

LICENCIATURA EN TURISMO

Práctico de Antropología del Turismo (2023)

I. Requisitos Formales

- Se conformarán equipos de 3 estudiantes.
- Los equipos trabajarán desde la primera etapa del Práctico hasta la finalización del proceso.
- Al final del semestre se realizará una exposición en clase y la entrega del Práctico en formato digital a los e-mail's: gcampod@yahoo.com y martingamboa100@gmail.com
- Calificación máxima: 3 puntos.
- Fecha de entrega y presentación en clase: **viernes 30 de junio.**

Título del Práctico: “Atractivos turísticos sin activación turístico-patrimonial: búsqueda y análisis de un caso del patrimonio natural, material o inmaterial que funcione como atractivo superior”.

II. Guía del Práctico

Dentro de la antropología del turismo y los estudios de patrimonio, todas las investigaciones coinciden en señalar que “el patrimonio se define como un conjunto de bienes o elementos naturales o culturales, materiales o inmateriales. Estos bienes son el resultado de un proceso social de selección, lo que permite pensarlo como interpretable y recreable” (Santana, 2002:174). En ese sentido, el patrimonio cultural generalmente es dividido por distintos autores (Graham et. al., 2000) en tres variantes diferentes:

- 1- el patrimonio natural (Ej.: monumentos naturales, formaciones geológicas y fisiográficas, sitios y zonas naturales, etc.).
- 2- el patrimonio material (Ej.: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales; los conjuntos: grupos de construcciones aisladas o reunidas en razón de su arquitectura; los sitios: obras del hombre, sitios arqueológicos, tumbas, etc.).
- 3- el patrimonio inmaterial (Ej.: tradiciones culturales, prácticas sociales, modos de conocimiento perpetuados en el seno de una comunidad cultural, etc.).

El patrimonio sólo existe en *abstracto*, hasta que determinados referentes son *valorados* (o “puestos en valor”) primero, y después *activados* (expuestos, señalizados, difundidos, interpretados, etc.) por parte de alguien. Cuando un conjunto de referentes patrimoniales es activado conforma un *discurso*. No obstante, la relación entre patrimonio y turismo no es reciente. De hecho, desde fines del siglo XIX el patrimonio ha sido atractivo para el turismo (Troncoso & Almirón, 2005:62). Por tal razón, Llorenç Prats ha señalado que en las últimas décadas estamos asistiendo a un nuevo tipo de activación patrimonial, *más* turística *que* identitaria. Según Prats, en las últimas décadas “nace un nuevo tipo de activación patrimonial cuya motivación no es ya de carácter identitario, sino abiertamente turístico y comercial” (Prats, 1997:42).

Si bien esta tesis es ampliamente aceptada -y ha sido constatada empíricamente a través de diversos estudios etnográficos y patrimoniales-, se encuentran algunos casos en donde existe el “atractivo” pero sin ser jamás activado turística y/o patrimonialmente. Esto significa que una construcción material, lugar geográfico o práctica cultural inmaterial funciona como *atractivo superior*, es decir, algo que “por sí solo es capaz de generar un flujo turístico” (Peña, 1999:33). Tales atractivos no están, y nunca estuvieron enmarcados dentro de un circuito turístico o *tour* guiado. De ahí lo interesante del fenómeno. Sin embargo, para la antropología del turismo estos “atractivos superiores” poseen una explicación cultural. Es decir, para la antropología existe una lógica cultural subyacente que los hace posibles. Esta lógica simbólica es lo que se pretende develar en el trabajo práctico.

Consigna:

-Elegir alguna variante del patrimonio natural, material o inmaterial del Uruguay que constituya un atractivo turístico sin haber sido nunca activado turística y/o patrimonialmente. Es decir, que no están, y nunca estuvieron enmarcados dentro de un circuito turístico o *tour* guiado.

-Describir el bien cultural natural, material o inmaterial.

-Análisis y explicación de los “motivos” o factores culturales y/o simbólicos que lo llevan a ser un *atractivo superior*, es decir, algo que “por sí solo es capaz de generar un flujo turístico” (Peña, 1999:33).

-Determinar qué tipo de turismo se practica en ese lugar o qué tipos de visitantes van en busca de esa modalidad de patrimonio inmaterial.

Trabajo de campo: cada equipo deberá elegir un lugar diferente en cualquier departamento del Uruguay (urbano o rural) para la observación participante y las entrevistas en profundidad. Estos lugares van desde monumentos naturales, formaciones geológicas y fisiográficas, zonas naturales, pasando por obras arquitectónicas, esculturas, murales, construcciones aisladas o reunidas en razón de su arquitectura, tumbas, continuando por sitios arqueológicos, tradiciones culturales, hasta modos de conocimiento perpetuados en el seno de una comunidad cultural, etc.

III. Metodología y Técnicas

-Trabajo de campo empírico: observación, registro y entrevistas en profundidad a los agentes involucrados (estos pueden ser turistas, público en general, aficionados, etc.).

IV. Formato de presentación

Letra y tamaño: Times New Roman –Tamaño 12

Justificado

Páginas numeradas

Presentación/Carátula: nombre de los integrantes, CI, fecha de entrega del trabajo.

Bibliografía: al final (según criterios académicos de citación bibliográfica)

Extensión: 10 a 15 págs.

Los diferentes registros (fotografía, imágenes, etc.) acompañan al trabajo en anexo.