rutas de carácter religioso (Vázquez de la Torre y otros 2012). Otros aseguran que la religión deja huellas en la historia de la humanidad, la cultura, la sociedad y el paisaje. Así monumentos y devociones son parte del patrimonio cultural. Sin embargo, hoy la religión aparece como un cruce de caminos entre patrimonio cultural, artístico y religioso (Fernández Poncela 2010).

Lo que guía a este trabajo es la relación dinámica entre patrimonio religioso y turismo en Argentina que emerge como práctica socioeconómica (Burbridge 2001) y se instala particularmente en contextos del Noroeste Argentino que presentan un rico patrimonio cultural de tiempos tempranos de la colonia, heredero de manifestaciones del barroco mestizo a las cuales los artesanos y constructores indígenas agregaron su modo particular de ver el mundo.

El turismo religioso debe considerarse como un viaje turístico a lugares sagrados o actos religiosos, cuya motivación principal es meramente religiosa, es decir sus visitas están vinculadas con los atractivos religiosos, que adoptan la forma de estructuras o emplazamientos cargados de significación religiosa con un gran valor histórico y/o artístico, y por último las festividades o celebraciones que poseen connotaciones religiosas.



Llegados a este punto, es importante realizar una diferenciación sobre los actores de este tipo de turismo: promesantes, peregrinos, turistas religiosos y turistas seculares. Existen diferencias marcadas entre turista religioso y peregrino. El primero es aquella persona que viaja por motivos religiosos de fe, que visita lugares sagrados o participa en celebraciones religiosas litúrgicas e incluso realiza actividades no relacionadas a su motivación principal. El lugar al que se dirige es visitado, pero no se toma como destino final. En tanto el peregrino emprende el viaje a un lugar considerado sagrado por actuar allí con Dios u otra deidad, su motivación es la fe, y el destino final es el lugar considerado sagrado (Serralonga y Hakobian 2011).

En este marco también aparece el promesante que se desplaza al destino solo o en procesión con la intención de la petición de perdón, de curación o cumplimiento de voto. Por último se encuentra el turista secular, cuyo desplazamiento está motivado por ocio, relajación entre otros, pero que a su vez se interesa por las celebraciones religiosas, como así también conocer el valor histórico y artístico de los sitios religiosos.

El turista religioso accede a los lugares elegidos a través de viajes organizados, o por su propia cuenta (con familia o amigos), utilizando el automóvil, avión, colectivo y en ciertas partes del mundo tren. En tanto el tipo de alojamiento que estilan ocupar es casa propia o prestada, hoteles, hosterías, viviendas alquiladas y camping, cuya estadía oscila entre cuatro a cinco días (Consejería de Turismo y ordenamiento territorial 2003).

La gestión turística del patrimonio religioso

Patrimonio, identidad, arte y religión, forman una compleja red alrededor de la devoción y la fe. Como sugiere Fernández Poncela (2010), el patrimonio religioso es fuente de identidad cultural; también es marcador de memoria y reflejo de la geografía local; pero además, el patrimonio se transforma en potencial recurso de desarrollo económico, en su faz de bien cultural y turístico. Desde este sentido en la sociedad occidental actual, lo que se valora como patrimonio está marcada por el interés, la preocupación de que el patrimonio sufra transformaciones e incluso desaparición por el avance de las industrias y urbanización moderna (Troncoso 2010).

En la actualidad y luego de procesos de reflexión en lo científico y cultural se ha creado conciencia del patrimonio religioso, no solo desde el punto de vista de la devoción sino como foco de desarrollo económico local, debido al turismo y todas las actividades comerciales. Pequeñas comunidades, como grandes ciudades que poseen bienes religiosos de gran valor han comprendido la importancia de conservar su patrimonio como parte del desarrollo social y económico.

Otra posibilidad para el turismo religioso son las manifestaciones propias de las culturas



locales como las celebraciones religiosas cristianas, entre las cuales incluimos las Fiestas patronales, las festividades en honor de las advocaciones Marianas, la Conmemoración de los Fieles Difuntos, el Complejo ceremonial de Semana Santa, las fiestas de los Santos, el Nacimiento de Cristo, entre otras. En las mismas se generan espacios para compartir rasgos culturales que incluyen canticos religiosos, danzas ancestrales, rituales del fuego y del agua, decoraciones florales, hasta elementos gastronómicos propios del evento, que hacen las delicias de turistas y visitantes.

Entre las diversas posibilidades que ofrecen las manifestaciones religiosas en relación a su apropiación turística, están los museos, que se constituyen en espacios de encuentro cultural con el pasado. Para algunas autoras los museos suelen ser considerados instituciones depositarias de evidencias materiales de las culturas del pasado que son puestas en valor, exhibidas y preservadas con el fin de activar la memoria social sobre determinados eventos y/o procesos relevantes de una región a través de diversas estrategias de comunicación. La selección de los bienes culturales que conforman las colecciones suelen estar en manos de especialistas que otorgan valor y significación a dichas materialidades, en el marco de la construcción de discursos relacionados con el patrimonio (Montenegro y Aparicio 2013).

En la actualidad, se ha producido un proceso de redefinición de los museos y actualmente tienen una función cultural y social importante. Además de resguardar los bienes patrimoniales, su conservación, documentación y estudio, el museo tiene un papel significativo como centro dinamizador de la cultura y de servicio a la sociedad, y por tanto al turista (Barretto 2007). De las tres funciones que tienen los museos, educativa, científica y social, es dentro de ésta última donde debe incluirse la misión del museo al servicio del turista cultural (y dentro de este al turista religioso) que visita este tipo de recursos. Con un componente destacado en oferta cultural y de esparcimiento, se configura como importante foco de atracción turística.

El Patrimonio de Jujuy

Cuando se habla del patrimonio de la provincia de Jujuy, “puede referirse indistintamente a un paisaje (Quebrada de Humahuaca), una colección pictórica (los ángeles arcabuceros), obras arquitectónicas (capillas del norte, Posta de Hornillos), manifestaciones religiosas (Virgen de la Candelaria, peregrinación a Punta Corral), festividades (carnaval, señalada) y celebraciones (Día de las almas, la Pachamama)” (Montenegro 2010:39).

En nuestra opinión, el patrimonio cultural de Jujuy es muy diverso; aunque presenta rasgos similares entre algunas regiones (sobre todo entre Quebrada y Puna), si bien resulta muy diferente en relación con las Yungas y los Valles; un caso muy interesante de observar es el del Carnaval, festividad muy popular en la provincia y que presenta diferentes modalidades



para el festejo, según las regiones.

Acordamos con algunas autoras que, en Jujuy el patrimonio es un concepto cambiante pero muy presente, y cada vez más notorio. Desde diversas instituciones tanto públicas como privadas, le otorgan nuevas valoraciones al patrimonio: “considerado definitivamente por algunos como recurso económico y por otros como bien cultural, el patrimonio es un tema que ha convocado a distintas instituciones: desde organismos estatales, organizaciones no gubernamentales, equipos de investigaciones científicas y comunidades indígenas, hasta grupos económicos nacionales e internacionales” (Montenegro 2010:240).

Actualmente se hace hincapié en el patrimonio, en la manera de valorar ciertos lugares y objetos, en ese sentido “se plantea que no existe otro tiempo que el presente a la hora de definir qué elementos constituyen patrimonio: desde el presente se mira hacia el pasado para seleccionar elementos en función de propósitos y necesidades actuales de una sociedad” (Troncoso 2010: 208).

En la provincia el patrimonio se relaciona con la cultura, la identidad, la fe, y también con el comercio, el consumo y el turismo. Lo que nos resulta interesante resaltar de nuestra provincia, es la convivencia de diferentes rasgos culturales de los pueblos originarios que se han mixturado con elementos de la cultura de países europeos. Dicho entramado de significados podemos apreciarlo en los monumentos arquitectónicos de las Iglesias, los cuadros pictóricos y las imágenes de vestir utilizadas por los conquistadores europeos para la evangelización de los nativos.

El énfasis puesto en el turismo como negocio es asumido también por otros actores sociales, que ven en él una estrategia para enfrentar las situaciones de crisis económica y social que se instala en muchos lugares del país, abrevando en las propuestas vinculadas con el turismo como impulsor del desarrollo local, conjugándose con las nuevas tendencias que se imponen en la práctica turística, orientadas a formas específicas de turismo, entre ellas el Turismo Cultural. Se trata de modalidades turísticas de los tiempos actuales, en tanto se correlacionan fuertemente con las tendencias de fragmentación social y el consumo que diferencian según nichos de demanda en el nuevo contexto (Bertoncello 2006, San Martín Gutiérrez y otros 2006).

En este contexto el patrimonio cultural es entendido como recurso turístico, dicha relación se engloba en un marco que considera a la “cultura como recurso”. Así, el patrimonio se transforma en un atractor, que a través de actividades económicas asociadas con el turismo, se comercializa permitiendo niveles variables de rentabilidad. Esto conlleva un incremento de los procesos de activación patrimonial³ (Bergesio y Scalone 2014; Montenegro et al. 2011).

³ Activar un repertorio patrimonial significa escoger determinados referentes y exponerlos de una u otra forma. Ello equivale a articular un discurso que dependerá de los referentes escogidos, de los significados de estos referentes que se destaquen, de la importancia relativa que se les otorgue y del contexto. Ninguna activación patrimonial es neutra o inocente, sean consientes o no de ellos los correspondientes gestores del patrimonio (Prats 1998).



La valorización de los bienes patrimoniales en función de su consumo los convierte en atractivos turísticos. Las expresiones más diversas del Patrimonio Cultural (festividades, celebraciones, gastronomía, textiles, peregrinaciones, edificios arquitectónicos, obras pictóricas, museos, tradiciones populares) son activadas por el turismo para el desarrollo de la actividad. En Jujuy hemos observado que los bienes culturales se han convertido en las últimas décadas en la base de las políticas del Gobierno Provincial, re-apropiándose, re-interpretándose y re-valorizándose en relación a variables socioeconómicas.

El turismo en Jujuy, es reconocido como actividad económica; hemos escuchado muchas veces decir que el turismo es como una “industria sin chimeneas”, sin embargo las nuevas tendencias obligan a re-pensar el turismo desde nuevas bases, teniendo en cuenta lo socio cultural y ambiental; estamos aprendiendo a ver al turismo como un fenómeno económico que está en medio de complejas relaciones geográficas, socioculturales y políticas.

Es en esta complejidad donde se inscribe la relación turismo y religiosidad. Algunos autores han señalado acertadamente que, la religiosidad puede ser entendida hoy como un vector de desarrollo turístico sostenible en Argentina. Aunque para que ello ocurra, deberían poder articularse acciones entre los diferentes actores que diseñen e implementen los productos turísticos para que propongan estrategias de mitigación de impactos no deseados de esta actividad. Aún falta estudiar aspectos vinculados principalmente a los servicios de alojamiento y transporte, para que las actividades del turismo religioso generen mayores beneficios económicos en las comunidades receptoras (Cano 2008; Villarrubia Gómez 2012).

La relación religión-turismo genera nuevos fenómenos socio-culturales que impactan el contexto donde se desarrollan. En opinión de Puccio (2002), las prácticas religiosas vinculadas a las visitas a centros religiosos han generado transformaciones territoriales

En el caso particular de la provincia de Jujuy, además de espacios de peregrinaje, hay sitios religiosos (capillas, santuarios, museos), festividades (Patronales, Marianas), celebraciones (Semana Santa, Día de las Almas), que se visibilizan como posibles productos de interés turístico, pero aún no alcanzan estándares de promoción y marketing turístico ligados al desarrollo sustentable de los destinos.

De todos modos, la relación entre turismo, patrimonio y religión y/o religiosidad⁴, se ha vuelto más dinámica y compleja, y nos desafía a re-pensar las prácticas de la comunidad vinculadas a ceremonias y festividades religiosas. En este contexto los espacios están vinculados a los centros religiosos, y las transformaciones son objetos de discusión entre los actores que intervienen, en aspectos de acciones y actuaciones, en lo económico, cultural,

⁴Es importante diferenciar los conceptos de religión oficial y religiosidad popular; en el primer caso se refiere a un conjunto de advocaciones, rituales, prácticas y creencias del orden religioso que poseen una aceptación a nivel mundial y son reconocidos por la institución eclesial. En tanto, la religiosidad popular es entendida como el conjunto de prácticas devocionales situadas en un espacio- tiempo determinado que le otorga características únicas, ya que cada sociedad las impregna de sus modos de ver y vivir la realidad (García García 1989; Villarrubia Gómez 2012).



social, ambiental. Cabe aclarar, que en este territorio, hablar de lo religioso es referir principalmente al culto católico; hasta el momento no se han podido observar prácticas relacionadas a patrimonio religioso en relación a otras religiones.

En Jujuy, se han comenzado a trazar puentes entre el patrimonio, el turismo y la religiosidad, a partir de nuevas estrategias de gestión de bienes culturales, que producen interacciones materiales y simbólicas en el transcurso de las manifestaciones religiosas tradicionales (Montenegro y Aparicio 2012). Sin embargo, pensamos que en la actualidad no se han diseñado estrategias turísticas de participación para los visitantes de modo tal que puedan disfrutar estas ceremonias tradicionales, sin afectar negativamente a las comunidades locales.

Potenciales atractivos turísticos relacionados con el patrimonio religioso en San Salvador de Jujuy

En general, los museos han sido considerados importantes espacios culturales y destinos obligados para el turismo cultural, así como, los monumentos, edificios históricos, cementerios donde se encuentran personalidades destacadas, entre otros. Sin embargo, la incorporación de los museos, de manera genérica, al turismo cultural es algo reciente, y más aquellos que atesoran el arte sacro religioso, que hoy en día se encuentran en los circuitos e itinerarios turísticos.

Algunos autores señalan que los museos pueden constituir un nuevo bien patrimonial, y son atractivos turísticos de gran dimensión y flexibilidad. (Molinero y Oliver 2013). En el caso de Jujuy, los museos son entendidos como espacios de promoción de la cultura, y en los últimos años como vector de desarrollo de productos turísticos culturales. En nuestra opinión los Museos de la provincia de Jujuy presentan un potencial para ser convertidos en “productos” aptos para el consumo de los viajeros. Sin embargo, es necesario que se desarrollen previamente, investigaciones que permitan relevar, registrar, y poner en valor los bienes culturales y sus servicios, para luego, diseñar e implementar propuestas que promuevan el desarrollo turístico sustentable de la región.

Hemos podido observar que a esta provincia arriban innumerables contingentes de turistas, especialmente a la región Quebrada de Humahuaca, convocados por las celebraciones y festividades, y además para apreciar el inmenso paisaje cultural incluido en la lista de “Patrimonio Mundial”. Sin embargo, hasta el momento, son muy pocos los que llegan, y menos aun los que pernoctan y permanecen algunos días en la Ciudad de San Salvador de Jujuy.

Esto nos lleva a preguntarnos: ¿Cuáles son las estrategias que deberían ponerse en juego para ampliar la oferta turística de la Ciudad de San Salvador de Jujuy? ¿Los museos de arte religioso pueden ser considerados atractores turísticos? ¿Qué propuestas podemos ofrecer



desde el turismo religioso para que los visitantes descubran y disfruten esta rica tradición cultural ligada al desarrollo de los procesos de evangelización que operaron aproximadamente por espacio de cuatro siglos en la región?

Advertimos la existencia de potenciales vectores de captación de nuevos segmentos de mercado turístico que, a nuestro modo de ver contribuirían a posicionar a la Ciudad de San Salvador de Jujuy como uno de los principales destinos de interés turístico de la provincia; particularmente en el casco céntrico podemos mencionar: la Iglesia Catedral, la Iglesia San Francisco, el museo de la Iglesia Catedral, el Museo de la Iglesia San Francisco, el Taller de Arte Colonial Recrear, el Museo Histórico Lavalle, la capilla de Santa Bárbara y la Iglesia del Buen Pastor que son valiosos espacios de patrimonio religioso que podrían gestionarse para el turismo.

Consideramos que, para lograr que la gestión turística de los bienes culturales religiosos resulte efectiva, deberán priorizarse las acciones destinadas a la preservación⁵ del patrimonio y a la valorización turística del mismo. Para ello proponemos una secuencia de actividades: a) definir un circuito turístico religioso; b) realizar un diagnóstico del estado de gestión de los espacios y bienes culturales religiosos; c) observar las potencialidades turísticas en función del contexto espacial y cultural del que forman parte; d) identificar los requisitos que deben cumplir para lograr su valoración turística; e) definir mecanismos para la preservación de espacios y bienes; y f) diseñar una propuesta de guion turístico para el circuito.

En el caso de nuestra provincia los Museos de Arte Sacro Religioso son emergentes de una realidad vinculada al auge del turismo cultural. El Museo de Arte Religioso de la Iglesia Catedral, el Museo de Arte Sacro de San Francisco, la sala de Arte Sacro del Museo Histórico Provincial “Juan Galo Lavalle” y el Museo Taller de Arte Colonial Recrear, son evidencias de este proceso. Tanto el Museo de la Iglesia Catedral⁶ como el de Arte Sacro Franciscano fueron creados e impulsados por el Obispado de Jujuy y la Congregación Religiosa de Hermanos Franciscanos respectivamente, en trabajo conjunto con la Secretaria de Turismo y Cultura de la provincia.

Estas acciones tuvieron como propósito promover el Turismo Religioso en Jujuy dando a conocer espacios y bienes artísticos y religiosos, y las distintas manifestaciones de fé y celebraciones religiosas que atraen a turistas y peregrinos, impulsando la diversificación de la oferta turística de esta ciudad capital de la provincia.

Los bienes y espacios culturales religiosos que hemos mencionado están ubicados en el casco histórico de la ciudad de San Salvador de Jujuy, por lo que su localización es

⁵ Entendemos por preservación la acción de proteger un bien con anticipación a fin de evitar un eventual deterioro o su destrucción.

⁶ El museo fue inaugurado el 25 de mayo de 2012, como resultado de un convenio entre la Secretaría de Turismo y Cultura y el Obispado de Jujuy, en el marco del “Bicentenario de la Bendición y Jura de la primera Bandera Argentina”, hecho social que tuvo lugar en la Catedral Basílica de San Salvador de Jujuy en el año 1812, y resultó significativo para la consolidación de la Revolución de Mayo.



inmejorable para cualquier propuesta turística. Los mismos están próximos a edificaciones de gran relevancia histórica que contextualizan este rico patrimonio cultural y nos permiten avizorar un pasado histórico colonial con gran presencia en esta Ciudad

El patrimonio religioso de Jujuy posee obras de incalculable valor histórico y artístico, ya que proceden de escuelas de arte célebres por su combinación de temas religiosos de tradición judeo-cristiana con formas de expresión híbridas que conjugan elementos españoles y andinos, y dieron lugar a un movimiento cultural conocido como Barroco mestizo⁷.

Conclusiones

El acelerado crecimiento que presenta el turismo y la diversificación de las tipologías y productos turísticos, se suman al aumento del valor de la cultura en el imaginario de las comunidades locales. Estos factores tienen consecuencia en los bienes del patrimonio cultural que, pasaron a ser considerados recursos turísticos por el sector del turismo, los gobiernos (nacionales, provinciales y locales) y los ciudadanos.

Sin embargo no es sencillo compatibilizar los valores y fines de dos sectores diferentes, como el sector turístico y el sector del patrimonio. Es por ello que proponemos la gestión turística del patrimonio con el fin de consensuar los valores e intereses de los actores implicados.

En este marco pensamos que el turismo cultural de tipo religioso adquiere mayor importancia en Jujuy, como posible factor de desarrollo local, desde una perspectiva sustentable y sostenible, con una adecuada planificación; debido a las celebraciones y festividades religiosas que se realizan durante todo el año y los bienes religiosos que poseen tanto las Iglesias como los Museos que, adquieren especial interés para los turistas y locales, debido que son considerados espacios con un alto valor cultural-religioso que permiten visibilizar la identidad de las comunidades locales.

Pensamos que San Salvador de Jujuy a pesar de ser la Ciudad Capital de la provincia, no se constituye aun como destino turístico de interés principal, sino que asume la condición de nodo de distribución turística (centro de escala) donde una de las principales dificultades que presenta es la falta de propuestas para incentivar el pernocte. Entendemos que es a través de los Museos de Arte Religioso y de las Iglesias, se podrían conformar nuevos

⁷ En el Barroco Mestizo las escuelas estaban organizadas, la composición se hizo más compleja y los temas inspirados por la cultura incaica aparecen al lado de temas religiosos: Marianos, angélicos, hagiográficos, entre otros. Los artistas, en América no tenían la posibilidad de estudiar el cuerpo humano, no trabajaban a partir de modelos, ni estudiaban el paisaje, por consiguiente sus representaciones son estereotipadas. Indios, mestizos, devenidos en artesanos, incorporaron a los modelos europeos elementos regionales en pinturas, esculturas y decoraciones. Las fuentes iconográficas son en su origen europeas (flamencas, italianas o españolas), pero la copia y la técnica fueron adaptándose al gusto local. La pintura como otras manifestaciones artísticas sufrieron en suelo americano un proceso de adaptación al medio (Pizarro Gómez 2003).



circuitos para ampliar la oferta del turismo religioso en San Salvador como en la provincia, complementando las festividades, celebraciones del culto católico.

En un sentido convergente es importante la integración del Turismo con la Cultura, ya que constituye un puente de beneficios, por lo que debemos vincular la Cultura con el desarrollo sustentable, promoviendo el desarrollo del Turismo Cultural de tipo religioso.

Bibliografía

BARRETTO, M. (2007). Turismo y Cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas. Colección Pasos. El Sauzal. Tenerife. España.

BERGESIO, L., y L. SCALONE (2014). Análisis comparativo de las (re) presentaciones de Jujuy en la difusión de sus potencialidades turísticas (1950-2013). Ponencia presentada a las III Jornadas Nacionales sobre estudios regionales y mercados de trabajo. Universidad Nacional de Jujuy (Facultad de Cs. Económicas y Unidad de Investigación en Comunicación, Cultura y Sociedad de la Facultad de Humanidades y Cs. Sociales) y Red SIMEL, San Salvador de Jujuy.

BERTONCELLO, R. (2006), Turismo, territorio y sociedad. El mapa turístico de la Argentina. En: América Latina: cidade, campo e turismo, M. Arroyo; A. Geraiges y M.L. Silveira (Comps.) pp 317-335, CLACSO, San Pablo, Brasil.

BRANWELL, B. (1996). Sustainable Tourism Management: Principles and Practice. Tilburg University Press. Tilburg.

BURBRIDGE, H. (2001). El turismo a la luz de los documentos sociales de la iglesia. Conferencia Episcopal Argentina. Editorial: Comisión Episcopal de Migraciones y Turismo. Argentina.

CAMPOSANO LEYTON, C.; A. MUÑOZ NÁRBONA y F. VENEGAS (2009). Diagnóstico y propuestas de estrategias para el desarrollo del turismo religioso. Aplicación: Peregrinación al Santuario de Andacollo. Tesis de la Carrera de Administrador Turístico Universidad de la Serena, Chile.

CANO, S. (2008). Comercialización de Turismo Religioso. Reflexión Académica en Diseño y Comunicación. Año IX. Vol. 9:93-96. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina ISSN 1668-1673.

COOPER, C. (2002). Sustainability and tourism visions. VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública. Lisboa. Portugal.

DEBRECZENI, E (2003). Gestión del Turismo Sostenible y Patrimonio Cultural. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural.

FERNÁNDEZ PONCELA, A. (2010). El Santo Niño de Atocha: patrimonio y turismo religioso. En: PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural. Vol. 8 Nº 2: 375-389. Universidad



Autónoma Metropolitana. México.

GARCIA CANCLINI, N. (2001). Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad. Paidós, Buenos Aires.

GUAMUSHIG AIMACAÑA, M. A (2012). Diseño de la ruta turística del libertador Simón Bolívar, mediante el uso de herramientas e instrumentos, para la diversificación de las actividades turísticas de las parroquias Eloy Alfaro, la matriz y Mulaló, del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi. Latacunga. UTC.

HALL, C.M (2003). Ecoturism policy and planning. CABI Publishing. Oxon.

IVARS, J. 2003. Planificación turística de los espacios regionales en España. Síntesis. Madrid.

JAFARI, J. (2005). El turismo como disciplina científica. Revistas Científicas Complutences. Vol 42, Nº 1: 39-56. Madrid.

MACARRÓN, A. (2008). Conservación del Patrimonio Cultural. Criterios y Normativas. Síntesis. Madrid. España.

MOLINERO, N. M., y S. P. OLIVER (2013). Turismo Cultural, patrimonio y empleabilidad. Fundación EOI. Madrid.

MONTENEGRO, M. (2011). Itinerarios culturales y patrimonio religioso en la Quebrada de Humahuaca, Jujuy, Argentina. Caminos que unen historia, paisaje y turismo. Experiencias patrimoniales en Argentina y España. Ledesma, R. y F. Vicente Castro (Eds.) Editorial PSIQUE-EX, Badajoz, España.

- (2010) Museos arqueológicos: gestión de los bienes patrimoniales y desarrollo turístico sustentable. Miradas desde la provincia de Jujuy, Argentina. En: Bienes culturales, turismo y desarrollo Sostenible, J. Marcos Arévalo y R. Ledesma (Eds.)pp. 237-250. Signature Demos, Sevilla.

MONTENEGRO, M. y M.E. APARICIO (2011). Museos arqueológicos como espacios de encuentro con el pasado. Gestión de bienes culturales, turismo y patrimonio en la Quebrada de Humahuaca, Jujuy, Argentina. Revista Nuevas Propuestas Nº 50: 65-78. Ediciones Universidad Católica de Santiago del Estero, Santiago del Estero.

- (2012) La fiesta de la Virgen de la Candelaria: patrimonio cultural, memoria e identidad en la Quebrada de Humahuaca, Jujuy, Argentina. Editorial Universidad Católica de Santiago del Estero, DASS, San Salvador de Jujuy.

PRATS, L. (2005) Concepto y Gestión del patrimonio local. Cuadernos de Antropología Social vol.21:17-35, FFyL, Universidad de Buenos Aires.

- (1994) El patrimonio cultural como recurso turístico. Antropología y Patrimonio. Ariel Antropología, Barcelona.

PULIDO, J.I (2005). Criterios para una política turística sostenible en los parques naturales de Andalucía. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Junta de Andalucía. Sevilla.

PUCCIO, H (2002). El turismo y su relación con la religiosidad popular. Observatorio geográfico de América Latina. Geografía socioeconómica.



<http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal8/Geografiasocioeconomica/Geografiaturistica/27.pdf>

SAN MARTÍN GUTIÉRREZ, H.; I. RODRÍGUEZ DEL BOSQUE y R. VÁSQUEZ CASIELLES (2006). Análisis de la imagen en turismo mediante técnicas estructuradas y no estructuradas: implicaciones competitivas para los destinos turísticos. Revista Asturiana de Economía N° 35: 69-91.

SANCHO, A (2001). Introducción al Turismo. Organización Mundial de Turismo. Ediciones Organización Mundial de Turismo, España.

SERRALONGA, S. y K. HAKOBIAN (2011). Turismo religioso y espacios sagrados: una propuesta para los santuarios de Catalunya. Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR, Penedo, Vol. 1, N° 1:63-82. <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur>

TRONCOSO, C (2010) Patrimonio, Turismo y lugar: selecciones, actores y lecturas en torno a la Quebrada de Humahuaca (JUJUY, ARGENTINA) como patrimonio de la Humanidad. Cuadernos de Turismo, N°25, enero-junio, 2010, pp. 207-227. Universidad de Murcia. Murcia, España.

VÁSQUEZ DE LA TORRE, G.; L. PÉREZ NARANJO y R. MARTINEZ CARDENAS (2012). Etapas del Ciclo de vida en el desarrollo del Turismo Religioso: Una comparación de estudios de caso. Gestión Turística, N°30: 241-266. Universidad de Murcia. España.

VELASCO GONZÁLEZ, M. (2010). La incorporación de ideas en las políticas públicas. El concepto de sostenibilidad en la política turística. Revista de análisis turístico. Centro de Estudios Superiores Felipe II, Universidad Complutense de Madrid.

- (2009). Gestión Turística del Patrimonio Cultural: Enfoque para un desarrollo sostenible del Turismo Cultural. Cuadernos de Turismo n° 23: 237-253. Centro de Estudios Superiores Felipe II, Universidad Complutense de Madrid. <http://revistas.um.es/turismo/article/view/70121>

VILLARRUBIA GÓMEZ, A. (2012). Diseño y elaboración de un producto turístico religioso, para la festividad de la Virgen de la Candelaria de Humahuaca. Provincia de Jujuy. Trabajo Final de Grado Licenciatura en Turismo. Universidad Católica de Santiago del Estero, Departamento Académico San Salvador, San Salvador de Jujuy.

Documentos, leyes, códigos y manuales técnicos de consulta

Carta Internacional sobre Turismo Cultural. La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo (1999). Adaptada por ICOMOS EN LA 12ª Asamblea General en México. http://www.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf

Páginas Institucionales consultadas:

CONSEJERÍA DE TURISMO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE MURCIA. 2003. Murcia. Consulta 24/07/15. <http://www.murciaturistica.es>