

COLEGIO DE PROFESIONALES EN TURISMO PROVINCIA DE BUENOS AIRES

CONGRESO DE PROFESIONALES EN TURISMO 2019

TITULO: Recreaciones Históricas: Cómo aportar a la competitividad turística a través de su historia.

NOMBRE: Alejandra Belén Velazco

MAIL: v.alejandra.b@gmail.com

ESTADO: Licenciada en turismo

TEMÁTICAS

- Sustentabilidad y sostenibilidad ambiental del turismo y las acciones profesionales
- Gestión de la calidad y la accesibilidad en los servicios turísticos

CAMPOS LABORALES

- Guías de Turismo, Aventura y Recreación
- Gestión Pública

RESUMEN

Este trabajo forma parte de la tesis denominada “Análisis de la potencialidad turística de las recreaciones históricas”. La hipótesis planteada es que las Recreaciones Históricas, como herramienta de interpretación de patrimonio, funcionan como una actividad que se integra con la oferta turística convencional, aportando un atractivo adicional que diversifica, diferencia, y en definitiva potencia la captación y fidelización de turistas.

Es vital la identificación de distintos atractivos en un destino y trabajar en sus ventajas competitivas, una de las formas es valorizando su historia y comunicándola de diversas maneras, no convencionales. Esto conlleva a estrategias que por un lado generan empleo, aportan a la economía, y por otro acercan a distintos tipos de turistas concientizando sobre el cuidado del patrimonio.

Se profundiza en tres casos de participantes de actividades de recreaciones históricas y profesionales sobre interpretación de patrimonio para acercarnos a un diagnóstico de situación. A partir del diagnóstico se dan una serie de recomendaciones.

Interpretación de patrimonio – recreaciones históricas – patrimonio cultural – turismo histórico – teatralización

EXPERIENCIAS DE RECREACIONES HISTÓRICAS

En nuestro país existen varias agrupaciones en donde sus miembros, por una especie de hobbies e interés por divulgar la historia trabajan en informarse y en llevar a cabo esta actividad, tanto para los miembros como para un público. Entre las posibilidades de recreacionismo histórico, se encuentra la recreación de batallas, destacando en esa recreación a personajes históricos destacables. La mayoría de los recreadores históricos, se encuentran organizados en agrupaciones. La ACARHI, es la Asociación civil sin fines de lucro que representa a un conjunto de 9 agrupaciones, es como pocas, y la más grande asociación de recreadores históricos de América Latina. Por esa razón, se consideró como mejor opción contactar con la misma para conocer qué hacen, porqué, cómo y cuáles son las dificultades puedan llegar a tener además de sus aportes a la sociedad.

Como segundo caso se tomó un grupo de actores que realizan visitas guiadas teatralizadas en *El Complejo Histórico Cultural Manzana de las Luces*, La Manzana de las Luces, es una construcción emplazada en el casco histórico de la ciudad que sintetiza 400 años de historia argentina, desde el punto de vista religioso, político, cultural. Todos los domingos a las 18hs, se realizan visitas teatralizadas que dan a conocer el lugar y la historia

En tercer lugar se seleccionó al Grupo Valherjes de Zona sur de Buenos Aires, perteneciente a la Comunidad de Recreacionistas Medievales (CRM). La Comunidad de Recreacionistas Medievales es la agrupación que reúne a distintos grupos de recreadores, teniendo en común la época medieval europea. Identificamos a la misma como importante para la investigación ya que recrea una época distinta, y las actividades, experiencias y formas de organizarse son distintas de los casos anteriores.

Con el objetivo de determinar las características principales de cada organización entrevistada se presenta un cuadro comparativo para visualizar de forma sencilla cada una.

Tabla 16: Cuadro comparativo

NOMBRE	ACARHI	CRM	Artistas del museo manzana de las luces
TIPO DE ORGANIZACIÓN	Asoc. Civil sin fines de lucro	varios grupos de recreacionistas organizados	actores y actrices independientes
OBJETIVOS	-Buscan transmitir la Historia-sin connotación política ideológica - de una forma dinámica, cercana y hasta en algunas oportunidades, participativa.	-Establecer un estándar de calidad y credibilidad respecto a la recreación que realiza cada grupo. -Transmisión de distintas culturas de la época medieval y de la identidad de sus antepasados	dar a conocer los hechos ocurridos dentro del museo
EVENTO	recreación de batallas	ferias medievales	visitas guiadas teatralizadas
TEMÁTICA	Batallas en argentina: Invasiones inglesas, unitarios y federales y otras.	-Batallas medievales de distintos lugares de Europa -Recreación de costumbres del Medioevo europeo	hechos históricos que sucedieron en la Manzana de las Luces

EPOCA	Argentina s. XIX	medieval	varios momentos del periodo colonial
LUGAR	-Aire libre, preferentemente en el lugar donde se dieron los hechos. -Escuelas públicas -Tiro Federal de Lomas de Zamora	Varios.	dentro del museo
FECHAS	días festivos	dos eventos por mes	todos los domingos de cada mes, una función
DESTINATARIOS	familias, alumnos/as, público general	familiar, metalero, gastronómico	público general
ORIGEN DE LOS VISITANTES	Locales, nacionales.	-locales -extranjeros vinculados a grupos de combate medieval	Locales, nacionales, Internacionales
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Facebook	-Facebook -Radio, tv -Folletería	-Boca en boca -Facebook -Groupon
ORGANISMOS VINCULADOS	-Municipios -Escuelas -otras organizaciones recreacionistas -Regimiento de los Patricios de las Fuerzas Armadas	-Cámara de Artesanos Medievales (CAM) -Clubes de Combate Medieval -organizaciones internacionales de recreacionismo histórico medieval -Municipios -Boy scouts -Grupos musicales	Dirección de Museo

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas.

En los tres casos que se entrevistaron rescatamos el acuerdo en las siguientes cuestiones:

- La exigencia por basarse en la historia real y no hacer caso a invenciones que lo vuelvan ficción, es decir, tienen en cuenta la autenticidad, no sólo de los hechos si no en cuanto a los accesorios para que aparenten ser de la época que tratan. Respetan las primeras características de la recreación histórica.
- El compromiso al aporte a la comunidad por medio de la difusión de la historia.
- En los tres casos cuentan con presencia gubernamental en algún momento. Las actividades y eventos suelen ser declarados de interés cultural. Sin embargo, ACARHI y en el Manzana de las Luces precisan mayor apoyo por parte del Estado. En particular por cuestiones de permisos o difusión de la actividad, ya que está dirigido a la comunidad de forma voluntaria con fines lúdicos-educativos, y desde una mirada general en relación con beneficiar actividades culturales, se ven pocos esfuerzos en cuestiones de restauración y conservación de bienes culturales.
- Entendimiento de su actividad como no lucrativa.
- Detección de gran interés y satisfacción por parte de los visitantes a las recreaciones.
- La contribución de las recreaciones históricas al turismo pero a la vez la necesidad de generar mayores esfuerzos para que sea cada vez mejor y más visibilizado entre los turistas.

Entrevista a un profesional sobre interpretación de patrimonio

Con el fin de tener un punto de vista sobre la interpretación de patrimonio en general, y las recreaciones históricas y el turismo en particular desde la mirada de un profesional en la disciplina, entrevistamos a Fernandez Balboa. Entre algunas cosas, es licenciado en museología, se encuentra en el cargo de Coordinador de Educación Ambiental Fundación Vida Silvestre Argentina miembro del CICOP (Centro Internacional para la Conservación del Patrimonio) y Socio de la AIP (Asociación para la Interpretación del Patrimonio) de España, y en Fundación Vida Silvestre Argentina.

Para comenzar, se quiso tener un panorama de la gestión actual de los museos. Destacó como gran avance en términos institucionales y democráticos para los museos la convocatoria masiva de los concursos públicos para directores que se hizo a nivel nacional, algo que no se hacía desde la década del 80. Sin embargo, acotó que de los 1000 museos que aproximadamente hay en todo país, entre 25 y 30 son nacionales. En cuanto a la gestión de los museos declaró:

Hoy no hay grandes cambios en cuanto al manejo de los museos, porque tiene que ver con las administraciones y las provincias muchas están en quiebra, entonces lo menos que se ocupan es de la cultura y dentro de la cultura lo menos que se preocupan es del tema de los museos.

Y remarcó que desde las políticas públicas se pone a la cultura en un segundo plano:

“uno de los grandes problemas que yo identifico con los museos es que la política a subsumido a lo técnico, entonces eso es un problema grave porque todos los conceptos técnicos están subordinados a una cuestión política imperante y a veces la política no tiene todas las respuestas y todo el conocimiento para llevar adelante determinadas cosas.”

Luego se le consultó sobre la implementación de la interpretación de patrimonio como modo de gestión y comunicación particularmente en CABA y si desde el ámbito público se interviene a favor de la valorización de la IP. La respuesta fue negativa, teniendo que ver con las acciones de los directores de los museos, ya que no existen políticas claras.

Hablando particularmente de la implementación de la IP:

No hay grandes cambios. Se sigue haciendo una educación muy escolarizada, muy enfocada a lo escolar muy pobre conceptualmente, más basada en el dato que en la experiencia y no hay grandes cambios. Por supuesto que siempre hay cosas para destacar.

Mencionamos ante esto, los encuentros “*Veni a conocer tus museos de la Ciudad*”, en donde se crean actividades en las plazas pretendiendo un acercamiento y conocimiento de las personas a los museos. Él nombró otro ejemplo para tener en cuenta que es Ronda Cultural:

Un grupo de chicos que estaba trabajando para el Ministerio, y ahora los desafecto que se llama Ronda Cultural¹, bueno ellos hacen un trabajo bastante interesante, de acercamiento a los museos. Pero son cuestiones aisladas, no hay nada en donde uno pueda agarrarse y decir, “hay una política hay una cosa sostenida a lo largo del tiempo que te va a permitir...”

Enfatizó la cuestión respondiendo como interviene el ámbito público en muchos casos: *No hay ninguna línea o política muy clara que permita tener una línea de comunicación con los museos, no tenemos eso. Sí a partir de gestiones personalistas o directores que tienen muy buena intención con respecto a eso, o proyectos de personas aisladas.*

En este trabajo se plantea a las recreaciones históricas como una actividad atractiva dentro de los museos para que la gente se acerque más a ellos. Se le preguntó si piensa que los museos que se abren a nuevas actividades, logran tener mayores beneficios, tanto porque más personas lo conocen como porque a partir de las mismas pueden llegar a tener más ingresos económicos. Respondió positivamente, dando ejemplos de museos con actividades de recreación de forma periódica como el de Reconquista, o el Museo de San Isidro, en donde se nota la afluencia de personas:

“si se pudiera medir el público se va a ver que esos museos tienen una afluencia mayor que en otro tipo de museos. Porque son muy convocantes, inspiradoras, diferentes, permiten brindar información de una manera más amena, mucho más participativa, tiene un montón de ventajas en comparación.”

¹ Se puede contactar con ellos por su página de facebook: Ronda Cultural.

Se aclaró por los beneficios desde un punto de vista económico y nos nombró a Marisa Monteiro, creadora del Programa Historia en su lugar²:

“Desde el punto de vista económico, mantenían toda una estructura durante años de gente viviendo de eso. Me parece que son todas cosas muy interesantes para desarrollar, y cuanto más crecen esos productos, más posibilidades tienen en sostenerse en el tiempo, cuanto más visible es y cuanto más te identifican. Por ejemplo a Marisa, la identifican claramente con ese producto, Historia en su Lugar, entonces conseguía trabajo permanentemente a partir de eso. Sí yo creo que se puede perfectamente.”

Se contó la percepción que se tuvo a partir de las entrevistas realizadas y otros casos relevados, denotándose como la idea que recreación y museos son un mero hobbies.

Otras partes del mundo ratifican lo que yo estoy diciendo, los guías en Cádiz, en España, hacen todos recreaciones históricas y viven de eso. La empresa Animarte, de Javier Muñoz es un ejemplo bien concreto de que se puede vivir de eso y le va muy bien. Son cosas innovadoras, que hasta que se imponen llevan su tiempo (...) hasta que se imponga la metodología y hasta que quede establecido. También que los museos o los espacios donde se hacen este tipo de actividades, jerarquicen la actividad, que tomen personas que lo tomen bajo su ala que le den un seguro, que le den las condiciones mínimas en donde se pueda desarrollar ampliamente. La estructura básica.

Luego se le consultó si sabía de un caso similar a la empresa española en nuestro país, respondiendo que no, lo que no significaba que no exista, ya que puede que todavía no esté posicionada, ser chica, en un lugar chico, agregó:

Mucho tiene que ver con eso, que tenga continuidad con no tirarse abajo, y darle también un sentido comercial, de que uno puede vivir de eso.

Análisis FODA

Cada asociación, agrupación o grupo de recreadores, tiene sus propias características, desafíos y virtudes, para cumplir con sus objetivos. Se presenta a continuación un análisis FODA como modo de tener un panorama de la actualidad de nuestro país sobre las cuestiones vinculadas a las recreaciones históricas (RH) y las organizaciones que trabajan con esta actividad, independientemente de cada grupo en particular.

Tabla 17: Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Grupos con alto grado de creatividad. - Asociativismo con diversos grupos de interés. - Da a conocer el patrimonio cultural, ayudando a generar identidad y crear consciencia para su cuidado. - Numerosos espacios de valor cultural donde se puede realizar las RH. - Existencia de distintas temáticas para distintos grupos de interés. - Generación de espacios para emprendedores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de personas que realizan turismo cultural. - Tendencia del turista por buscar actividades que los hagan partícipes y no meros espectadores. - Los museos y espacios culturales están más abiertos a ofrecer nuevas actividades como esta. - Ciudad reconocida como capital del teatro y librerías. - Nuevas Tics, para la difusión de los eventos y

² Leer más sobre el Programa en el Blog Identidad y turismo: <https://identidadyturismo.blogspot.com/2018/08/programa-la-historia-en-su-lugar.html>

- Aporte al turismo regional.	actividades de las iniciativas a situarse en la red a bajo costo.
DEBILIDADES	AMENAZAS
- Las iniciativas suelen contar con poca difusión.	- Espacios culturales, museos no estén abiertos a contratar recreadores históricos como modo para atraer a más visitantes.
- Se pierde la posibilidad de participación de las personas en la recreación ante una masividad.	- Necesidad de permisos municipales para realizar RH en espacios abiertos.
- Falta de líderes, promotores o animadores socioculturales.	- No se relaciona con la posibilidad de generación de empleo. ³
- La RH es una herramienta de interpretación del patrimonio poco utilizada / visibilizada.	- Falta de interés de argentinos/as por conocer el patrimonio cultural.
	- Falta de apertura en las escuelas para nuevas actividades.
	- Presupuestos públicos insuficientes y escasas inversiones privadas en el sector cultural.

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas.

CONCLUSIONES

Las experiencias analizadas demuestran que este subsegmento del turismo puede funcionar como agente vinculador entre los centros culturales, asociaciones afines y los museos para recibir al visitante de una forma no convencional. Se requiere tener un trabajo transdisciplinario que logre la vinculación de los visitantes con historias de nuestro país dándolas a conocer de forma atractiva, logrando que impacte en su memoria.

En las acciones para promocionar un destino turístico suele hacer foco en los paisajes, ya que su belleza natural es lo que genera mayor motivación para viajar. Sin embargo hay muchos lugares, donde el atractivo principal o adicional se encuentra en sus recursos culturales y antecedentes históricos. Generar actividades creativas con enfoque en estos aspectos es lo que puede que puede ampliar la oferta de servicios de un destino y generar trabajo.

Dentro de la planificación de una actividad de Recreación histórica el primer paso es identificar espacios donde sucedieron hechos históricos y que sean propicios para realizar recreaciones históricas, ya sea al aire libre, al lado de un monumento, escultura, placa en memoria de,

³ Desde una mirada de políticas públicas, un aspecto importante para decidir invertir para el desarrollo de determinado destino, espacio, o actividad, es visibilizar la posibilidad de creación de empleo. La mayoría de las agrupaciones que organizan RH lo hacen como hobby, sin fines de lucro, y en días festivos específicos, por lo que no se relaciona con la posibilidad de realizar un emprendimiento que genere empleo, y no hay investigaciones que determinen los puestos de artesanos que se crean de forma directa durante los días que se realizan las mismas.

museos abiertos a nuevas actividades. También se podrían abrir ideas a partir de un mural que refleje algún acontecimiento importante para el sitio.

A partir del análisis de experiencias se destaca que los casos exitosos son aquellos que trabajan mancomunadamente con organismos estatales relevantes, y por otro lado dar espacio a la participación de la comunidad local, escuchar sus historias pasadas y propuestas que reflejen los hechos del lugar. Estando la comunidad al tanto del proyecto y siendo partícipe del mismo, genera un mayor compromiso para que el mismo se lleve adelante y de forma sostenible en el tiempo.

Otro de los puntos que surge como conclusión es la falta de un panorama de los impactos que las actividades con RH implican, no conocer los beneficios que se tienen a partir de las mismas, y no poder diseñar políticas específicas para trabajar en la expansión de distintas recreaciones históricas a lo largo del país. Creemos que por esta razón, de los casos analizados en este trabajo, coinciden en que las RH dan un aporte al turismo, pero ninguno lo plantea como una actividad que pueda ser rentable. Esto también implica que los trabajos de los grupos recreacionistas y personas relacionadas que tienen el objetivo de dar a conocer de forma no convencional parte de la historia, no se valoricen adecuadamente, tanto para la cultura como para la actividad turística.

No obstante es importante señalar que cuando desde los organismos estatales en sus distintos niveles nacionales, provinciales, municipales, tienen una predisposición a atender proyectos de índole cultural y turística, ahondan en la importancia que se le da a la identificación y conservación del patrimonio en pos de un desarrollo local, y eso permite una imagen positiva de la gestión.

Pensamos que una forma de promover las RH y aumentar las alternativas dentro de los eventos, es el de crear una entidad que tenga entre sus funciones identificar grupos que utilicen esta metodología de la interpretación de patrimonio, organizar capacitaciones, trabajar en sus fortalezas y debilidades, garantizar la autenticidad y promocionarlos. Los y las guías de turismo representan a “portadores de historias”, deben tener una serie de atributos para que la interpretación de patrimonio sea eficaz. Podemos decir que el turista pasivo de antaño, valorizaba ser espectador, caracterizado por la frase “Una imagen dice más que mil palabras”, pero el turista de hoy se relaciona más con “las acciones dicen más que las palabras”. Así se logran las experiencias memorables para el consumidor. En la recreación histórica hay tanto narración, como acción. Para que la misma sea eficaz se debe tener la capacidad de no solo transmitir la historia de forma amena sino conectar a los participantes mediante emociones que reconozcan como propias, o cercanas, y así hacerlos partícipes de múltiples formas, desde la acción y desde la emoción. De esta forma también resulta para todo público, los mas pequeños que les atrae los trajes antiguos y personajes históricos con los que pueden hablar y para los grandes que hacen un viaje a la primaria, secundaria, o volver a escuchar las historias de sus abuelos y abuelas. De esta manera, el turista no solo se sumerge en la historia, sino que se vincula con ella siendo partícipe.

A todo esto hay que sumarle las nuevas tecnologías. No estamos solo un turista que busca emociones, si no que todas las emociones, sean positivas y negativas las vuelca en la nube, en las redes sociales donde todos los demás tienen acceso, formando parte de la publicidad del destino y/o de la empresa que brinda la actividad. Es preciso trabajar en las nuevas tecnologías de comunicación que perfeccionen la experiencia del turista por un lado, y en apps de gestión que permitan obtener gran cantidad relevante de información para una mejor toma de decisiones por parte de los actores asociados a que esta actividad se lleve adelante. Sobre la temática particular que estamos tratando, turismo y recreaciones históricas, casi no hay y es todo muy emergente y a pulmón.

Se concluye que las recreaciones históricas, comprenden un subsegmento del turismo cultural creciente, para el cual vale la pena dar continuidad a los estudios sobre el tema, así como evaluar el potencial de las ciudades para el desarrollo de RH y presentar propuestas abocadas a su promoción y desenvolvimiento.

