

Mesa de Trabajo N°13: Miradas antropológicas sobre los procesos de turistización en clave latinoamericana: tensiones, alteridades y territorios

EL TURISMO PROMOCIONADO EN NEUQUÉN Y LA PRESENCIA/AUSENCIA DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS

Ottonello Julieta.

Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN

A continuación, presento una primera versión de un plan de trabajo como colaboradora del Proyecto PPID 0E16 de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de La Plata, denominado “El Turismo como fenómeno social”. Como estudiante de grado, esta es mi primera experiencia de investigación, y me moviliza la inquietud y sensibilidad hacia el tema elegido. Este plan de trabajo, que es aún exploratorio y que comienza a ser desarrollado en mayo del 2023, se inicia a partir de las siguientes ideas e interrogantes.

Cuando hablamos de nuestras raíces, inmediatamente pensamos en nuestros ancestros que inmigraron hacia Argentina como italianos, españoles, portugueses, entre otros. Sin desmerecer esta parte de la historia, como latinoamericanos sabemos que antes de la llegada de los españoles, en estas tierras vivían, denominados en forma general, los pueblos originarios o indígenas donde habitaban miles de familias, personas con historias y recuerdos, con culturas y tradiciones, lenguajes y donde simplemente esta tierra era su hogar.

La historia nos ha enseñado, que uno descubrió al otro, los españoles descubrieron estas tierras, y descubrieron allí habitantes originarios, donde los conquistadores tenían que desaparecer cada rastro de ellos para poder habitar las tierras y crear una generación “civilizada”. Pero ¿realmente nos descubrieron? En la actualidad, como sociedad, se pudo replantear este corte histórico y aceptar que la conquista fue un intento para exterminar los pueblos originarios, tratando de dar fin a sus culturas y tradiciones. Así lo plantea la historia. Pero, aunque se hable de un exterminio, y si bien fueron y siguen siendo invisibilizados, y a pesar de que si se perdieron lenguas y ciertas tradiciones, sabemos que no desaparecieron, que los pueblos originarios siguen estando en territorio, en mayor o menor medida, sus costumbres y tradiciones siguen vivas, tanto como sus lenguas, sus canciones, sus formas de vivir y de pensar. A partir de esto, ¿Cuál es la valorización, que, como sociedad, se tiene de los mismos? Y en materia de turismo, ¿que significancia o como es utilizado lo mapuche en relación a lo turístico?

OBJETIVO

En este trabajo buscamos analizar la forma en que se muestran y se presentan a los pueblos originarios, de la provincia de Neuquén, en diferentes medios de comunicación y/o sitios web.

MARCO TEÓRICO

Trincherero (2009) afirma que, históricamente, desde el un punto de vista de la denominada “historia oficial” la República Argentina se ha identificado en aspectos políticos, sociológicos y antropológicos, como un país “sin indios” o de “pueblos trasplantados”, es decir llegados de los barcos. En otras palabras, una nación con un imaginario de representación que responde demográfica y culturalmente a los “pueblos trasplantados” y que no reconoce como parte de la identidad a los pueblos originarios. También hace referencia a que ciertos discursos políticos y académicos, apuntan a desconocer el proceso histórico de conquista y apropiación territorial por parte del estado y agentes privados dominantes. En el cual varios especialistas afirman que las relaciones y las denominaciones de los pueblos originarios a mediados del siglo XIX, ha estado definida por el sojuzgamiento militar, el etnocidio, la expulsión al sistema de expansión agrícola-ganadero y agroindustrial, entre otras.

Trincherero, hace hincapié en que durante el periodo de conquista española muchas de las tierras de los pueblos originarios no fueron ocupadas, creando “pactos y acuerdos” entre españoles y los pueblos originarios. Esto implica una “política de reconocimiento” de los españoles y sus descendientes hacia los pueblos originarios. Pero que posteriormente, a mediados del siglo XIX y con la conformación del “Estado Nacional”, tiene lugar una política genocida llamada “conquista del desierto” ,contra los pueblos originarios, negándolos como ciudadanos. Partiendo de lo señalado anteriormente, se observa la contradicción entre el derecho a la identidad de los pueblos originarios, el reconocimiento o la negación de los mismos, sus implicancias, posibilidades y limitaciones.

Por último, Trincherero sostiene que la definición de pueblos originarios, grupos étnicos, indígenas, comunidad, entre otros, ni el Estado ni los científicos les corresponde definir quiénes son los pueblos originarios. Dicho esto, muestra cómo distintas disciplinas usan estas referencias sobre los pueblos originarios. En términos biológicos ,lo indígena está asociado a una concepción “racial”; en criterios etnocéntrico, se los define a partir de la carencia, como poblaciones en un estadio evolutivo inferior al occidental por lo que aún no desarrollaron las instituciones propias de la modernidad.

Por otro lado, reforzando las ideas de Trincherero de la “historia oficial” de los pueblos originarios, Maragliano (2011) hace referencia a la existencia de un “relato oficializado” y selectivo, presente de la historia de los mapuches, que deja a los mismos en una situación de “invisibilidad” e “inexistencia”, debido a la elección de parte de la historia que se elige contar del pasado y un presente sin conflictos en la “aldea de montaña”, reforzando la idea de una nación que “desciende de los barcos”. Pero que este relato también existe en la memoria e imaginario de los visitantes.

Como afirman Valverde, Maragliano e Impemba (2015), algunos relatos históricos niegan los antecedentes de los pueblos originarios, como si no fueran parte de la historia, y por tal hecho son excluidos, a través de los relatos.

Actualmente, las localidades de Neuquén, San Martín de los Andes, Villa la Angostura, Villa Pehuenia, Aluminé, Junín de los Andes, entre otras, son reconocidas como destinos turísticos de montaña. El paisaje natural, el patrimonio cultural y las comunidades, fomentan la creación de las localidades como “aldeas de montañas” (Balazote, 2006), (Maragliano, 2011), (Valverde, Maragliano e Impemba, 2015). Según Landini (2021) las representaciones e imaginarios, que participan para la construcción de los destinos, son

importantes agentes de transformación espacial como, por ejemplo: “lugares fantaseados”, es decir, se crea una construcción fantástica para el turismo.

Luego, a estos escenarios e imaginarios, se le suman los pueblos originarios, dotados de una connotación de “salvaje” o “exótico”, y “alejados de la realidad”, que terminan completando el paisaje de “aldea de montaña” (Maragliano, 2011). Se podría interpretar que, parte del imaginario de ciertos actores, es una construcción de lo indígena asociado a “lo primitivo”, en donde se supone que los pueblos mapuches siguen viviendo como lo hacían antes, en aldeas con su propia comunidad, en la naturaleza, vestidos con ropajes diferentes, entre otras cosas. Y a partir de esta apreciación, se conforma la oferta turística (Balazote, 2006).

Almirón, Bertonecello y Troncoso (2006) definen al patrimonio, como el acervo de una sociedad, es decir, un conjunto de bienes (naturales o culturales, materiales o inmateriales). Resulta importante resaltar, que en la selección del patrimonio, intervienen procesos de imposición de intereses, ideas o deseos de determinados grupos sobre otros. Y por otro lado, que muchos de estos patrimonios, son una “escenificación” para ser convenientemente consumidos.

Prats (1997) a su vez señala, que las activaciones patrimoniales, nacen a partir del ocio y el turismo, donde el patrimonio se evalúa como “recurso” y como “factor de desarrollo”, siendo así un “uso” para la demanda turística. Estos procesos son llevados a cabo por un grupo que tiene el poder de elegir cuáles son los “valores simbólicos del patrimonio”.

Según diferentes autores, hay distintas formas de incorporar a los pueblos originarios en los relatos oficiales sobre las aldeas de montaña. A continuación, se explorarán algunos de ellos, que luego serán retomados en el apartado de análisis.

Una primera forma de analizar la presencia de la población Mapuche es pensarla a través de su inserción en el paisaje. Maragliano (2011) informa que algunos relatos, incluyen a lo mapuche como “parte del paisaje”, siendo los pueblos originarios un atractivo turístico, dejándolos en un rol inferior, para satisfacer las necesidades del mercado turístico. Valverde, Maragliano e Impemba (2015), hacen referencia a que lo mapuche es considerado un “patrimonio local” como consecuencia del marketing turístico, a través del cual lo Mapuche se “pone en valor” y se va incorporando paulatinamente al paisaje. Luego, en éste, los visitantes tendrán que “descubrirlos”.

Otra forma de examinar la presencia de los pueblos originarios es a través de las artesanías. Maragliano (2011) hace referencia a que las artesanías, siguen siendo en muchos casos, la única forma que tienen los mapuches de vincularse con el campo turístico. Pero que generan solamente una “transacción comercial”, en los visitantes, sin pensar en su significado. Valverde (2006) hace referencia a que los pueblos originarios, son visibilizados y definidos como un “producto turístico”. Lo mapuche se convierte en un recurso económico siendo las artesanías, entre otros, definidas como “recursos” o “productos”.

El lenguaje, forma parte de analizar la disposición de los pueblos mapuches en territorio. Maragliano (2011) declara que los sectores dominantes “utilizan” el idioma mapuche (mapuzungun), como parte del marketing turístico, en donde existe una apropiación y mercantilización del patrimonio (mapudungun). Valverde (2006) afirma que la utilización del idioma mapuche, es apropiada por el sector dominante para la promoción de la

“marca” turística local. Garantizando, a través del lenguaje, la autenticidad regional como parte de la estrategia de marketing.

Por último, a partir del análisis realizado, todos los relatos son y forman parte del Marketing, es donde se puede percibir la presencia de mapuches. Valverde, Maragliano e Impemba (2015) hacen referencia a que lo Mapuche en la región Neuquina, es una marca o una impronta vinculada a la riqueza de la naturaleza y sus paisajes, a ciertos atributos turísticos regionales y locales, creando un proceso de “folclorización” de la cultura Mapuche. La identidad mapuche, en definitiva, está siendo construida y usada para el “extranjero” y lo urbano, apropiándose de sus símbolos y tradiciones culturales, para el consumo a la medida del turista.

A su vez, hace referencia a que el turismo, en algunos aspectos, emplea como método de marketing, ciertos rasgos de la cultura mapuche. Utilizado únicamente como un “recurso potencial”, donde, gracias al marketing, el imaginario del turista, se refiere a tener que encontrar y descubrir la “esencia” mapuche en el destino.

Metodología (fuentes de información, métodos de procesamiento y análisis de datos).

En esta tarea, se trabajó con fuentes documentales desde una perspectiva cualitativa. Específicamente, con documentación accesible digitalmente en portales web de promoción turística del gobierno de la Provincia de Neuquén y gobiernos locales de la misma provincia, así como sitios web de promoción de servicios turísticos de la provincia.

La primera actividad planteada en este plan de investigación exploratorio, fue la búsqueda bibliográfica sobre el tema seleccionado, creando una red de autores.

Luego se realizó un rastreo de información, a través de medios digitales. Se buscó, por medio de la plataforma google, localidades turísticas de la provincia de Neuquén, y luego se seleccionaron aquellos sitios web oficiales de la municipalidad, o de promoción turística. Los sitios web seleccionados fueron:

- 1 <https://www.argentina.gob.ar/provincia-del-neuquen>
- 2 <http://neuquentur.gob.ar/es/que-hacer/comunidades-mapuche/>
- 3 <http://neuquentur.gob.ar/es/corredores/corredor-de-los-lagos/>
- 4 <https://www.destinoalumine.com.ar/ruca-choroi-1/c/0>
- 5 <https://www.destinoalumine.com.ar/informacion-general-2>
- 6 https://equiponaya.com.ar/turismo/congreso2003/ponencias/Natalia_Marenzana.htm
- 7 <http://www.cerrobateamahuida.com/sobre-batea-mahuida/historia-comunidad-puel>

Por último, se confeccionó un informe, junto con reflexiones finales.

CONTEXTO HISTÓRICO DEL ESTUDIO

El hecho histórico que dio comienzo al intento de exterminio de los pueblos originarios de la Patagonia, es conocido como la “conquista del desierto”. Como bien indica el nombre, fue una conquista de los Argentinos hacia los pueblos en territorio Argentino. Esta conquista se produjo en 1878 aproximadamente, y trajo consigo la matanza y genocidio de miles de personas de estos pueblos. El objetivo de la misma era desalojar a los pueblos de sus tierras y costumbres, evitar que se agrupen para que no siguieran conservando sus tradiciones, tratando de arrasar y desintegrar con todo un pueblo el cual debían “civilizar”. Luego de esta etapa, comenzó un sistema de reubicación de

prisioneros, a través del cual algunos mapuches fueron trasladados a la isla Martín García. (Lenton, et al . 2015). Fue un centro de detención mapuche, donde se llevaban miles de personas para la esclavitud, ya sea para tareas domésticas, mano de obra, soldados o marineros. Las condiciones en que llegaban y en las condiciones en que vivían solamente eran apropiadas para los “indios” que no eran civilizados y no eran considerados personas “normales”.

En efecto, las políticas posteriores a las campañas militares estatales que acabaron con la autonomía política de los pueblos originarios, a principios del siglo XX, partieron de su supuesta muerte y exterminio. Para ese entonces, en Argentina, los “Indígenas” se encontraban en el territorio entre el límite de la frontera de Chile y Argentina, siendo así identificados por la sociedad Argentina como “Pueblos Originarios de la Patagonia chilena” o “indios chilenos” (Nuñez, 2010). Estas denominaciones hacia los pueblos originarios, se refuerzan según Maragliano (2011) mediante ciertos relatos elaborados por la “sociedad hegemónica”, quienes identifican a los mapuches como “invasores chilenos” que dominaron y ocuparon el territorio de los “verdaderos indios argentinos”.

Para 1930, se instalaría en la región y en la agenda geopolítica, un nuevo desarrollo: la actividad turística. Esta actividad se vería impulsada por la llegada de instituciones nacionales como la Administración de Parques Nacionales y por el incremento de turistas de clase alta. El Estado no podía dejar pasar esta amenaza que sentía por el país Chileno, ni mucho menos el desarrollo del turismo, es por ello, que recurriría a la fundación de diferentes Parques Nacionales en todo el límite de la frontera con Chile. Así la Administración de Parques Nacionales crearía la Ley 12.103 que, entre otras cosas, expulsaría a toda comunidad originaria que se encontraba en el territorio de los Parques Nacionales, y ninguna de estas familias recibió títulos de tenencia precaria en virtud de su identidad originaria. A partir de entonces, con el crecimiento de las ciudades y la actividad turística empezó nuevamente un proceso de invisibilización del pueblo mapuche, es decir, que nadie se ponía a cuestionar la presencia de estas familias en la región. Por otro lado, trajo consigo la necesidad de que la comunidad mapuche tuviera que urbanizarse y conseguir trabajo, donde antes allí ocupaban las tierras. (García y Valverde, 2007).

Este contexto histórico permite mostrar y reforzar las ideas de Trincheró (2009) y Maragliano (2011) en el cual el “relato oficializado” o la “historia oficial” tienen un proceso de selección de lo que se elige contar y transmitir sobre lo sucedido con los pueblos originarios. Desde las distintas miradas y perspectivas de la cual se puede contar lo sucedido, se elige contar la historia donde los pueblos originarios no pertenecen al territorio ni a nuestra identidad, dejando a un lado la historicidad de los mismos y creer que “venimos de los barcos”.

ANÁLISIS

Esta investigación, se centra, como se dijo anteriormente, en los relatos de los portales de internet y sitios web, específicamente cómo se muestra y se presenta los pueblos mapuches en territorio neuquino.

En los sitios web y portales, existen diversos relatos, que dejan posicionalmente a los mapuches de diferentes maneras, como pueden ser relatos a través de su historia, a través del marketing, insertos en un paisaje, entre otros.

MAPUCHES Y LENGUAJE:

Empezando por unos de los sitios web: Argentina.gob.ar, describe lo siguiente:

*“La Provincia toma su nombre del río homónimo, cuya voz proviene del mapudungun Newenken (que significa "correntoso") o del araucano Ñedquén (traducido como "atrevido y audaz")”.*¹⁵⁹

En esta introducción del sitio web, se hace uso de palabras en mapuche seguidamente traducidas al español. Retomando a Maragliano (2011) podemos considerar que, las palabras en idioma mapudungun son utilizadas para el marketing turístico, por parte de los sectores dominantes, para darle un valor promocional a la zona.

En este párrafo, se está utilizando el lenguaje mapuche, donde solo unos pocos saben hablarlo. El análisis de Trincherro (2009) a través de los datos del censo 2001, especifica que solo entre el 1% y 2% de la población argentina se reconocen como descendientes de pueblos originarios. Entonces al utilizar este idioma que muy pocos hablan y conocen, crean este escenario de “lejanía”. Por otro lado, se podría preguntar si los que escribieron este párrafo son hablantes del idioma o solamente lo utilizaron para fines turísticos. Y por último, ¿por qué utilizan el idioma mapuche y no otro? ¿reconocen entonces que en la provincia de neuquén existen actualmente mapuches? Estas preguntas no forman parte del objetivo principal del análisis, simplemente se encuentran a modo de poder reflexionar sobre ello.

Se puede observar que la única mención al pueblo mapuche es una denominación en la lengua mapudungun para luego, como señalan en otros escritos Valverde, Maragliano e Impemba (2015) hacerlo “desaparecer” en el relato.

MAPUCHES E HISTORIA

Siguiendo con el mismo portal, Argentina.gob.ar, se cita los siguientes párrafos:

“Varias etnias: picunche; pehuenche y puelche, huarpes; tehuelche septentrionales y huilliche habitaron esta tierra, previo al proceso de araucanización mapuche”.⁽²⁾

“Las primeras exploraciones españolas datan del siglo XVI. El territorio fue testigo del asentamiento de la primera misión jesuita en 1653, de la campaña militar de Juan Manuel de Rosas en 1833 y de la denominada Conquista del Desierto dirigida por Julio A. Roca en 1879.”⁽²⁾

Estos dos últimos párrafos, dejan una brecha para que el lector pueda preguntarse si actualmente existen comunidades mapuches dentro del territorio. Ya que primeramente hace alusión a que varias etnias ya no existen en el territorio, y luego termina haciendo referencia a la conquista del desierto, un hecho histórico donde hubo un intento de exterminio de los pueblos originarios.

¹⁵⁹ <https://www.argentina.gob.ar/provincia-del-neuquen>

De esta forma, se refuerza el relato oficial acerca de los pueblos originarios (Maragliano, 2011) desconectado de su larga historia y de su presencia actual en nuestra sociedad.

MAPUCHES Y MARKETING

Siguiendo con el análisis, citamos otro portal, llamado: Neuquen tu destino:

*“Actualmente diversas comunidades mapuche habitan en el territorio neuquino, especialmente en el Corredor de Los Lagos, que, valorizando su cosmovisión y costumbres, invitan al visitante a conocer su tierra y compartir sus tradiciones”.*¹⁶⁰

En este párrafo se entiende que la “cosmovisión” de los mapuches, la manera de vivir de ellos, atrae al turista a sus tierras, pero ¿realmente invitan a conocerlos? Podemos decir, que esto supone una invitación a las comunidades, como si las mismas estuvieran disponibles y esperando el encuentro con los turistas. Entonces, si nos dirigimos a territorio neuquino, allí vamos a poder encontrar y ver diversas comunidades.

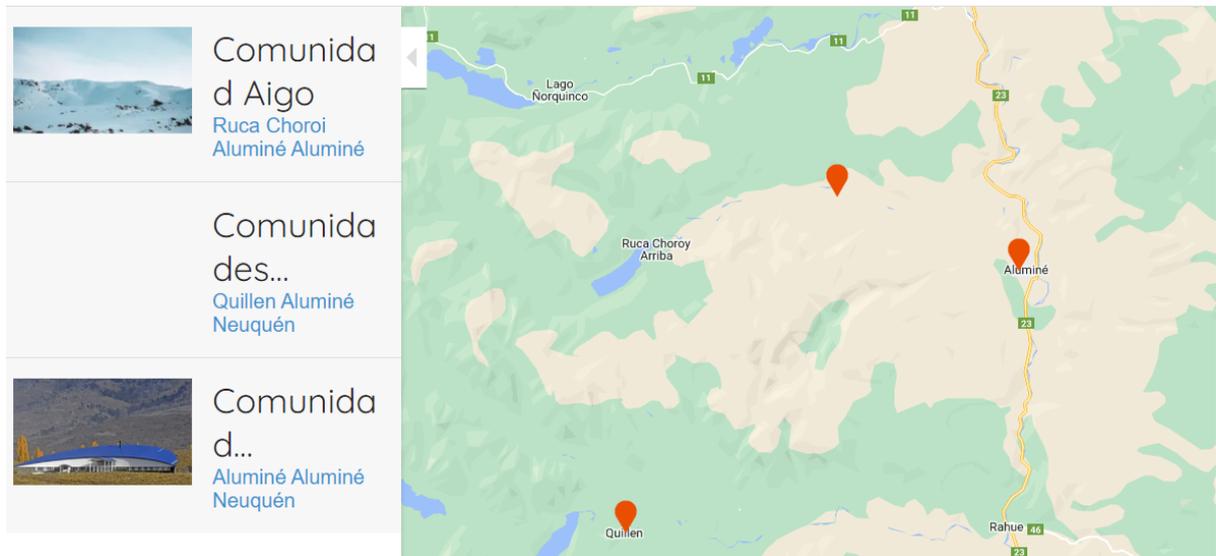
Como dice Maragliano (2011) quedaría así, un relato impreciso de “aborígenes” sin identidad, debido a que, se habla en nombre de ellos, y por otro lado, se nombran elementos que tienen valor para los mapuches, sin saber realmente cuáles elementos son importantes para ellos. Siendo así, utilizados los pueblos originarios, nuevamente para un mercado turístico.

Otro análisis, es el uso que le dan a la palabra “tierra” en: *“conocer su tierra y compartir sus tradiciones”*. La palabra tierra junto con la de los mapuches, lleva a un imaginario, en donde el “indio primitivo” y apartado, vive en la tierra (a modo de desierto) y de donde satisface todas sus necesidades. Esta frase, deja al lector a poder interpretar, que los pueblos originarios siguen viviendo en un hábitat remoto, alejado y poco civilizado.

Existe un sitio web, llamado “Destino Aluminé”¹⁶¹, que provee un mapa, de 3 comunidades diferentes, siendo las mismas: Aigo, Lefiman-Curruvil, y Hiengueihual. Difundiendo así la forma de llegar hasta ellos.

¹⁶⁰ <http://neuquentur.gob.ar/es/que-hacer/comunidades-mapuche/>

¹⁶¹ <https://www.destinoalumine.com.ar/ruca-choroi-1/c/0>



La página, a su vez, ofrece información sobre cada una de las comunidades. Por ejemplo, sobre la comunidad Aigo se encuentra lo siguiente:

“... La comunidad mantiene sus costumbres, las casas de caña y barro, cercos hecho con palos, la población se dedica al trabajo de huertas a la cría de ovejas y chivos, también se dedican a la producción de tejido a telar, donde se realizan ponchos de labor paisana y guarda pampa, matrones y otros. (...) La comunidad presta servicios de Guía Turística con guías habilitados. Cuentan con varios recorridos de extraordinaria belleza los cuales pueden realizarse a pie, como la visita a las Cascadas del Arroyo Carri Lil.”

Sobre la comunidad Lefiman-Currumil, hace referencia a que ambas comunidades se pueden visitar y realizar actividades como cabalgatas, trekking, artesanías y productos caseros, entre otras.

En esta misma página, hay un apartado con información general, donde se señala lo siguiente:

*“Si de historia y cultura se trata, nada mejor que acercarse a las distintas comunidades que habitan en cercanía de las cuencas lacustres y reciben a los visitantes respetuosos e interesados en conocer sus tradiciones y costumbres. Visitarlas es descubrir cómo es su vida al abrigo de Pehuén. Con sencillez, te brindaran una cordial bienvenida y te mostraran la destreza con que realizan ciertas artesanías-como el tejido en telar vertical-productos elaborados en las largas noches de invierno”.*¹⁶²

Este sitio web deja en claro, que, aún hoy en día existen comunidades mapuches que siguen con sus prácticas y costumbres ancestrales, con sus tradiciones y rituales, que siguen hablando su lengua, entre otras. Esto no quita que no estén urbanizados. Quizá no brindan información de sus costumbres, pero si invitan a conocerla.

¹⁶² <https://www.destinoalumine.com.ar/informacion-general-2>

Por un lado, se puede decir que este sitio web ofrece mayor información que los demás sitios o páginas, y que identifica a los mapuches en territorio. Por otro lado, cabe preguntarse si los pueblos originarios tuvieron la iniciativa de que se den a conocer su ubicación para la actividad turística, si forman parte de algún negocio en donde reciben dinero u algún otro beneficio a cambio del turismo, si están de acuerdo o no con la difusión de sus comunidades en la actividad, si las mismas comunidades tienen el manejo de la actividad. Finalmente, al igual que Balazote (2006), nos preguntamos si la intención es darle el lugar a los mapuches para insertarse en el mercado y reconocerlos, o si simplemente sigue siendo una estrategia de marketing.

Resulta útil, poder hacer una diferenciación entre la lógica identitaria, estableciendo el recurso como proceso de identificación; y la lógica del mercado, el recurso para la rentabilidad económica. Donde, en muchos casos, el recurso como patrimonio, sirve para activar la actividad turística y con ello la economía. El problema entra en juego, cuando se pone adelante la lógica de mercado, antes que la lógica identitaria (Gutiérrez, Maragliano. 2013). La comunidad mapuche ya tiene su patrimonio, pero los portales y sitios web quizás utilicen la lógica de mercado para utilizar esos patrimonios de manera de atraer a los turistas y mercantilizarlos.

MAPUCHES Y ARTESANÍAS

En esta misma página citada anteriormente como Neuquen tu destino, nos podemos encontrar con el siguiente párrafo:

“Con el paso del tiempo, el pueblo Mapuche mantuvo la identidad de sus productos. Actualmente, los tejidos y los trabajos en madera constituyen sus principales artesanías, que son elaboradas con técnicas heredadas de generación en generación”. ³

En varios portales, como el mencionado, únicamente se hace referencia a la comunidad mapuche, a través de sus artesanías. Retomando a Maragliano (2011) se podría decir que las formas de vincularse por parte de los pobladores mapuche, en la mayoría de los casos, sigue siendo a través de la elaboración de productos, como las artesanías. Estas mismas, forman parte de las culturas y tradiciones de los mapuches, pero también forman parte de una impronta de los sitios con atributos regionales y locales. Es decir que el patrimonio mapuche, como las artesanías, es utilizado como instrumento para darle una identidad étnica al pueblo (Zúñiga, 2011).

MAPUCHES Y PAISAJE

En una subpágina del sitio web “Neuquén tu destino”, hay un apartado llamado Corredor de los Lagos, en donde en unos de sus párrafos dice lo siguiente, acompañado de una imagen:

“Pero existe otro componente que dota a la región de una riqueza sin igual: la presencia de sus primitivos pobladores, forjadores indiscutibles de gran parte de su historia, su cultura e identidad”. ¹⁶³

¹⁶³ <http://neuquentur.gob.ar/es/corredores/corredor-de-los-lagos/>

En este caso, se define a los pueblos originarios como un factor que le agrega valor o como bien dice “riqueza” al destino. Siguiendo las ideas de Maragliano (2011) los mapuches forman parte de un paisaje turístico para el placer de los visitantes, como un atractivo, “folclorizando” su cultura y “marginando” así a los pobladores mapuche, únicamente para satisfacer un mercado turístico.

Este relato incluye a los mapuches dentro de un paisaje aldeano, en el cual existe cierta “armonía” entre lo mapuche y la naturaleza. El atractivo turístico se conforma con la imagen de una naturaleza no modificada y con la presencia del pueblo mapuche en sus proximidades. Pero como bien dice Balazote (2006), la imagen de naturaleza prístina y armónica es incorrecta debido a que es una construcción para el marketing turístico.

En el párrafo, se nombra a los pueblos originarios como “primitivos pobladores”. Cabe preguntarse la connotación que se le da a la palabra primitivo. Según Valverde, Impemba y Maragliano (2015) lo “primitivo” hace referencia a que los pobladores mapuches forman parte de un pasado, perteneciente a una “fase anterior”.

Por otro lado, se nombra a la historia, la cultura y la identidad del pueblo Mapuche, pero no se desarrollan los mismos elementos mencionados. Entonces quedaría a la libre interpretación e imaginario del lector cuál es la identidad y cultura de los mismos, en conexión con el “poblador primitivo”, mencionado anteriormente.

MAPUCHES Y ACTUALIDAD / URBANIZACIÓN

Se puede evidenciar que muchos portales y sitios web minimizan la existencia del pueblo mapuche y su territorio, quizá para evitar el reconocimiento ancestral y los conflictos por los reclamos territoriales. Ya que, en materia de territorio, ciertos actores pretenden avanzar e incorporar esos territorios para la expansión del negocio del turismo (Maragliano, 2011).

Pero esta expansión, también está presente en las comunidades mapuches, quienes actualmente luchan y reclaman por los territorios y por sus derechos ancestrales, generando nuevas relaciones de poder entre las comunidades y el gobierno provincial y/o municipal (Maragliano, 2011).

Esto se puede evidenciar en algunos sitios web, como por ejemplo en la página “Neuquen tu destino”, donde se encuentra el siguiente párrafo, acompañado de una imagen:

“En la localidad de Villa Pehuenia, la comunidad mapuche Puel dirige exitosamente desde hace varios años el Parque de Nieve Batea Mahuida” ²



En este último párrafo del sitio web, se nombra a una comunidad mapuche, quienes dirigen el Parque de Nieve Batea Mahuida. Por un lado, podríamos decir que un pequeño párrafo nombrando a los mapuches no informa sobre la cultura de los mismos, pero tampoco se los nombra de manera de utilizarlos para poner en valor el turismo. Por otro lado, hace referencia a que los mapuches están en territorio y si el lector llega a visitar el batea, allí podrá encontrarlos.

En este caso, la comunidad mapuche, decidió administrar y controlar su patrimonio, con el objetivo de la apropiación y conservación del mismo, y a su vez, como una forma de poder insertarse y participar en el mercado. Se muestra la importancia que tiene poder reconstruir la memoria local y la identidad local (Zúñiga, 2011).

En el año 1999, el gobierno de la provincia, aceptó que la comunidad Puel pueda construir el Parque de nieve Batea Mahuida. Incorporándose así al mercado turístico de Villa Pehuenia-Aluminé. Uno de sus principales objetivos del manejo del Parque de Nieve es fomentar la participación de comunidades rurales y mapuches en la actividad turística. Además de poder ayudar económicamente a las comunidades, ya que lo que se gana, a través del parque, se usa para tal fin. Teniendo una estabilidad laboral y económica necesaria para toda la comunidad. Actualmente, en el Parque Batea Mahuida se ofrecen a los turistas comidas típicas, hechas por ellos mismos, basadas principalmente en piñón (fruto seco de la Araucaria). Pero hay algunas preparaciones que no se pueden ofrecer, porque son sagradas, como el mudai, respetando así el sentimiento comunitario (Marenzana, 2003).

Marenzana, en el artículo “El turismo en una comunidad mapuche: sus impactos sociales y culturales según la percepción de la comunidad Mapuche Puel-Villa Pehuenia-Aluminé. Provincia de Neuquén. Patagonia Argentina” realiza entrevistas, en donde uno de los entrevistados dice lo siguiente:

"La gente habla mucho con nosotros, a veces a uno le da como risa las cosas que preguntan, porque para uno no es raro cuidar chivos, hacer queso, hacer la rogativa,

*pero ellos nos dicen que nunca vieron ni hicieron nada de eso, por eso es que les gusta que uno le cuente cómo vivimos acá.”*¹⁶⁴

Se podría decir, por un lado, que el turista está en búsqueda, de lo desconocido y de lo fuera de lo cotidiano, y que en la comunidad puede encontrar estas vivencias. Y que mediante el relato de los mismos, pueden transmitir y mostrar su cultura, sus tradiciones, su patrimonio, contarles lo que es o no importante para ellos. En este caso, la identidad de la comunidad mapuche se transmite y es contada por los mismos, y no por terceros que intentan utilizar un patrimonio mapuche como estrategia de marketing y atraer turistas.

En la página oficial del Batea Mahuida, nombre en mapudungun, existe un apartado de la “historia mapuche” que nos cuenta cómo fue la creación del parque, la historia de la comunidad y lo que esperan a futuro.

*“La historia del pueblo mapuche (mapu=tierra, che=gente), a partir del siglo XV, es una historia de lucha, esclavitud y huida por la supervivencia. Hoy quedan muy pocos mapuches en la región, ya que su pueblo fue diezmado, asesinado, esclavizado y asimilado a la cultura occidental. A partir del año 1878, J. A. Roca comienza la llamada “Conquista del Desierto”, esta primera campaña que ocupa la zona del norte neuquino, donde consecuentemente algunas tribus se rinden y otras huyen a Chile. Es recién a fines del siglo XIX que se instala definitivamente en el lugar la Comunidad Mapuche Puel, que se encuentra actualmente en la zona, en los alrededores del volcán Batea Mahuida y en la angostura de los lagos Aluminé y Moquehue”*¹⁶⁵.

La historia contada de la página oficial del parque Batea Mahuida, tiene una diferencia sobre las analizadas anteriormente. La diferencia radica en que esta historia es contada por ellos mismos, por la misma comunidad mapuche, proveniente de sus vivencias y de las anécdotas de sus antepasados. Un relato que queda fuera de la “historia oficial” según Trincherro (2009) y fuera del “relato oficializado” según Maragliano (2011).

“... Esta iniciativa dio trabajo a muchos jóvenes de la comunidad; los más grandes ayudan, empujan y colaboran, pero son los niños y jóvenes los más entusiasmados con transformar a Batea Mahuida en un centro turístico recreativo que funcione durante todo el año. El jefe de explotación del Batea Mahuida, Manuel Calfuqueo cree que la comunidad está frente a una oportunidad única y advierte que en la Argentina no hay ningún otro emprendimiento turístico de estas características”.

¹⁶⁴ https://equiponaya.com.ar/turismo_cultural/congreso2003/ponencias/Natalia_Marenzana.htm

¹⁶⁵ <http://www.cerrobateamahuida.com/sobre-batea-mahuida/historia-comunidad-puel>



Por un lado, podríamos decir que a partir de esta iniciativa del pueblo mapuche-puel, queda solucionado el tema o discusión de que sí existen actualmente comunidades mapuches en el territorio, debido a que no solo sabemos que la comunidad mapuche está actualmente, sino que forman parte del mercado turístico a través de un parque de nieve, en el cual muchos turistas por año visitan este parque confirmando la presencia de los mismos.

Por otro lado y para concluir, la última cita hace referencia a que el parque Batea Mahuida conforma también una apuesta al futuro para toda la comunidad. Por un lado, en seguir creciendo como destino turístico, y por otro lado para seguir confirmando su presencia, sabiendo que la comunidad pudo construir e insertarse en el mercado, por quienes son. Es decir, enarbolando la bandera de la comunidad mapuche. Pero no solo para estar presentes en el turismo, sino para estar presentes en la memoria de los visitantes, presentes en la actualidad y no es un pasado distante, presentes para que no se los vuelva a apartar de la historia y por sobre todo presentes como ciudadanos Argentinos.

REFLEXIONES FINALES

A modo de conclusión, podríamos decir que algunos sitios y portales web de turismo, utilizan un puente entre el marketing y las costumbres mapuches, para un mercado turístico, dejando de lado que esas tradiciones son de los mismos pueblos originarios. Pretenden que los pobladores mapuches sean anfitriones de los turistas, persiguiendo una imagen inventada o reciclada de tiempos anteriores.

La imagen del “Mapuche” que se ofrece al turismo formaría parte de una naturaleza que se desea presentar como “prístina y armónica” y, donde el turista, busca la imagen del paraíso natural, donde puede encontrar al “buen salvaje en estado natural puro”. Y en este caso, para el marketing turístico, la cultura mapuche acompaña muy bien a estos principios sosteniendo así un relato de visibilización solo para los turistas. Muchos de estos destinos utilizan el idioma Mapuche como parte del marketing turístico, sin reparar en su significado ni mucho menos en su procedencia. Se entiende, que la actividad turística está haciendo simplemente un uso “vacío” (Prats, 1997) en lo que respecta a los mapuches, y no poniendo en valor el patrimonio y el significado, ni reactivando las memorias de lo que pasó (S Valverde, MG Maragliano, MH Impemba. 2015).

Lo dicho no implica que algunos símbolos indígenas no puedan ser apropiados, resignificados y transformados en símbolos de la identidad local, pero incluye lo indígena, de manera seccionada y despojada de sus condiciones históricas (Balazote, 2006).

No nos olvidemos que el turismo, en este caso el mapuche, es una representación que nos cuenta el otro, estos imaginarios, condicionan la manera de mirar y actuar de los turistas. Pero que muchas veces difiere de la realidad de la comunidad, como es el caso del sitio web del Parque de Nieve Batea Mahuida.

Maragliano (2011) propone que el encuentro del visitante con el poblador mapuche, es una buena oportunidad para que éstos comuniquen su propia vivencia, su cultura e historicidad, confrontando el “relato oficial” de la historia de los mapuches. Es decir, que plantea que, a través de la actividad turística, se puede conectar el presente y el pasado sin encubrir parte de la historia, para una mejor comprensión de las comunidades, siendo los mapuches quien la cuente. Donde el turismo, será un actor fundamental para la comunicación de los mapuches, y como consecuencia facilitar reconocimiento y el reclamo de los derechos de los mismos.

BIBLIOGRAFÍA

Art. 13° LEY 12.103 T.O. (1946). Ley 12.103 T.O. Ministerio de justicia y derechos humanos. 30 de abril de 1946.

Art. 1° Ley 23.302. (1985). LEY 23.302. Ministerio de justicia y derechos humanos. 30 de septiembre de 1985.

Almirón, A., Bertoncello, R., & Troncoso, C. A. (2006). Turismo, patrimonio y territorio: Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. *Estudios y perspectivas en turismo*, 15(2), 101-124.

Balazote, A. (2006). Winkas y mapuches: producción cultural y oferta turística en una aldea de montaña en Norpatagonia, Argentina. *Ilha Revista de Antropologia*, 8(1, 2), 117-136.

García, A., & Valverde, S. (2007). Políticas estatales y procesos de etnogénesis en el caso de poblaciones mapuche de Villa La Angostura, provincia de Neuquén, Argentina. *Cuadernos de antropología social*, (25), 111-132.

Gutiérrez, N. J., & Maragliano, M. G. (2013). La interpretación del patrimonio como forma de apropiación del significado de un territorio. *A ntilha*, 9.

Landini, G. (2021). ‘Vivir la montaña’: el rol de las movilidades vinculadas al turismo en el proceso de construcción de lugar en San Martín de los Andes (Neuquén). *XIV Jornadas de Sociología, Universidad de Buenos Aires. Ciudad de Buenos Aires*, 1.

Lenton, D. I., Delrio, W. M., Pérez, P., Papazian, A. E. R., Nagy, M. A., & Musante, M. (2015). Huellas de un genocidio silenciado: los indígenas en Argentina.

Maragliano, M. G. (2011). El turismo como práctica social significativa en las comunidades mapuche al sudoeste de Neuquén. *Sebastián Valverde; Graciela Maragliano; Marcelo Impemba (Coords.). Procesos históricos, transformaciones*

sociales y construcciones de fronteras: aproximaciones a las relaciones interétnicas: estudios sobre Norpatagonia, Argentina y Labrador, Canadá, 307-326.

Marenzana, N. L. (2003). El turismo en una comunidad mapuche: sus impactos sociales y culturales según la percepción de la comunidad mapuche Puel-villa Pehuenia-aluminé. Provincia del Neuquén. Patagonia Argentina. *III Encuentro de Turismo Cultural-Naya*.

Núñez. (2010). *EL TURISMO, ENTRE LA ACTIVIDAD ECONOMICA Y EL DERECHO SOCIAL. El Parque Nacional Huapi, Argentina, 1934-1955.*

Prats, L (1997). Antropología y Patrimonio.

Pereiro, X. (2011). El turismo como patrimonio cultural imaginario. Reflexiones a partir del caso del turismo Kuna. *Turismo y Patrimonio, 5, 13-25.*

Trinchero, H. H. (2009). Pueblos originarios y políticas de reconocimiento en Argentina. *Papeles de trabajo-Centro de Estudios interdisciplinarios en Etnolingüística y Antropología Socio-cultural, (18), 0-0.*

Valverde, S. (2006). Las condiciones de existencia y las prácticas de reproducción de la población mapuche en las regiones turísticas de las provincias de Neuquén y Río Negro.

Valverde, S., Maragliano, M. G., & Impemba, M. H. (2015). Expansionismo turístico, poblaciones. Indígenas Mapuche y territorios en conflicto en Neuquén, Argentina.

Zúñiga, C. B. (2011). Grupos originarios, patrimonio cultural y turismo indígena en el desierto de Atacama (Chile). *Turismo y Patrimonio, 49.*