

UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE TRABAJO SOCIAL
MAGISTER EN GERENCIA SOCIAL



LLAGUEPULLI ¿CONSTRUCCIÓN ETNOTURISTICA O TURISMO MAPUCHE? UNA MIRADA PRELIMINAR.

Tesis para optar al Grado de Magister en
Gerencia Social

Autor:
Cristian Bañares Quelempán

TEMUCO, Agosto de 2015.

UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE TRABAJO SOCIAL
MAGISTER EN GERENCIA SOCIAL



LLAGUEPULLI ¿CONSTRUCCIÓN ETNOTURISTICA O TURISMO MAPUCHE? UNA MIRADA PRELIMINAR.

Tesis para optar al Grado de Magister en
Gerencia Social

Autor:

Cristian Bañares Quelempán

Profesor Guía:

Julio Tereucan Angulo
Dr. Antropología Social
Universidad de La Frontera

TEMUCO, Agosto de 2015.

Llaguepulli ¿Construcción etnoturística o Turismo Mapuche? Una mirada preliminar.

Cristian Bañares

Temuco Chile

Resumen

El presente artículo analiza la experiencia particular de la comunidad mapuche de Llaguepulli que implementa la actividad turística para alcanzar su desarrollo. Nuestro objetivo es mostrar cómo esta experiencia sorteó una serie de puntos críticos que se han planteado teóricamente, pero en este caso, son resueltos en la implementación y en un modelo de gestión bastante particular, basado en la capacidad del control cultural para establecer la mercantilización de la cultura.

Palabras claves. Turismo Mapuche, Control Cultural, Mercantilización de la Cultura.

Abstrac

This article analyzes the particular experience of the Mapuche community Llaguepulli implementing tourism to achieve its development. Our goal is to show how this experience drew a number of critical points that have been raised theoretically, but in this case, they are resolved in the implementation and in a very particular management model, based on the capacity of cultural control to set the commodification culture.

Keywords. Tourism Mapuche Cultural Control, commercialization of culture.

Introducción

La comunidad mapuche de Llaguepulli, se ubica en el sector lafkenche (borde costero), de la comuna de Teodoro Schmidt, en la IX Región de la Araucanía, en la zona sur del Lago Budi, y en el límite con la comuna de Puerto Saavedra. Se puede describir el contexto socioeconómico del sector de la siguiente forma:

La situación socioeconómica de las comunas del Budi y la Región son similares; según la encuesta Casen 2009, la IX Región tiene los índices más altos de pobreza e indigencia, 27,1% a nivel país, mientras que a nivel comunal, la tasa de pobreza de Teodoro Schmidt es

idéntica a la de la región (27,1%) y la tasa de pobreza de Puerto Saavedra es de 28,8%¹, ambas comunas que conforman el ADI Budi. (Farin, 2013: 74)

Como apreciamos su realidad es compleja en términos sociales, a ellos sumamos que Teodoro Schmidt se encontraba dentro de las 20 comunas con peor Índice de Desarrollo Humano (IDH) en Chile, de valor 0,607², para el año 2009 (Ibíd.: 77). Es esta la realidad con la que identifica la comunidad de Llaguepulli cuando se plantea el por qué nace la experiencia turística. Desde una mirada externa la comunidad se puede describir de la siguiente forma:

La comunidad posee una expansión de 240 ha. atravesada por un largo camino principal de ripio (la longitud del camino principal es de 4km. Aprox.) de este camino principal se desprenden múltiples senderos, donde cada sendero posee una reja, portón o cerco (tanto metálicos como de madera) que demarca la entrada a los distintos variados carteles que señalan las distintas iniciativas turísticas presentes en la comunidad; también, en cada terreno hay variados tipos de construcciones de casas, ya sean mediaguas, cabañas y rukas; por último, se observan diferentes herramientas de producción y transporte (camionetas, podadoras, tractores, regadíos, sierras etc.) predios familiares; además, durante todo el camino principal se observan (Ibíd.: 81-82)

La imagen de la comunidad refleja las estadísticas de la comuna y la región, es por ello que la alternativa turística, como ellos explican, fue parte de una estrategia para salir de la situación de pobreza y subdesarrollo en la que se encontraban. La pregunta inicial es que si una comunidad en situación de subalternacia, por las estructuras sociales y económicas, puede desarrollar exitosamente una actividad económica que involucra mercantilizar su cultura, entendiendo que éxito va más allá del ingreso de dinero, y que implica un fortalecimiento organizacional, de su identidad étnica y de su proyección social como cultura distinta.

¹ Información del Informe final de la consultoría de Evaluación sobre las prácticas de gestión y capacidades en las áreas de Desarrollo Indígena-ADI, pag.130.

² Información del año 2003 dada por el observatorio-urbano de Chile. Este índice compuesto contiene tres variables que definen la situación de salud, educación e ingreso de las personas a los cuales se les asigna cierto valor en cada situación. a través de esta variables se calcula un valor por medio de la siguiente fórmula: (Logro en educación + Logro en salud + Logro en ingresos) / 3.

Nuestra pregunta ha sido problematizada teóricamente por distintas visiones críticas, es algo que pasamos revista dentro de nuestro marco teórico. Para nuestro caso hemos querido ver como la comunidad de Llaguepulli implemento su proyecto y como logró sortear problemáticas que se identifican de manera teórica; es decir, como logro tener un control de su oferta cultural, generó cohesión social, proyecta su cultura a nivel intraétnico, cómo sitúan las relaciones interétnicas con diversos actores.

A partir de la segunda mitad del siglo XX, asociado al incremento de las tecnologías y el aumento del tiempo libre, el turismo se ha considerado como una actividad de dimensiones espaciales; comprendiendo diversas formas de viaje, estadía y motivaciones para realizarlo, transformándose en un fenómeno social, económico y espacial (Boullón, 1991). Sin embargo, el turismo más que un simple desplazamiento físico entre dos lugares (emisor y receptor), es ante todo una práctica social, con implicancias territoriales específicas (Urry, 1990). Visto así, no se debe concebir la práctica turística en forma independiente o desligada de los contextos sociales concretos en los cuales se lleva a cabo y, al mismo tiempo, donde se define sus especificidades. A partir de lo anterior llama la atención lo relevante que resulta considerar a los habitantes del lugar como factor esencial en la definición de modelos de desarrollo turístico. En efecto, no sólo ellos son los potenciales beneficiarios de algún emprendimiento, sino que también son los custodios de una información única que es necesario rescatar y poner en valor.

La vinculación entre territorio y turismo es relacional y cercana, en este sentido la conceptualización de turismo de Lebrum (2007) resulta ser vinculante al definirlo como una actividad multisectorial que genera, directa e indirectamente, una serie de beneficios a los distintos niveles de la sociedad; es así que posee carácter social, dado que está dirigido a satisfacer las necesidades de las personas; también tiene una naturaleza económica, ya que es capaz de generar divisas al país receptor de los flujos turísticos; es político, porque responde a los lineamientos y planes de desarrollo de los sistemas de gobierno; es cultural, porque permite conocer la vida e idiosincrasia de personas de diferentes realidades geográficas y es educativa, en tanto que puede ser un medio de formación personal e intelectual. Al relacionar territorio y turismo con cultura o el patrimonio cultural, estamos expresando las manifestaciones de la

cultura en un determinado espacio o territorio y que identifica a determinados grupos humanos considerando en ello aspectos múltiples como ser: la arquitectura, las leyendas, los textos históricos o los que nos hablan de tecnología actual; la historia, las manifestaciones rituales, la música, su gastronomía, entre otros ámbitos. No obstante, como señala Velasco (2009) el verdadero valor del patrimonio es que sea reconocido como valioso por los miembros de la sociedad en la que está inserto. Esta conexión permite que los bienes mantengan capacidad simbólica y transmitan los valores de las gentes a las que representan. En este contexto, el turismo y la diversificación en las actividades de los turistas se convierten en oportunidad para bienes disseminados por un territorio que empieza a ser percibido como destino turístico.

En sus raíces antropológicas, Weaver (2010) señala que el turismo indígena ha sido visto como un subconjunto del turismo cultural, señalándolo como un fenómeno interdisciplinario dentro de los estudios de turismo por considerarlo como una categoría de turismo alternativo o ecoturismo.

Esta idea de turismo asociado a lo indígena, Weaver (2010) en su estudio sobre turismo étnico en Canadá, establece una tipología que se fundamenta en dos componentes: uno es el control y participación de la población indígena en el producto turístico comercializado; y el segundo ámbito es la utilización de la cultura como la esencia de la actividad productiva desarrollada. Este último elemento no siempre es considerado al momento de definir el tipo de turismo a desarrollar, y lleva también a confusiones conceptuales y prácticas cuando se está operacionalizando o analizando los componentes que están detrás de las tipologías. De otra parte, el término de turismo cultural, muchas veces engloba en sus conceptualizaciones y prácticas a la cultura indígena, como uno de los elementos centrales en la difusión de estrategias de turismo a nivel regional o local, pero consideramos y concordamos con Lebrum (2007) y Barreto (2007) de que la conceptualización cultural del turismo involucra mucho más que las culturas locales, ya que se articulan también conceptos como etnicidad o étnico, por tanto la construcción teórica abarcaría mucho más que culturas indígenas.

Un intento de hacer más específico el turismo indígena es realizada por Hinch y Butler (1996) (citado por weaver, 2010), quien lo define como una actividad turística en que la población

indígena está directamente involucrada o teniendo el control, pero tomando a su cultura como la esencia de la atracción. Del mismo modo, el turismo indígena de acuerdo a Buultjensa, Galeb y White (2010) se define por actividades turísticas en donde la población indígena está directamente involucrada, ya sea porque tienen el control o su cultura sirve como la esencia de la atracción. El factor control es la clave donde se discute el desarrollo, sin embargo, tener control o ejercer poder generalmente determina los factores cruciales de escala, lugar y naturaleza, agregándose también los beneficios del desarrollo. A ello cabría agregar a la cultura indígena como el indicador primario de turismo cuando esta ocupa la centralidad de la atracción. Como señala Buultjensa, Galeb y White (2010) la existencia de diferentes definiciones indica que hay un número importante de formas en que la gente indígena se involucra en la industria del turismo, en donde ellos ofrecen un rango de productos y experiencias. El turismo cultural tiene la facultad de revelar y de valorizar uno de los componentes esenciales de la cultura viva: la identidad de un territorio (Origet du Cluzeau, 2005, citado por Bourlon y Mao (2001). Por tanto, aquellos que se dedican a la práctica del turismo cultural consumen aspectos del patrimonio de un determinado emplazamiento con la intención, es de suponer, de comprender tanto el lugar como a quienes viven o vivieron en él. Y esto debería lograrse a través de las imágenes que visualizan en el sitio y de las informaciones complementarias que obtienen mediante folletos y guías escritas, guías humanos, documentales, etc.; pero también mediante el contacto con los anfitriones.

Por otro lado, el turismo cultural a priori puede parecer englobar un conjunto homogéneo e incluso reducido de productos culturales, sin embargo, goza de una realidad diversificada y heterogénea. No sólo contempla las visitas a museos, conjuntos históricos o yacimientos arqueológicos, sino que todas las manifestaciones culturales, la gastronomía, ferias de arte, artesanía, dicho de otro modo, todo signo de identidad cultural de un determinado país, región, localidad forma parte del turismo cultural. Asimismo, estas manifestaciones culturales pueden darse tanto de manera puntual en un determinado momento de su historia; como de manera habitual o permanente, en ambos casos convirtiendo el destino en un foco de atracción turística de gran importancia. Los estudios realizados al respecto, señalan también que el turismo cultural tiene un mercado propio, a pesar de que la tendencia apunta hacia una generalización del mismo. En este sentido, es esencial conocer cuáles son en la actualidad las características de la demanda

de turismo cultural, más aun teniendo en cuenta que ésta goza de una gran diversidad de tipologías, características e incluso pautas de comportamiento y preferencias (André, Cortes y López, 2003). Desde una perspectiva dinámica podemos representar el turismo como un sistema que pone en relación tres elementos: el subsistema de la acción turística, el subsistema de los actores y el subsistema de los productos turísticos (Velasco, 2009) y considerar que el turismo son las múltiples relaciones que pueden darse entre todas las piezas que componen dicho sistema. Sin embargo, el turismo se desarrolla en un escenario protagonizado, básicamente por el sector privado, cuyo fin principal es la obtención de beneficios económicos, y en el otro extremo, tenemos que el patrimonio cultural es protagonizado por el sector público cuyo fin es el de obtener beneficios sociales.

Los destinatarios tradicionales de ambos sistemas son el turista, por un lado, y el visitante o consumidor cultural en el otro lado (Velasco, 2009). La relación entre turismo con el patrimonio cultural denota la importancia, de manera irrefutable, que lo cultural es una de las esencias de la actividad turística; pero como señala Lebrum (2007) en algunos casos, este legado histórico-cultural es visto como simple materia prima, aunque el valor intrínseco que éste conlleva es más valioso que cualquier valor tangible, no siendo un bien vendible. En la actualidad cuando hablamos de turismo cultural nos estamos refiriendo a algo más específico, a los intereses concretos que determinados turistas tienen al visitar ciertos lugares. En este mismo sentido, Richards (1996) realiza una doble definición de turismo cultural distinguiendo el interés conceptual del técnico. Desde un punto de vista conceptual, el autor lo refiere al movimiento de personas hacia atracciones culturales fuera de su lugar de residencia, con la intención de obtener nueva información y experiencias que satisfagan sus necesidades culturales; mientras que la definición técnica, obviando el factor experiencia, se ajusta al contenido un listado básico de atracciones específicas para este tipo de turista, remarcándose que turista no incluye a los consumidores locales de los eventos ofertados a los foráneos. Al respecto André (2003) menciona que los estudios realizados al respecto, señalan también que el turismo cultural tiene un mercado propio, a pesar de que la tendencia apunta hacia una generalización del mismo. En este sentido, es esencial conocer cuáles son en la actualidad las características de la demanda de turismo cultural, más aun teniendo en cuenta que ésta goza de una gran diversidad de tipologías,

características e incluso pautas de comportamiento y preferencias. De todos modos, todos ellos tienen un rasgo común, su afán por conocer nuevas culturas, su curiosidad por descubrir señas de identidad propias de colectivos determinados, ajenas a sus propias costumbres.

En todo ello es importante destacar que una forma particular del turismo cultural es el turismo étnico, donde el atractivo principal es la forma de vida de determinados grupos humanos, diferenciados por raza, religión, región de procedencia y otras características comunes. Este tipo de turismo merece algunas discusiones por las consecuencias que conlleva en el plano de la ética y de las relaciones humanas, cuando se coloca el atractivo (personas y su modo de vida) al servicio de los negocios turísticos. Se puede afirmar que hay pocos estudios que analicen este nuevo tipo de turismo cultural, ya que el turismo étnico ha surgido recientemente. Este tipo de turismo tiene como principal atractivo la forma de vida y las tradiciones de determinados grupos humanos unificados por una misma raíz étnica. Yang y Wall (2009) mencionan que un número de sociólogos y antropólogos han estudiado la etnicidad en el contexto del turismo desde diferentes ángulos y el acuerdo común es que la etnicidad ha llegado a ser una mercancía, un producto recreado y vendido a turistas. En la literatura del turismo, el turismo étnico a menudo ha sido asociado con el turismo cultural general. La distinción entre los dos señalan los autores es que mientras el turismo cultural involucra la exposición a una cultura en una forma indirecta, el turismo étnico involucra una experiencia de primera mano con la práctica de otra cultura que provee turistas con mas “intimidad” y “autenticidad en la experiencia (Yang y Wall, 2009). Un aspecto importante en torno al concepto de turismo cultural es la autenticidad del producto ofrecido en el marco de esta dicotomía que se establece entre quien tiene la iniciativa de turismo y el turista; la cual es difundida por los agentes encargados de la difusión en el mercado; al respecto Morales (2006) señala que en ello se entremezclan los estereotipos del estilo de vida y uso de la cultura material de los visitados con la imagen vendida de los mismos, además del anhelo de los visitantes de consumir (compartir y apropiarse simbólicamente) ese estilo de vida distinto al propio. El turismo étnico presupone una población dispuesta a ser, ella misma el atractivo turístico, lo que lleva a preguntarse cuál es el límite de lo que puede ser turístiable en una “comunidad”. Similarmente, dada la centralidad de la atracción en turismo, la extensión de lo que atrae es la manifestación de la cultura indígena como el indicador primario de turismo (Butler

y Hinch, 2007 citado por Buultjensa, Galeb and White (2010). De acuerdo a Swain (1989) citado por Wall y Feifan Xie (2005) el cambio fundamental al turismo étnico sustentable es que sin ser suficiente autónomo es ejercido por el grupo minoritario y que deciden como su cultura es puesta en el mercado, cuales son los ámbitos socioculturales que son expresados en una propuesta de turismo y cuáles son sus expectativas de desarrollo futuro. En el mismo tema Li Yang y Wall (2009) señalan que el primer uso del término “turismo étnico” es atribuido a Smith (1977) que lo definió como un turismo promovido al público en términos de costumbres pintorescas de indígenas y a menudo pueblos exóticos. Posteriormente el concepto y sus consecuencias se ha discutido más específicamente en lo referente a los vínculos entre turismo y etnicidad y el impacto en el turismo étnico. El término turismo aborígen y turismo indígena son algunas veces utilizado indistintamente como turismo étnico para referirse esencialmente al mismo fenómeno. Sin embargo, el turismo aborígen o turismo indígena explícitamente involucra pueblos indígenas, mientras que en el turismo étnico la gente sobre el cual están basadas las actividades turísticas no son necesariamente indígenas. En cualquier caso, el análisis de la interacción social dentro del turismo a menudo involucra el estudio de las relaciones interétnicas (Hitchcock, 1999). Si todos los mercados pueden ser segmentados, luego no habría razón para pensar que el turismo cultural pudiese ser diferente y en la ausencia de variables más discriminantes los investigadores identifican diferencias entre turistas culturales y otros turistas usando variables demográficas (Richards, 1996; Blackwell, 1997; Miller, 1997; Kemmerling, 1999, citados por Mckerche y du Cros (2003). Al respecto, Mckerche y Mckerche y Du Cros (2002, 2003) identifica 5 tipos de turismo cultural basado en la centralidad y en la profundidad de la experiencia, que resultan importante al confrontar la caracterización del tipo de turismo en La Araucanía y los sujetos de este proceso social y económico.

En un contexto más específico, Pilquiman y Skewes (2010), usan el concepto de etnoturismo en su trabajo con mapuches del sur de Chile, mencionado que el etnoturismo ha sido una de las expectativas desarrolladas en el contexto de una creciente industria turística centrada en el interés que hacia las culturas indígenas se ha generado en la época actual; agregan que la posibilidad de atraer el flujo turístico no es sólo para generar ingresos sino que, eventualmente, fortalecer la identidad étnica es una de las consideraciones realizadas por un importante número de

comunidades indígenas en Chile. Puesto en este contexto, para la investigación resulta importante la propuesta de Smith (1996) quien ha desarrollado un conjunto de herramientas analíticas para valorar el potencial del turismo indígena en contextos específicos como un primer paso para la toma de decisiones y la administración y que está basado en cuatro elementos interrelacionados: el contexto geográfico (hábitat), las tradiciones etnográficas (herencia), los efectos de la aculturación (historia) y el mercado de artesanías. Del mismo modo es útil la propuesta de Weaver (2010) quien propone una tipología de turismo indígena en base a esta relación de dos variables que son control y atracción en donde analiza tres tipos de turismo con mayor o menor presencia de control de la actividad por parte de las poblaciones indígenas involucradas y la presencia mayor o menor de la temática indígena como esencia del producto.

En este sentido, cobra importancia la caracterización de los emprendimiento en términos de producto, definición o carácter del producto y recursos sociales, económicos y culturales asociados, para lo cual un referente analítico importante es la propuesta de tipos de turistas realizada por Mckerche (2002, 2003) y la propuesta de Weaver (2010) sobre tipología de turismo indígena basada en el control y el uso de la cultura indígena y contextos analíticos del turismo indígena y de etnicidad, especialmente en contextos latinoamericanos como México, Brasil y Argentina por citar los más importantes. También son relevantes los trabajos realizados por Pilquiman y Skewes(2010), Morales (2006), Lumsdon and Swift (1999), Jofré (2003), Oyarzún (1998) y Ashleigh (2007) quienes se focalizan en procesos comprensivos del turismo, recursos turísticos y perspectivas de los propios actores, especialmente aquellos vinculados a indígenas y particularmente población mapuche.

Desde la teoría crítica buscamos contraponer las posturas de tres intelectuales, pues lo anteriormente expuesto nos muestra la evolución de cómo se instala el turismo cultural hasta llegar al etnoturismo, pues intentamos aclarar que este tipo de turismo es reciente en relación a otras actividades, las valoraciones por la cultura de los pueblos indígenas es un fenómeno que lleva en mayor grado unas dos décadas, incrementados significativamente estos últimos años. Permitiendo tener diversas retroalimentaciones a nivel nacional e internacional entre las

experiencias que desarrollan este tipo de turismo, respaldado en muchos casos por diversas instituciones estatales.

Las posturas que pasamos a revisar son la de Guillermo Bonfil Batalla surgida a principios de los 80', en el siglo XX, con su concepto de Etnodesarrollo y su teoría del control cultural, que implica que todo emprendimiento desde el mundo indígena para ser exitoso y satisfactorios para los indígenas deben conjugar una autonomía para decidir cómo construir ese desarrollo, lo que va más allá de acciones económicas, implica empoderamiento de las comunidades, fortalecimiento de los lazos internos, así como establecer lazos con el exterior.

Por otro lado, Charles Hale, quien a principio del siglo XXI instala, junto a Rosamel Millalan, el concepto del Indio Permitido, que hace a alusión a la instalación del Multiculturalismo Neoliberal y la compatibilidad entre ciertos derechos de los pueblos indígenas, la globalización y la internalización de la lógica capitalista al interior de los pueblos indígenas. La posición de Hale y Millaman es que el Estado y el mercado generan condiciones para el surgimiento de un tipo de indígena, frente a ello hay siempre procesos de resistencias, lo que podremos apreciar en el caso de Llaguepulli, lo que da un matiz distinto a las relaciones entre comunidades indígenas y agencias de desarrollo.

Por último, encontramos a John y Jean Comaroff con su concepto de Etnicidad S.A (2011), que es en el fondo la institucionalidad de la etnicidad, ligado a lo que denomina etnoempresas y que realizan acciones de mercantilización de la cultura, su postura nos visibiliza que estos procesos son muchos más complejos de lo que se piensan, pues poseen un carácter heterogéneo, así como puede haber invenciones de tradiciones, estas muchas veces pueden tener más que un objetivo comercial, incluso pueden servir como factores que refuerzan el sentimiento de pertenencia étnica, incluso mejorar las relaciones interétnicas.

Pensar una experiencia que haya sido exitosa en términos turísticos y culturales nos obliga a pensar en cómo lograron sortear los puntos críticos que implica la comercialización de la cultura,

su manejo a nivel organizacional y su empoderamiento social, que es lo que iremos describiendo a continuación.

Metodología

Si bien este es un estudio de caso, exploratorio y descriptivo, hemos privilegiado un enfoque etnometodológico, desde el campo de la sociología, saliéndonos de los enfoques tradicionales que se amparan en método de carácter etnográfico. Tomando en cuenta nuestros objetivos, nos interesa que los actores nos describan, identifiquen y categoricen sus procesos, esto en dialogo con la teoría crítica. Desde esta perspectiva podemos pensar al etnometodología a partir de la siguiente definición:

...es la búsqueda empírica de los métodos empleados por los individuos para dar sentido y al mismo tiempo realizar sus acciones de todos los días: comunicarse, tomar decisiones, razonar. (Coulon, 2005:32)

Con ello aclarar que la etnometodología es aplicable a cualquier grupo humano, justamente porque se centra en la matriz explicativa que generan los sujetos acerca de sus cotidianos, a partir de ello construyen su lógica, y lo que realiza el investigador es la comprensión significativa de esa lógica, en este sentido, el investigador puede hacer dialogar saberes científicos con otros saberes, sin que ello represente un sometimiento, es por ello que enfoques teóricos como el interaccionismo simbólico o la fenomenología, incluso el existencialismo, se pueden articular generando un cruce de mirada acerca de los aspectos significativos en el sujeto estudiado busca relevar en sus explicaciones. Así de esta manera hemos comenzado con un análisis teórico que complementa la visión de los sujetos en la interpretación de cómo instalaron una actividad económica y como ello comenzó a ser parte de su cotidiano. En términos de técnicas hemos trabajado una entrevista en profundidad a don Maurico Paineñil Calfuqueo, una selección bibliográfica acerca las problemáticas del turismo e información acerca de la experiencia turística de Llaguepulli.

El control cultural y la construcción de la experiencia turística de llaguepulli

Uno de los problemas que tuvo que enfrentar la experiencia de Llaguepulli es desde donde se ubican política y culturalmente para pensar una experiencia turística y pensar su espacio, y cómo, al mismo tiempo, construyen un lugar de enunciación en términos discursivos; pues es la construcción de un nosotros frente a unos otros, que se media a partir de una relación comercial como es el turismo, en la cual se debe hacer una oferta turística basada en mercantilización de la cultura, tensado incluso su definición de identidad étnica:

“La identidad étnica, por supuesto, no es una condición puramente subjetiva sino el resultado de procesos históricos específicos que dotan al grupo de un pasado común y de una serie de formas de relación y códigos de comunicación que sirven de fundamento para la persistencia de su identidad étnica (Bonfil Batalla, s/a: 12)

Así la definición de una identidad étnica pasa a ser una definición política que está ligada –como señala Bonfil Batalla-, desde una mirada de lo que ha sido históricamente su cultura, los elementos que los han hecho pervivir, positivos y negativos, de carácter interno y externo. Esta historicidad se encuentra mediada por las relaciones interétnicas, que a su vez son relaciones de poder. Es por ello que la comunidad de Llaguepulli se define de la siguiente forma:

“... el concepto de etnia es minimizado y folklóriza, nosotros decimos que somos un pueblo con lengua cultura y todo lo que tiene que tener un pueblo, con estructura propia con filosofía”

Esta visión es central en el caso de Lleguepulli, pues va ir estableciendo un control social de la cultura que quieren promocionar, sus tipos gestiones y las relaciones con otros sujetos, agencias e instituciones. Bonfil Batalla señala que “La etnia, como categoría aplicable para identificar unidades socio-culturales específicas resulta ser una categoría de orden más descriptivo que analítico” (Ibíd.: 11), por lo cual, el problema de fondo es que esta descripción se ha centrado en implementación de políticas públicas, representado a los indígenas como sujetos pasivo,

minimizado o folklorizados, y en situación de dependencia. Por el contrario, la identidad étnica problematizada políticamente nos lleva a la idea de Pueblo, cargado de derechos políticos, reivindicaciones y demandas que pueden ser históricas, abriendo paso a un sujeto activo que busca proyectarse desde su visión cultural, asume a un sujeto que está viviendo su cultura. Problematizar la identidad y la cultura en un procesos de comercialización, de oferta a ser consumida, implica pasar por identidades institucionalizadas, jurídicamente reconocidas e idealizadas, es lo que se denomina Etnicidad S.A (Comaroff, 2011, 43). Esto no involucra un juicio de valor a priori, sino a constatar la realidad cultural de las etnoempresas y la diversidad de matices que poseen, donde un polo puede ser la explotación de los indígenas en su forma más burda, donde no tienen ningún control de su cultura y están subordinados a hacer lo que se les paga, a otro polo, en la cual hay una visión política donde los indígenas poseen el control total de su cultura, articulados a proyectos políticos que le dan un empoderamiento total de su cultural.

Bonfil Batalla propone que existe una situación que permite a un proyecto étnico, que se basa a partir de la identidad étnica, y que puede desarrollar resultados satisfactorios para una comunidad, que lo explica de la siguiente forma:

Por control cultural entiendo la capacidad social de decisión sobre los recursos culturales, es decir, sobre todos aquellos componentes de una cultura que deben ponerse en juego para identificar las necesidades, los problemas y las aspiraciones de la propia sociedad, e intentar satisfacerlas, resolverlas y cumplirlas. (Bonfil Batalla, 1995: 134)

De esta manera su *teoría del control cultural* implica en su grado máximo, una comunidad autónoma capaz de decidir en todos sus ámbitos, lo contrario a ello, es una comunidad incapaz de decidir por sí mismo. Lo principal es una consciencia de la realidad y de los elementos a introducir a su cultura, aquellos que van a quedar de lados, así como los que resultan imperativos proteger, como aquello que no van a permitir. De esta manera don Mauricio, dirigente que encabezó la iniciativa turística, llega al siguiente análisis, compartido también por la comunidad.

“...nosotros éramos productores de papa dedicados a la actividad agrícola, la pequeña agrícola de subsistencia, acá en Llaguepulli tenemos en promedio cada familia media hectárea, un par de ovejita, aves no podemos decir que podamos producir mucho. Además la tierra esta degradada y para producir algo tenemos que invertir en fertilizante y es por eso que pensando en que otra forma podemos fortalecer la pequeña economía es que pensamos en el turismo, para mejorar la salud, la ropa y en consecuencia tener mejor calidad de vida, si no hay como entonces como mejorar la dieta alimenticia se hace con recursos, si no se tiene recursos, entonces no se puede pensar en mejorar.”

Las razones para el cambio turístico fue el empeoramiento de las condiciones de producción como agricultores, de ahí, a partir de este diagnóstico ven en el turismo una alternativa para mejorar sus condiciones de vida³. De esta manera analizaron su realidad y las posibilidades de una iniciativa turística, para llegar a esta conclusión es necesaria una concepción flexible de la cultura, para hacer una operación de mercantilizar la cultura, esto es lo que Comoroff llama naturaleza de la cultura (ibíd.). De ahí que don Mauricio puede visibilizar lo siguiente.

“...encontré que teníamos grandes fortalezas y buscamos las dos grandes y estas fueron la cultura y el territorio, porque acá somos 119 comunidades constituidas ante Conadi, donde la cultura está casi intacta el idioma y yo pensé que era una de las grandes fortalezas que teníamos y después me di cuenta que teníamos el paisaje maravilloso, ahí se ve el mar y el lago que está abajo”

Las fortalezas en el sector era la cultura, que se mantenía y eso es un potencial en términos de conocimientos, a nivel inatraétnico como interétnico, en este último caso, un conocimiento que se puede compartir de buena forma con personas no mapuche. Es en este punto donde comienza a operar los siguientes elementos relacionados con la cultura: “su concepción, su posesión, su circulación y su transformación en mercancía” (Comaroff, 2011: 43). Donde la Concepción estaría a nivel de percepción en cómo se imagina y se piensa la cultura, la Posesión es quien la

³ Don Mauricio Painefil expone, en una presentación sobre la experiencia, que los “Principales Problemas [son] •Pobreza •Vulnerabilidad social •Deterioro ambiental •Incapacidad para generar estrategia de desarrollo económico” todos aspectos que terminan generando un circulo vicioso, pues la pobreza estimula la vulneración social y prácticas económicas que llevan al deterioro, y al mismo tiempo, la falta estrategias de desarrollo reproduce la pobreza.

detenta o quien la puede manejar, la Circulación sería en cómo se mediatiza o se da a conocer, y la Transformación en Mercancía se establece a partir de lo que se puede comercializar de la cultura y su valorización desde una monetarización. Hay dos fenómenos ligados al pensar la mercantilización, primero, prácticas culturales intraétnica que poseen un valor de uso, en términos marxistas, es decir que no poseen un valor comercial, pero que apoya la vida económica o productiva, como puede ser intercambio de productos en la cual no hay una designación o escalas de valores en términos monetarios, pero al ofrecerse como producto cultural al turista pasa a ser parte de las valorizaciones de la oferta turística en general o de manera indirecta. El segundo fenómeno es el paso de prácticas culturales que tenían un valor de uso a valor de cambio, en que se asigna un valor directo dentro de la oferta turística, esto involucra cambio en los formatos de la práctica cultural, por ejemplo, una charla sobre cultura o plantas medicinales mapuche, acceso a gastronomía o plantas medicinales⁴.

Por otro lado, se intensifican ciertos valores culturales en términos discursivos, por ejemplo, hay una mayor consciencia del territorio que manejan las comunidades, de esta manera se explicita que el territorio tiene un sentido cultural patrimonial, también hay valoraciones en un sentido estético como paisaje, así también valoraciones ligadas a aspectos afectivos como es la amabilidad del trato que tienen las personas mapuche. Discursivamente da cuenta que el territorio implica un control intraétnico, un conocimiento cultural particular y local. El ejercicio del control cultural se materializa a partir de una narración, de una forma de discursiva de construirse como sujeto, el territorio y la naturaleza (la cual muchas veces se engloba en el concepto de paisaje).

“... partimos de la idea de que las narrativas sobre la naturaleza –narrativas que se ponen en juego a la hora de legitimar determinados usos y prácticas- implican una visión diferenciada sobre el medio, sobre el desigual uso y significación de los recursos y en último término sobre la propia idea de “comunidad”. Los procesos de identificación colectivos se articulan no sólo en relación a los diferentes grupos que interactúan en un

⁴ Como identificaba Blair Curcie, en un pequeño artículo sobre la experiencia turística de Llaguepulli, a partir de una entrevista a don Mauricio en el 2012 “El proyecto turístico también conlleva algunas dificultades para la gente Mapuche, pues “la gente nuestra no funciona con una lógica que genere empresas,” hablando del conflicto entre la cultura Mapuche y el deseo de dinero. Por eso, a algunas familias les daba miedo el proyecto porque era una mezcla de dos culturas muy distintas, la Mapuche y la capitalista.”(Curcie, 2012:14) esto implicaba compatibilizar o hacer una serie de operaciones que implican el proceso de mercantilizar la cultura.

contexto social, sino también entre estos y el medio que es la base socio-económica, simbólica y afectiva en el que se desarrolla su acción. Como veremos, detrás de estos discursos y representaciones hay lógicas económicas diversas, cuando no confrontadas.” (Valcuende, Quintero y Cortés, 2011, 30-31)

El turismo en sí plantea un uso diferenciado sobre el medio, sobretodo porque disputa territorio otras actividades económicas, pero también por la variable cultural de cómo se concibe la naturaleza y su relación con el hombre, que esta mediada –como se mencionaba anteriormente– por una filosofía de vida. Ello permite identificar los aspectos públicos y privados que pueden darse como oferta turística, entendiendo lo público como aquello sujeto a oferta o a compartir con otros, que puede ser parte de su cotidianidad. Mientras lo privado, a nivel comunitario, termina siendo aquello que involucran creencias espirituales, ceremonias, rituales y aspectos que competen a las familias y su comunidad en su fuero interno:

Guillatun, kamarrikun, mafun, eluwun que son netamente del pueblo son temas sagrados, y hay que resguardar, mafun donde se están casando los jóvenes, eso no se puede exponer, eso es del pueblo hay que resguardar.

Pero todo lo que es artístico, gastronomía, música, artesanía, historia, cuento, danza que no se usa en los guillatunes como el choique purrun, tregul purrun, mazatun purrun, koyon purrum eso también podemos poner al servicio para hacer una actividad artístico cultural

Esta conciencia de un nosotros, en términos narrativos, establece un patrimonio cultural interno a resguardar, que debe ser preservado por la comunidad, mientras existe un segundo patrimonio, que también quiere ser conservado, pero que se puede compartir con las personas de afuera de la comunidad, y que es la base de la oferta turística. Además, si profundizamos en la oferta, que va desde lo artístico a danzas tradicionales, nos encontramos que aquello puede ser distribuido y manejado por distintas familias y no involucra la participación de toda la comunidad a un mismo tiempo. En el caso de las ceremonias, involucra la participación de gran parte de la comunidad, en un mismo momento, en la cual las funciones sociales que le toca desarrollar a cada familia se vería tensionada con la atención que requiere el turista, apartándolos del sentido espirituales que

obliga la ceremonia. El riesgo que se busca alejar es el de tener ceremonias como meras representaciones o teatralizaciones, perturbando el sistema de creencia de la comunidad.

La gente de Llaguepulli reconoce la presión de los turistas, pero al tener claro sus objetivos y sus límites culturales saben como enfrentar este tipo de situaciones:

“... a veces los turistas nacionales son un poco mas porfiados, quieren profundizar en todo, podemos explicar ciertas cosas pero no realizar la ceremonia ni llevarlos a la ceremonia. Por eso nosotros no tuvimos problemas porque estamos sólidos en la cultura y eso hacemos nosotros y por eso discrepe con ellos con los de Saavedra”

Ahora reconocen que los turistas nacionales son los que más insisten, a diferencia de los turistas extranjeros, pero también hay un aspecto crítico que refuerzan este tipo de malas prácticas y es que hay comunidades que no fijan límites frente a los aspectos culturales, es por ello que se marca una diferencia con las experiencias turísticas de Saavedra, estableciendo los problemas de fondo que llevan este tipo de prácticas. Es por ello que Comaroff nos previene “... persiste la presunción de que la identidad cultural es inalienable, de que no puede ser convertida en mercancía en la medida en que es algo inherente a la esencia humana.” (ibíd.). Pero siempre hay una tentación a ser alienables, es por ello que persiste el estímulo en los turistas existe el morbo de asistir a algo realmente original, de acceder a lo que otros no pueden, como los rituales, es aquí donde el cliente revela su lógica capitalista, de que esa mercancía cultural reporte mayor satisfacción a sus demandas. Para ello don Mauricio Painefil plantea lo siguiente:

... nunca congeniamos con emprendedores de Puerto Saavedra, será porque allí hay mayor intervencionismo de ONGs, de consultoras y la gente como que se han mal acostumbrado la gente estar que le den, que le den que caiga del alto cielo... no congeniamos es que yo pienso que no todo los aspectos de la cultura se pueden poner a disposición del turista.

Las prácticas asistenciales y clientelares derivan en comunidades carentes de un control cultural, es decir, pierden su autonomía para decidir por ellos mismos su oferta turística, terminando

alienados culturalmente, con ello asumen cualquier exigencia de los turistas, los equipos asesores, agencias e instituciones que les financian, transformándose en un marco que retroalimenta y legitima la práctica del turista:

“Aún hay reformas económicas agresivas, las cuales favorecen a los intereses del capital y santifican el mercado, son compatibles con algunas facetas de los derechos culturales indígenas. El meollo del proyecto cultural del neoliberalismo no es el individualismo radical, sino la creación de sujetos quienes gobiernan por si mismos de acuerdo con la lógica del capitalismo globalizado” (Hale 17,) (en Rosas, 2013: 7).

Nuestro planteamiento, en término de hipótesis, es que a mayor nivel de control cultural en una comunidad, el gobierno del modelo neoliberal será más delimitado, pues en su grado mínimo esto representaría una articulación a mercados, pero no implicaría que la economía al interior de la comunidad se base en una lógica neoliberal, el polo opuesto a ello sería que el modelo neoliberal, con toda su lógica, regiría las relaciones sociales y económicas al interior de la comunidad.

Estos grados mínimos o máximos dependen de aspectos históricos, es decir, a partir de cómo se han construido las relaciones interétnicas con las instituciones como: ONGs, servicios públicos y consultoras, pues ellos pueden ir instalando en las comunidades prácticas neoliberales, y que pueden menoscabar a las comunidades, esto, incluso, amparado en los derechos y reconocimientos que tienen los pueblos indígena. Si estas relaciones han sido llevadas por medio de la subordinación, es decir, se han ido imponiendo desde las instituciones y agentes externos de la comunidad y ella ha aceptado se desarrollan fenómenos clientelares y de dependencia, condiciones básicas para instalar sin ninguna oposición al neoliberalismo. Si las relaciones interétnicas de las instituciones, agencias y agentes políticos se han dado de manera de acompañamiento, o las comunidades han obligado a generar este tipo de relación, les permite tener un control sobre su cultura y su articulación a los modelos neoliberales.

La experiencia de Llaguepulli señala que esa situación es lo que marca su diferencia, porque ellos funcionan como comunidad, con un control de su cultura, y no como familias aisladas como es el

caso de Puerto Saavedra, en la cual las dependencias y clientelismo ha llevado a no tener un filtro en la oferta turística y todo pasó a ser mercancía. De esta manera fueron construyendo su modelo de gestión, establecen una noción de autonomía y control de sus sociedad

No nosotros somos un pueblo tranquilo, generosos, somos lafquenche tenemos nuestra propia gobernanza mantenemos nuestros autoridades loncos, esto wekenes, machi que son nuestras autoridades sabias, y todo eso es un plus es poner un valor agregado y lo fuimos haciendo muy fácil, por que cuando uno tiene claridad y sabe donde está parado todo esto fluye.

La base de su experiencia turística pasa, por como ellos lo definen, en una gobernanza a partir del control cultural, de ahí la relevancia de las autoridades tradicionales, la orientación de esta institucionalidad propia es lo que definió la experiencia y su contenido, el plus que se menciona es justamente un valor dado en su control que hacen de la cultura, que es apreciado por quienes desarrollan acompañamientos profesionales, las instituciones que los apoyan y financian y, finalmente, por los propios turistas que ven una mayor autenticidad en la cultura y sus forma de vida, por eso recalcan que cuando existe esta claridad todo fluye.

Las categorías conceptuales turísticas y la relación con la experiencia de Llaguepulli

Pensar el turismo de Llaguepulli obliga a pensarlo como un turismo de corte cultural, primero que nada es porque la propia comunidad ha buscado desarrollarlo de esa manera, el ofrecer aspectos de la cultura a compartir, pero para hacer un contraste más detallado es necesario revisar algunos conceptos para profundizar que tipo de oferta turística cultural se está desarrollando.

Turismo Cultural: Comenzaremos esta discusión a partir de los planteamientos de Margarita Barretos:

... se puede encontrar referencia al turismo cultural con la expresión *heritage tourism* que podría ser traducida por turismo patrimonial, pues abarca todo lo que hace referencia al patrimonio histórico y a los monumentos, al legado cultural más amplio.

Una de las definiciones más amplias referidas al turismo cultural o patrimonial ha sido dada por Boyd (2002: 213), que considera que el patrimonio debe ser dividido en natural (lugares de belleza extraordinaria), cultural (costumbre), industrial y personal (aspectos que tiene significado para una persona o grupos de personas). También propone que las formas de turismo recreativo practicadas dentro de un bien patrimonial, sean natural o cultural, sea clasificado como turismo cultural.

Santana (2003) también incluye el patrimonio medioambiental dentro del patrimonio cultural integral, junto con el patrimonio arquitectónico y artístico, el etnográfico, el arqueológico e histórico y el documental (Barretto, 2007: 103)

En su primer punto esta autora hace la relación de cultura con patrimonio, existe una valoración marcada por quienes viajan, cuyo objetivo es consumir conocimiento, sin duda podemos imaginar que este es un segmento restringido y con particularidades marcadas, aparte, marca una unidireccionalidad en la cual es el turística el que crea una demanda cultural, lo cual no necesariamente ocurre de tal forma. Cuando toma el concepto de Boyd en términos de lo que se puede considerar como patrimonio se establecen tres ámbitos: natural, cultural y el industrial y personal, añadiendo también las actividades que se desarrollen dentro de un patrimonio. Sin duda esta perspectiva nos muestra que las posibilidades del turismo cultural son ilimitadas, de carácter heterogéneas -agregando Barretto la definición de Santana- en la cual se abre a la posibilidad que el patrimonio también sea lo medioambiental.

Tanto la amplitud a concepto de Boyd como el de Santana, evidencian que el tipo de turismo de Llaguepulli cabría dentro de los parámetros dados por estas amplias definiciones, hay un paisaje natural único a partir de la interacción comunidades-medioambiente que particular, esto debido a las actividades productivas y la preservaciones de espacios naturales como humedales, existencias de pequeñas islas, un lago, por nombrar algunas; además de una oferta plasmada desde la cultura, que es compartir el modo de vida de las comunidades. Lo que busca el turista en

Llaguepulli es conocimiento, aprender otras formas de ver y pensar el mundo. Pero también notamos en Llaguepulli que muchos de sus objetivos de la oferta no están situados en una relación mercantil o de oferta, también se piensa en procesos de afianzar y proyectar su cultura.

Otra definición que nos acerca más a discutir es:

“... turismo cultural como aquel segmento del mercado turístico que ofrece al visitante un conocimiento más profundo de otras culturas, costumbres y tradiciones, otras formas de vivir y de entender el mundo. Ofrece un contacto más cotidiano y cercano del comportamiento cultural de otras poblaciones. Bajo este concepto, entre las distintas modalidades del turismo cultural encontraríamos al: turismo gastronómico, turismo religioso, turismo patrimonial, turismo educativo, turismo étnico, turismo oscuro (“dark tourism”), turismo literario y turismo de festivales.”

“... el turismo cultural y en general el turismo, es un movimiento que, en tanto permite conocer otras culturas, puede romper parámetros mentales y prejuicios que suelen dar lugar a la intolerancia.” (Guerra, 2003: 3)

Esta definición toma como punto de partida la oferta turística, lo que se quiere dar a conocer, presupone que existen personas que buscan más cosas que arena playa, establecen que existen personas que buscan crear conexiones o vivir nuevas experiencias humanas. De ahí la importancia de ver al turismo como una forma de transformar actitudes como prejuicios e intolerancias, la mayoría de ellas racionalizadas y cruzadas por situaciones de poder y de explotación, fundadas en la negación de humanidad de otras culturas. La reivindicación de la experiencia de Llaguepulli de Pueblo y desmarcarse de la noción antropológica de etnia, pues justamente parte de la premisa que es un sujeto, que posee derechos y que tiene la capacidad y autonomía para decidir como vincularse con otros, estas son definiciones políticas que repercuten en la forma de organizar una oferta turística de corte cultural.

Aún así, hay otras definiciones que nos permiten discutir otros aspectos.

Se define turismo cultural, siguiendo la European Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS), como el movimiento de personas hacia manifestaciones culturales fuera de su área de residencia, con la finalidad de obtener nuevos datos y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales (Richards, 1996). No obstante, cabe señalar tres condiciones que nos permiten hablar de turismo cultural señaladas por Monfort (2002): en primer lugar, deseo de cultivarse, es decir, de conocer y comprender los objetos, las obras y los hombres; en segundo lugar, la consumición de un producto habiendo una significación cultural (monumentos, obras de arte, espectáculos, intercambio de ideas); y, por último, la intervención de un mediador, persona, documento, escrito o material audiovisual que introducen valores o realizan el producto cultural. (Andre, Cortés y López, s/a: 4)

Esto autores nos hablan de las necesidades culturales de los turistas, esto quiere decir, que son sujetos con una cultura en la cual existe una valoración por el conocimiento, ya sea para profundizar en su cultura de origen o aprender de una cultura distinta. Se vuelve a la idea de la demanda turística y las condiciones se aducen desde una perspectiva racional; se plantea la idea del “deseo de cultivarse” y se apuntan a aspectos objetivos de la cultura, obras u hombres, sin hacer alusión a aspectos subjetivos, a nuevas formas de vivir emociones y afectos, formas de entender el mundo a partir de creencias, que es lo que apuntaría Llaguepulli. La significación cultural es siempre una acción etnocéntrica, avanzar en una visión intercultural implica procesos de relativizar premisas culturales, y asumir una relación simétrica entre la cultura de origen y la cultura que se visita, este es un punto de discusión importante en Llaguepulli, pues ellos han asumido el desarrollo de una escuela intercultural y buscan también e instalar esta visión en quienes los visitan. Por último, la mediación implica una construcción de la imagen de la experiencia turística que implica informar sobre la oferta cultural, lo que implica la construcción de relaciones sociales. La mediación funciona en dos niveles, como oferta, que es el acercamiento al turista, y un segundo nivel, que es la construcción de una relación con el turista.

Turismo étnico: Se concibe como parte del turismo cultural, si bien bajo las definiciones anteriores podríamos aceptar dicha idea, es necesario ver si existen fronteras que nos revelen que no son parte de la misma lógica.

Una forma particular del turismo cultural es el turismo étnico, donde el atractivo principal es la forma de vida de determinados grupos humanos, diferenciados por raza, religión, región de procedencia y otras características comunes.

Este tipo de turismo merece algunas discusiones por las consecuencias que conlleva en el plano de la ética y de las relaciones humanas, cuando se coloca el atractivo (personas y su modo de vida) al servicio de los negocios turísticos. (Barretto, 2005:2)

Cuando se plantea la idea que el “atractivo principal es la forma de vida de determinados grupos humanos” estamos ante el riesgo de exotizar a la cultura visitante, ello nos lleva a una discusión en el plano ético. Mucho de este tipo de turismo tiene que ver con pueblos en situación de subordinación a sociedades estatales, cruzadas por procesos de explotación, prácticas políticas de subordinación e ideologías de carácter racistas. Es más, incluso los conflictos étnicos pueden ser motivos para optar por este tipo de turismo. Por lo tanto, el turismo étnico se encuentra determinado por relaciones de poder, es por ello que Llaguepulli se funda en el control cultural, para tomar sus decisiones de manera autónoma y consolidar su propuesta y modelo de gestión.

Paisaje Cultural: Para comprender el turismo cultural y étnico, es imprescindible entrar en la noción de paisaje cultural, pues todas las culturas establecen una relación con el medioambiente, esta definición explica desde su sistema de creencias hasta las actividades productivas.

“... desde un punto de vista cultural todas las variadas y ricas actividades de configuración y recreación constante del territorio que ha hecho la especie humana —ya sea pacífica o conflictiva— se pueden condensar en tres: económica, social y simbólica (Álvarez Munárriz: 2010, 203). Estas tres funciones están integradas en la categoría de paisaje cultural. “Allí donde viven, los seres humanos se apropian de la naturaleza en términos culturales, esto es, modelan los paisajes al tiempo que desarrollan su propia cultura. No existen paisajes sin personas y, en sentido estricto, no existen «paisajes naturales», ya que hasta el último rincón del planeta ha sido modelado por la intervención humana, directa o indirectamente, por ejemplo, por causas climáticas favorecidas por la acción humana. Los

paisajes constituyen siempre estructuras culturales expuestas a las dinámicas económicas y a las actuaciones socioculturales, que conforman la materia prima a partir de la cual se teje cualquier paisaje, cada uno con su diseño particular y, por ende, su valor único” (Seeland: 2008,424). (Álvarez Muñarriz, 2011: 68)

Otro riesgo del turismo cultural y étnico, es pensar a las culturas indígenas como estática y anacrónica, una visión de museo viviente, esto puede llevar a reproducir ceremonias o expresiones culturales que ya no están en uso o a la invención de tradiciones. Al asumir la condición dinámica de la cultura se hace necesario mostrar de manera coherente a los turistas este proceso, visibilizar los procesos de adquisición cultural, como de preservación de la cultura propia, aspectos culturales que no están en uso, e incluso explicar la resistencia a prácticas culturales foráneas que se consideran perjudiciales para la comunidad. Por otro lado, cada cultura se desarrolla en un nicho ecológico determinado, por lo cual hay conocimientos ambientales específicos desarrollados por el grupo que hace la oferta étnica, de ahí que la gente de Llaguepulli resalte que son lafkenche, que significa en lengua mapuche personas cercanas al mar.

Turismo Mapuche: Actualmente este concepto no ha sido desarrollado de manera teórica, más bien se ha planteado en términos descriptivo, en torno a una oferta turística.

Turismo Mapuche es satisfacer las expectativas de nuestros visitantes en relación al contacto e intercambio intercultural, buscado brindar la mejor calidad en servicio, seguridad en los programas y ofreciendo la mejor alternativa de viaje de intereses especiales en toda la Región de la Araucanía. <http://www.rukakimun.cl/v2/>

Otra definición lo plantea del siguiente modo:

... económica sustentable y sostenible – realizada por emprendedores Mapuches con un amplio conocimientos y manejo de su cosmovisión y dominio de su lengua armonizando esta actividad con el medio ambiente el cual valora y protege para entregar al turista nacional y extranjero una experiencia cultural genuina y autentica (Díaz Nahuel, 2007:7)

Ambas definiciones privilegian la idea de un contacto intétnico, donde las personas mapuche median o establecen los límites en estas relaciones, apuntando a la experiencia cultural vivida, pero al mismo tiempo, deja entrever la autonomía que cada sujeto mapuche tiene para definir esa autenticidad y límites de la cultura exponer, lo que revela que esta oferta turística puede ser heterogénea, pese a que se parten desde la cultura como centro.

La relación de las categorías turísticas y la experiencia de Llaguepulli

La visión turística en Llaguepulli no surge de manera inmediata, es una definición que se ha construido en el lapso de unos 14 años. A partir de larga experiencia han configurado un modelo de gestión. Su primera impronta es señalar:

Trabajamos turismo mapuche, no turismo comunitario ni otras cosas, le llamamos turismo mapuche.

Esto distanciamiento del turismo comunitario lo podemos interpretar como una apropiación cultural del turismo, es un proyecto que no funciona de manera centralizada, sino a partir de unidades autónomas como son las familias que adscriben al proyecto, pero cada uno con actividades puntuales, al igual como en la ceremonia del *gijatun*, donde participan todas las familias, pero todos con actividades complementarias en la ceremonia, además de la capacidad en gestión que han ido construyendo.

Estuve dos años y la gente no engancho conmigo, y les dije en una reunión ¿ustedes van a querer hacer turismo; yo voy a buscar gente que me apoye, la gente me dijo casi a coro que no, no nos queremos exponer ante los gringos y no sabemos qué hacer, entonces la gente me dice que no

El primer temor era uno de carácter ético, exponerse ante otro no es algo fácil, con ello vemos que una oferta como esta reviste más complejidad, principalmente por las demandas que exigen

los turistas; el tema de los límites es algo que no queda claro en el tema del turismo, es por ello que es un primer debate, algunos de estos elementos los planteamos en el primer apartado de este artículo, pero no basta con que la cultura actué como la base orientadora y de cohesión, también es necesario tener la disposición para relacionarse con otro, como esa relación puede ser en igualdad de condiciones y no se transforme en una nueva forma de subordinación.

“... fuimos 3 familias las que se atrevieron y fui a hablar con los profesionales y estos me dijeron que podía hacer todo incluso si fuera una familia... Uno de las familias dijo yo quiero un camping para iniciar si viene gente a acampar y buscar hacer otra actividad con los turistas, otro peñi dijo yo quiero una cabaña donde el turista venga a quedarse una días y yo dije quiero trabajar la gastronomía y esos fueron las tres locas ideas...”

La primera clave fue comenzar con actividades complementarias, lo que significó instalar la idea de articulación, pese a que se ve como algo espontáneo, podemos observar el peso de la cultura, es decir, no se depende de manera jerárquica sino se articulan en igualdad de condiciones, conservando la autonomía de decisiones de cada familia, por ejemplo, el concepto de *ixofil mogen*, que es el equilibrio de los seres vivos, implica una simetría social y ambiental.

El segundo paso fue el de la gestión de los primeros recursos, y constituir una forma de gestionar, administrar y manejar la experiencia en turismo. Para ello era necesario clarificar en consistía este nuevo concepto que se transformaba en una nueva posibilidad de actividad económica.

“... comencé a indagar que significa realmente el concepto turismo y hablando con Marcos Rebolledo y Raúl Elgueta de fundación Impulsa, ellos después me fueron dando la pauta y me dijeron con esto usted puede hacer una unidad de negocio, y después me hablo de varios conceptos como turismo local y turismo rural nosotros en una reunión de comunidad acostumbrados a hacer y le empecé a conversar a la gente”

La búsqueda de orientación fue clave, pero la relación que se cultiva con los asesores muestra una claridad de cómo trabajar con nuevos conocimientos, por otro lado, la disposición de los propios asesores de trabajar bajo una lógica simétrica genera un efecto de confianza.

“... me dijo uno de los asesores y tú que eres dirigente anda a Temuco y al Fosis y que te proporcionen recurso para construir lo que quieren. Entonces ahí me encontré con el Fondos Las Américas donde se puede obtener proyectos por 800 mil y un millones de pesos o un millón y medio y fue a buscar las bases y fui a buscar al asesor para postular y fuimos afortunados porque ahí empezamos, y fuimos afortunados porque nos alcanzó para el camping.”

El apoyo al dirigente no consiste en resolver el problema de los recursos, sino de que acceda a las fuentes de financiamiento, agencias e instituciones, para luego ver los aspectos técnicos con los asesores. Por otro lado, la generosidad para decidir y aceptar a quién priorizar en los proyectos, entendiendo que todos en algún momento serán financiados, esta forma de trabajo fortalece las relaciones internas y desarrolla una visión estratégica de cómo canalizar los recursos.

“... 150 mil dije voy hacer una ruka pequeña y con eso comenzamos e invite a mis vecinos para construir la ruka...”

A falta de dinero se aprovechan otros capitales, de esta manera, la visión de diversos capitales también resulta un pilar fundamental, aquí nos señalan que se realizó un trabajo colaborativo, no necesariamente con personas involucrados con la experiencia turística, reforzando los lazos sociales al interior de la comunidad, estas formas de trabajo se conocen como *kelluwun*, para el caso que describe don Mauricio esto lleva por nombre *rukan*.

“... 2001 empezó a llegar gente con contactos y boca a boca la gente que llegó encontró bonita la comunidad eso fue un plus y a pesar de que la gente que nos conocía no era mapuche.”

Pese a que no contaban con publicidad ni otros soportes para dar a conocer su actividad, los primeros turistas, que de manera accidental conocieron la experiencia promocionaron la experiencia. La valoración del paisaje y el interactuar con personas mapuche fueron los dos aspectos claves para valorar esta experiencia, esto implicaba atenciones personalizadas.

“... nosotros partimos con estos pocos servicios y como el territorio es atractivo, entonces la misma gente nos fueron dando pautas de que otros servicios podíamos hacer para ellos, por ejemplos nos pidieron una exhibición de palin obvio que no alcanzábamos pues éramos poco y cuando fuimos sobrepasados y otros pedían pasera en bote en el lago Budi y otros veían pasar en carreta llenos de papa o trigos y cuando sucede ese fenómeno de requerimiento de la gente y pensando en eso fue que dije no damos abastos y repensamos lo de las gentes de la comunidad, quienes son responsables quienes tienen ganas de trabajar e hice una nomina y pensé al mejor con esa misma gente podría trabajar y llegue a 17 familias

Una interacción positiva con los turistas permite que exista la confianza para sugerir nuevas actividades, los turistas son parte de la construcción y afinamiento de las experiencias, de esa manera la experiencia turística va valorando lo sugerido y comienza a pensar en nuevas articulaciones, pues cada nueva actividad involucra la captación de más familias. El crecimiento en la participación de personas de la comunidad debió abordar el tema de la resolución de posibles conflictos.

“... no tenemos dificultades a temas económicos por que cada uno era organizados, por ejemplo, el que tiene caballos le dirigimos usted venderá cabalgata y lo que genera es suyo y para que pueda hacer una buena cabalgata los caballos deben estar bien implementados con su montura buena y cuando fui a Saavedra tuve suerte porque me encontré con un concurso abierto y me gane el proyecto, lo que no pude en 4 años en Saavedra lo conseguí en 2 meses acá. Con eso implementamos los caballos, riendas nuevas, y los peñis que tenían botes le compramos chalecos de seguridad le compramos botes nuevos y le dijimos usted venderá paisajes ahí fauna y usted le pondrá un valor y eso... y los que tenían carreta

y cuando le llamamos usted tiene que estar ahí parado y las ganancias para usted. Y lo que tiene que ver con la historia estoy yo, y la mamá de Pablo Calfuqueo dijo: yo manejo algo de yerbas medicinales así que tengo huerto; con un proyecto FOSIS compramos maya, grapa y toda la cuestión; en una minga en un día se lo terminamos y la papaya se paso a vender yerbas, medicinales incluso hoy en día ella envasa y vende yerbas secas, incluso vende sus productos en los supermercado y hacer charlas explica algo de la medicina mapuche a los turistas, las cosmovisión de la planta. Entonces ella hace su charla y luego lleva a los turistas al huerto. De esa forma somos complementario, no competimos uno con otros si no que nos complementamos tenemos una diversificación, somos una forma de funcionar.

La distribución de actividades funciona también para la distribución de los recursos económicos de la experiencia, con ello se puede discutir en términos estratégico el cómo mejorar cada actividad, ya que cada familia se hace responsable. El apoyo entre familias se mejora a partir de la articulación de cada actividad y se genera apoyos mutuos para abordar falencias. Hay elementos que no se manejan dentro de la comunidad y se genera el debate de que cosas incorporar, de esta manera también se generan procesos de profesionalización de la experiencia y de la oferta turística, a fin de mejorar la captación de turistas y del servicio.

“... con lo que hemos aprendido, tiene que ver con los servicios de calidad que hemos conocidos como concepto, tiene que ver con los cursos que hemos hechos, con la especialización en gastronomía, barman, higiénico, manipulación de alimentos, guía turísticos tuvimos que capacitar a nuestros jóvenes en temas comerciales marketing y contable y tenemos hoy en día nuestro propio equipo técnico que es mi hija la Fresia que cumple la gestión administrativa de los proyectos y la Nadia a que hace el marketing comercial está relacionada con los clientes con los agencias y vende los programas diariamente está conectada a internet y esa es su área fuerte y otra chica que estudio contabilidad está trabajando con nosotros, nosotros somos autónomos...”

La capacidad de profesionalizarse a punta a tener recursos humanos de la comunidad. Esto indica la capacidad de sustentar la experiencia en el futuro, porque en un primer momento esta experiencia abordo los aspectos intrageneracionales, es decir, la articulación de las personas de la comunidad en edad de producir, bajo una lógico de articulación de las familias por actividades, mismo modelo para repartir las ganancias de lo producido, sin necesidad de centralizar los recursos. Pero al mismo tiempo, hay una noción intergeneracional que tiene relación con como las nuevas generaciones se dotan de herramientas para mantener la experiencia turística.

Hoy por hoy y después de todas las capacitaciones recibidas nos damos cuenta que tenemos que aprender el inglés para atender a turistas, hoy tenemos el desafío de preparar a los jóvenes en áreas del inglés y la vemos como herramienta de trabajado para poder entendernos de mejor formas con los clientes que vienen acá, vemos al inglés como un ítem de negocio

No es solo preservar la cultura, también implica la adquisición de elementos culturales, no por imposición, sino como forma de mejorar la experiencia a nivel interétnico, como se ve en el caso del inglés, que permite una mayor comunicación y vinculo con el turista extranjero. Pero al mismo tiempo, a nivel intraétnico, implica dar mayor valor a las personas que buscan quedarse en la comunidad y poder vivir satisfactoriamente con esta opción de vida.

Conclusión

La implementación de políticas públicas tiene por impacto en la población indígena la generación de sujetos pasivos y minimizados, en tanto la problematización de conceptos como pueblo dentro del análisis y la crítica a ellos trae ante sí una idea de derechos políticos con proyección histórica. De esto se trata idea de control cultural pues está basada en la conformidad de las comunidades se empoderen de sus propios recursos y realicen prácticas de protección de lo que quieran cuidar y mantener en el tiempo.

Desde el punto de vista del control cultural la alternativa de trabajar en torno al turismo por necesidad de contar con recursos económicos tiende, a en el caso de la comunidad de Llaguepulli, a generar grados de autonomía en las tomas de decisiones y el control de los recursos que se necesitan para dicha actividad en tanto se flexibilizan la concepción de la cultura en el sentido de permitir que algunos componentes cambien y otros se mantengan todo en función de la protección de los componentes identitarios que la comunidad posee, es entonces la identidad el motor central de lo que busca prevalecer en el caso de comunidades indígenas pues de ellos dependen también las particularidades que les permiten sobrevivir desarrollando la actividad económica como el turismo.

La actividad turística como medio de subsistencia trae consigo toda una filosofía de vida en la comunidad, esto, pues se trata de compartir elementos privados de la vida con los visitantes, es así que los elementos ceremoniales como rituales que competen a las familias pasan a ser parte del quehacer comunitario, sin embargo para la comunidad muchos de estos aspectos son resguardados, significando que, no admiten la intervención de terceros en sus prácticas así como las ONGs que buscan conocerlas, es este resguardo la que permite mantener alejada de los turistas rituales considerados especialmente privados y mantener a la comunidad más afiada en torno a su vida privada y en comunidad.

Las prácticas clientelares promovidas por los Estados hacen a los sujetos meros repetidores de los preceptos que estos imparten, en cambio una comunidad que practica el control cultural puede responder con grados de autonomía a los avatares del sistema neoliberal. En el caso de la comunidad Llaguepulli estos son independientes en la toma de decisiones y solo permiten al turista ver o presenciar lo que ellos estiman, en tanto la gestión se realiza en el marco de la autonomía lo que pone a rayas las normas del sistema neoliberal y como señala el dirigente tienen su propia gobernanza. Esta gobernanza trata de la capacidad de la comunidad en torno a la administración del recinto turístico así como la capacidad de buscar recursos externos y administrarlos ellos mismo en el marco de sus propias lógicas culturales y empresariales.

La gobernanza como hacen llamar a las formas de gestión autónomas por parte de la comunidad tiene como base el respeto por las autoridades tradicionales, de ello que se defiende la institucionalidad propia emanada de la cultura. En tanto se deja entrever los peligros que contiene el llamado “Atractivo principal” esto pues se trata de exotizar la cultura viviente pues ellos nunca están al margen de las relaciones de poder que se dan entre el pueblo Mapuche y el Estado. Para lo último se trata de llevar al plano de lo ético pues este corresponde a un pueblo en evidente estado de subordinación, es por ello que la experiencia de Llaguepulli resulte tan interesante pues su apuesta se basa en la autonomía y la posibilidad de gestión a través del control cultural. Nuevamente el control cultural juega un rol especial en la gobernanza de la comunidad la que se logra con una importante cuota de colaboración entre sus miembros y ellos al mando de la iniciativa que les permite desarrollar la actividad independientemente de los actores externos que en muchos casos les dan un trato clientelar y subordinados al rol individual producto del sistema neoliberal.

El paisaje cultural es un concepto que abarca a todo el planeta pues se estima que no hay lugar sobre la tierra que no esté afectada por la acción antrópica, es aquí donde la idea de turismo cultural cobra sentido pues permite que las experiencias vividas de manera comunitaria traigan consigo una heterogeneidad de prácticas que mostrar al turista, aun cuando persisten elementos comunes como el idioma y los rituales, estas prácticas van variando de acuerdo a lo que se están dispuesto a externalizar. Es así que se va configurando una relación entre la comunidad y el exterior del que hay que cuidar no se convierta en una relación de subordinación al dinero. La articulación parece espontánea sin embargo tiene todo un sentido cultural pues se da en el marco de la cultura y de manera horizontal. La relación del paisaje cultural con la práctica del turismo permite de manera particular y de acuerdo en lo observado en esta comunidad la idea de control sobre los recursos y su preservación, se trata de una práctica que requiere especial cuidado y donde lo propio o privado va siendo resguardado de la vista del turista permitiendo así una vida en comunidad más armónica.

En cuanto a las relaciones asimétricas de poder estas pueden darse en la forma en que consultores y ONGs van tratando con los dirigentes, es entonces la relación externa la que provoca una serie

de conflictos productos de la desconfianza que ello genera. Es entonces importante para los externos prestar apoyo al dirigente en la búsqueda de recursos no buscándole el recurso ellos mismos y solo remitirse a los aspectos técnicos, de este modo aquellos que pretendan apoyar lo deben hacer desde la mirada respetuosa con la orgánica y formas de hacer las cosas que la comunidad posee, es importante que la autonomía con que cuenta la comunidad sea respetada pues no se invade el espacio con lo que cuentan y su identidad la que le permite ser un atractivo en sí misma.

Bibliografía

Álvarez Muñarriz, L (2011) La categoría de paisaje cultural. Aibr Revista de Antropología Iberoamericana. Volumen, 6 número 1, enero-abril 2011, Pp. 57-80

André, M., Cortes I., Lopez, J. (2003). Anàlisi Quantitativa Regional – AQR. Universidad de Barcelona. España.

Ashleigh, M (2007) Valorar lo nuestro para fortalecer el futuro: Enoturismo mapuche en la IX Región. ISP Collection. Paper 165.

Barke, M (2004). Rural Tourism in Spain. International Journal of Tourism Research N°6. pp 137 -149.

Barreto, M (2005) Turismo Étnico y Tradiciones Inventadas. <http://barretto-margarita.equiponaya.com.ar/Tradiciones.pdf>

Barreto, M (2007) Turismo y cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas. Colección PASOS, edita N° 1.

Bertoncello R. (2002) Turismo y territorio, otras prácticas y otras miradas. Aportes y Transferencias (2):29-50. CIT-UNMDP, Mar del Plata.

Bonfil Batalla, G. (S/A) El concepto de indio en América: una categoría colonia. : http://www.selvasperu.org/documents/Conc_indio.pdf

Bonfil Batalla, G. (1995) Etnodesarrollo: sus premisas jurídicas, políticas y de organización. En obras escogidas de Bonfil Batalla. Tomo 2 (pp. 464-480).México: INAH/ INI

Bouillon, R. (1991). Planificación del Espacio Turístico. Trillas. México, México.

Boullon F. y Mao P. (2011) Las formas del turismo científico en Aysén, Chile. *Gestión Turística*. Enero-Junio 2011; N° 15, 74-98

Buultjens J, Gale D and White N E (2010). Synergies between Australian indigenous tourism and ecotourism: possibilities and problems for future development. *Journal of Sustainable Tourism* Vol. 18, No. 4. pp 497-513.

Comaroff, J. L. y Comaroff, J. (2011) *Etnicidad S.A.*, Katz, Buenos Aires.

Coulon, A (2005) *La Etnometodología*. Editorial Catedra. España.

Curcie, B (2012) El Desarrollo Comunitario de la Comunidad Mapuche de Llaguepulli a Través de su Proyecto Turístico. Independent Study Project (ISP) http://digitalcollections.sit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2445&context=isp_collection

Díaz Nahuel, C (2007) *Turismo Mapuche*. Inédito.

Farias, M (2013) Poder, Turismo y Multiculturalismo. Una reflexión crítica sobre el etnoturismo, a partir del caso de la comunidad Llaguepulli. Tesis para optar al Título de Antropólogo.

<http://bibliotecadigital.academia.cl/bitstream/handle/123456789/1130/tant%20136.pdf?sequence=1>

Guerra, D (2003) Los actores del Turismo Cultural: Una introducción a los avances y perspectivas en su estudio y aplicación.

http://www.equiponaya.com.ar/turismo_cultural/congreso2003/ponencias/Diana_Guerra_Chirinos.htm

Hitchcock, M (1999). Tourism and Ethnicity: Situational Perspectives. *International Journal of Tourism Research* N°1. pp 17 -32

Jofré, D. (2003) Una propuesta de acercamiento al patrimonio arqueológico de la comunidad de Belén (Región de Tarapacá, Chile). *Revista Chungará (Arica)* v.35 n.2.

Lebrum, A M (2007) El turismo cultural en el Perú, sus sostenibilidad y museos. *Consensus*, vol.12 N° 1, 167 -178.

Long, P.H., Kayat, K. (2011) Residents' perceptions of tourism impact and their support for tourism development: the case study of Cuc Phuong National Park, Ninh Binh province, Vietnam. *European Journal of Tourism Research* 4. pp 123 -146.

Lumsdon Les M. and Swift Jonathan S. (1999) The Role of the Tour Operator in South America: Argentina, Chile, Paraguay and Uruguay. *International Journal of Tourism Research* N°1. pp 429-439.

McKerche, B. (2002). Towards and classifications of cultural tourist. *International Journal of Tourism Research*. N° 4. pp 29-38.

McKerche, B; du Cros, H. (2003). Testing a cultural tourism typology. *International Journal of Tourism Research* N°5. pp 45-58.

Morales Morgado, H (2006). Turismo comunitario: una nueva alternativa al desarrollo indígena. *Revista de Antropología Iberoamericana*. Vol. N° 1. N° 2. Madrid, España. pp 249-264.

Notzke, C (2004). Indigenous Tourism Development in Southern Alberta, Canada: Tentative Engagement. *JOURNAL OF SUSTAINABLE TOURISM* Vol. 12. N°1. pp 29-54

Oviedo M. A, Castellanos M and Martin, D (2008). Gaining Residents' Support for Tourism and Planning. *International Journal of Tourism Research* N° 10. pp 95 - 109

Oyarce Arriagada, L (2011) Turismo mapuche en el contexto de la región de la Araucanía. Tesis Magister Gerencia Social en desarrollo. Universidad de La Frontera. Chile

Oyarzún, E.(2000). Turismo Cultural, potencialidades y riesgos en la Región de Los Lagos, Chile. *Gestión Turística*. N° 2. Chile. pp 75-89. Chile

Painefil, M. (S/A) Naturaleza y Cultura Ancestral en el Lago Budi.

http://www.corparaucania.cl/usuarios/admin3/doc/200806301612150.Mauricio_Painefil.pdf

Pilquiman, M; Skewes, J C (2010). Relatos en torno al etnoturismo: La comunidad indígena de Choroy-Traiguén, Provincia de Osorno, y sus proyectos de desarrollo. *Revista Lider* Vol. 16 Año 12. Chile. pp 105 -124. Chile

Ribeiro, M; Marques, C (2002). Rural tourism and the development of less favoured Areas. Between rhetoric and practice. *International Journal of Tourism Research* N°4. pp 211 -220.

Richard, G. (1996) Cultural tourism in Europe. Reeditado en format electrónico por Association for tourism and leisure education (ATLAS) 2005.

Ryan, C (2000). Tourist Experiences, Phenomenographic Analysis, Post-positivism and Neural Network Software. *International Journal of Tourism Research* N°2. pp 119-131

Rosas, M (2013) Llaguepulli y la Resistencia Mapuche Dentro Del Espacio Del Indio Permitido. SIT Study Abroad.

http://digitalcollections.sit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2647&context=isp_collection

SERNATUR (2010) Estrategia de turismo mapuche en la región de La Araucanía. Documento de trabajo.

Silva, L (2007). A procura do turismo em espaço rural. Etnográfica. Revista do Centro de Estudos de Antropologia Social Nº 11. Brazil. pp 141-163.

Urry, J. (1990) The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies. SagePublication. London.

Valcuende del Río, J.M.; Quintero Morón, V.; Cortés Vázquez, J.A. (2011). Naturalezas discursivas en espacios protegidos. Revista de Antropología Iberoamericana www.aibr.org. volumen 6 número 1 enero-abril 2011 Pp. 27-56

Velasco, M (2009) Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultura. Cuadernos de Turismo Nº 23, 237-253.

Weaver, D (2010). Indigenous tourism stages and their implications for sustainability. Journal of Sustainable Tourism Vol. 18. Nº1. pp 43 -60.

Wall G, Feifan Xie P (2005). Authenticating Ethnic Tourism: Li Dancers' Perspectives. Asia Pacific Journal of Tourism Research, Vol. 10, No. 1. USA

Yang L, Wall G (2009). Ethnic tourism: A framework and an application. Tourism Management 30. pp 559 -570.