

## Fiestas Nacionales en la Patagonia Norte: desarmando los procesos de turistificación y patrimonialización<sup>[1]</sup>

### National Holidays in Northern Patagonia: disarming the processes of touristification and patrimonialization

Monasterio, Julio César

Julio César Monasterio  
monasteriojulio@gmail.com  
Universidad Nacional del Comahue, Argentina

#### De Prácticas y Discursos. Cuadernos de Ciencias Sociales

Universidad Nacional del Nordeste, Argentina  
ISSN-e: 2250-6942  
Periodicidad: Semestral  
vol. 12, núm. 19, 2023  
depracticasydiscursos.ces@gmail.com

Recepción: 15 Noviembre 2022  
Aprobación: 17 Abril 2023

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/476/4764055003/>

DOI: <https://doi.org/10.30972/dpd.12196674>

**Resumen:** Las prácticas culturales asociadas a las actividades celebratorias ponen en juego patrones de sentidos que son incorporados, resignificados y redefinidos en la *praxis* concreta. Es decir, lo festivo, así como la cultura, propone disputas en el terreno de lo ideológico y se transforma en ámbitos en los que confluyen intereses de diferentes actores sociales que ven en esos espacios lugares propicios para sus intervenciones.

En este sentido, nos proponemos en este artículo analizar los procesos de turistificación y de patrimonialización que se desarrollaron en la Patagonia Norte y que favorecieron a la consolidación de las Fiestas Nacionales en la región. Para ello, caracterizaremos algunos elementos que colaboraron con el afianzamiento de una dimensión económica de lo festivo. Primero, estudiaremos la transformación de las celebraciones festivas en espectáculos; posteriormente, su consolidación como mercancías culturales para, finalmente, analizar su vinculación con el turismo como un elemento central para el desarrollo de dichas fiestas.

**Palabras clave:** Fiestas Nacionales, Patagonia Norte, turistificación, patrimonialización.

**Abstract:** *The cultural practices associated with the celebratory activities bring into play meaning patterns that are incorporated, resignified and redefined in the concrete praxis. That is to say, the festive, as well as the culture, propose disputes in the field of the ideological and are transformed into areas in which the interests of different social actors come together, who see in these spaces propitious places for their interventions.*

*In this sense, we propose in this article to analyze the processes of touristification and patrimonialization that took place in Northern Patagonia and that favored the consolidation of National Holidays in the region. For this, we will characterize some elements that collaborated with the consolidation of an economic dimension of the festive. First, we will study the transformation of festive celebrations into shows; later, its consolidation as cultural merchandise to, finally, analyze its link with tourism as a central element for the development of said festivals.*

**Keywords:** National Holidays, Northern Patagonia, touristification, patrimonialization.

## INTRODUCCIÓN

En el presente artículo nos interesa realizar un análisis de los procesos de turistificación y de patrimonialización que se desarrollaron en la Patagonia Norte y que favorecieron a la consolidación de las Fiestas Nacionales (en adelante FN) en la región.

Para comenzar, destacamos que las fiestas han ocupado espacios significativos en la historia económica, social y cultural mundial. Durante la consolidación de la modernidad, la presencia de los Estados nacionales fue fundamental para que los ritmos, las formas y las modalidades que adquirieron las celebraciones festivas “premodernas” no atentaran contra algunas concepciones centrales del capitalismo, tales son la de progreso, en un primer momento y, posteriormente, la de desarrollo.

En este sentido, lo festivo tiene una relación directa con el tiempo. Bajtín ([1987] 2003) presenta algunos rasgos de las fiestas carnavalescas que aún perduran en las denominadas fiestas populares en la actualidad como los tipos específicos de comunicación, que no se dan en otros ámbitos, y la posibilidad de la transgresión se encuentra siempre presente y rompe con la previsibilidad del acontecimiento. Al mismo tiempo, la linealidad del tiempo occidental ha dado cuenta de una forma hegemónica de entender las dimensiones de la temporalidad en términos de pasado-presente-futuro. Esto no implica desconocer que otras formas de pensarla son posibles, pero sí reconocer la eficacia que estos postulados han tenido en pos de construir una temporalidad moderna. Este ha sido uno de los principales motivos por los que la intervención de los Estados nacionales se tornó central como dispositivo político de regulación y de ordenamiento de las celebraciones, al imponer nuevas lógicas y ritmos.

Durante los últimos veinte años, en Argentina hemos asistido a una revalorización oficial de lo festivo que se plasmó en políticas específicas para este sector, como por ejemplo la consolidación de una importante cantidad de FN. Estas son presentadas por la retórica oficial como un elemento fundamental del patrimonio. El Estado, en su concepción más amplia, interviene con la finalidad de la administración y la regulación de lo festivo, pero dicha intervención se realiza desde un lugar que vuelve a la noción de patrimonio como un aspecto meramente técnico e instrumental (Gnecco, 2022), a partir de una administración y gestión de la diversidad (Rufer, 2016; Hall, 2017). En su dimensión política, el patrimonio se presenta como una instancia central que posibilita la articulación de criterios universalizantes alrededor de lo que debe ser considerado como tal y que, además, funciona en el sistema mundo moderno-colonial como un gran constructor, estructurador y normalizador de prácticas y de patrones culturales. En pos de la búsqueda de la unificación y la homogeneización, en la que la idea de nación ocupa un lugar central, intenta cicatrizar las fisuras y las grietas de las diferencias culturales. En su dimensión económica, tema de especial interés para el presente artículo, Estado y mercado se funden en pos de la maximización de ganancias que otorga la patrimonialización de lo festivo.

En el presente trabajo nos centraremos en la caracterización de los elementos que colaboraron con el afianzamiento de una dimensión económica de lo festivo (principalmente tomaremos, a modo de ejemplo, documentos normativos que le otorgan el carácter de FN a distintas celebraciones festivas que se desarrollan en la región de la Patagonia Norte). Primero, desde la transformación de las celebraciones festivas en espectáculos; posteriormente, por su consolidación como mercancías culturales para, luego, analizar su vinculación con el turismo como un elemento central para el desarrollo de las FN. Por último, realizaremos algunas consideraciones finales.

## LA TRANSFORMACIÓN DE LAS CELEBRACIONES FESTIVAS EN ESPECTÁCULOS

Adentrarse en el proceso de espectacularización de lo festivo implica abordar el análisis de las mediaciones a partir de las cuales el Estado ocupa un lugar preponderante en un terreno de significaciones variadas que estructuran el andamiaje de las representaciones y que velan el beligerante campo de lo popular. Si la

mediación consiste en activar y deformar al mismo tiempo señas de identidad de la vieja cultura popular integrándolas al mercado de las nuevas demandas de las masas, pues las fiestas populares en la actualidad se han convertido así en un hilo ideológico que sirve a los diferentes sectores hegemónicos para integrar signos de identidad propios del campo popular a diferentes matices de la representación masiva.

Es por esto que se presenta necesario indagar las nuevas representaciones establecidas en el escenario masivo (Getino, 1984) para poder delinear así los rastros ideológicos que nos permitan visibilizar tales transformaciones culturales. En este sentido, Martín-Barbero (1984) plantea que:

Las fiestas ocupan un lugar fundamental en la cultura popular ya que no sólo jalonan y organizan la temporalidad social, sino que en cuanto “tiempo denso” proporcionan a la colectividad el espacio para descargar las tensiones, desahogar el capital de angustia acumulado, desviar la agresividad, activar los grupos de edad –ritos sucesivos de iniciación– y redefinir así periódicamente las relaciones de jerarquización –sin olvidar el rol económico de las fiestas: asegurar la fertilidad de los campos y las bestias–. (p. 7)

Y continúa manifestando que en el “proceso de enculturación se realiza aquí transformando las fiestas en espectáculos –algo que ya no es para ser vivido sino para ser mirado, admirado– y convirtiendo el tiempo de placer en tiempo de piedad” (Martín-Barbero, 1984, p. 7). Este proceso de enculturación destacado por el autor trastoca significativamente los roles de los sujetos participantes de estas prácticas culturales y afianza una relación que pasa de lo festivo como ocio a lo festivo como (neg)ocio<sup>[1]</sup>.

Dicha cuestión encuentra dos aristas fundamentales que forman parte de la constitución de las fiestas en espectáculos masivos. Por un lado, la regulación del tiempo en la modernidad constituye una característica indispensable para su materialización en virtud del otorgamiento de un valor moderno al “tiempo productivo” en detrimento del “tiempo ocioso” (hoy sería impensable encontrarnos con la realización de las fiestas de carnaval que describe Bajtín, entre otras cuestiones, por la duración de las mismas y por su disfuncionalidad respecto de un orden vigente en el marco de los ideales del capitalismo). Por otro lado, su constitución como espectáculo masivo y como una acción significativa dentro de la esfera y la oferta del denominado tiempo libre. La domesticación del tiempo también opera sobre los espectadores a partir de que se legitima el goce de la contemplación, como una de las actividades válidas dentro de las opciones para el sistema de producción capitalista existente.

Cabe destacar aquí que las fiestas han sido ámbitos que, históricamente, escapaban al control de los organismos gubernamentales, motivo por el cual el Estado moderno, como aparato jurídico/político de cohesión social central en el proceso histórico de consolidación de la modernidad, interviene en dichas actividades en aras de imponerles las marcas de su institucionalización. Claro está que dicho proceso tuvo una orientación definida: su espectacularización y su difusión a partir de la esencialización y la tradicionalización.

El sistema capitalista reorganiza el espacio-tiempo estableciendo valoraciones referidas a un tiempo de trabajo, en tanto tiempo vendido a la producción para el sostenimiento del propio sistema, donde el tiempo de no trabajo es el tiempo destinado al consumo. Se presentarán discursivamente como espacio-tiempos opuestos y se establecerá la prioridad de un tiempo sobre otro. Sin embargo, esta construcción marcará la funcionalidad, la complementariedad y la correspondencia entre ambos fragmentos temporales.

De esta manera, numerosas prácticas de colonización fueron llevadas al extremo en función de la incorporación al modelo predominante. Por caso, en nuestro país, algunas formas mediante las que se implementaron las políticas para la “buena” utilización del tiempo funcionaron como dispositivos para la eliminación de prácticas y costumbres de fuerte arraigo cultural<sup>[2]</sup>.

En esta clave, esta nueva concepción de la temporalidad, focalizada en su opción cuantificadora, desarrolla una “moral calculadora y una piedad avara” (Martín-Barbero, 1987, p. 120). Como dice el autor, la pérdida del tiempo se termina transformando en un grave pecado y se produce una jerarquización con relación al tiempo-medida por sobre el tiempo vivido. De este modo, esta diferenciación entre dichas concepciones temporales da lugar a uno de los ejes principales de la presente tesis: el proceso de espectacularización de lo festivo.

La espectacularización forma parte, entonces, de una etapa de oficialización, institucionalización, masificación y turistificación de las celebraciones festivas que se consolida como un modo representativo de normalización social. Entre todos los dispositivos políticos de mediación que se encuentran dentro de este proceso podemos mencionar tres que adquieren gran significación. La transformación de las fiestas en espectáculos será el primero, a partir del corrimiento del rol protagónico de los sectores populares hacia el lugar de espectadores (subalternización de lo vivido). El segundo es la forma mediante la cual se lleva adelante la masificación de la cultura popular. Cabe aclarar que esta característica no se encuentra reducida a las fiestas; sin embargo, podemos destacar que en estos ámbitos dicho pasaje se manifiesta con un alto grado de intensidad. En términos de Martín-Barbero (1987), en el pasaje de lo popular a lo masivo se constituye una deformación identitaria que funciona como operatoria ideológica que da cuenta de una representación despojada de todo conflicto de clase, apoyada sobre simbolismos populares y que logra el consentimiento masivo. El tercero y último dispositivo es la regulación sociotemporal de las fiestas.

Una importante actividad de los Estados modernos estuvo orientada a la organización, delimitación y control de estas prácticas. Al mismo tiempo, la vinculación entre la administración pública y la privada generó las condiciones para el desarrollo del proceso de turistificación de lo festivo.

## LAS FN COMO PRODUCTO TURÍSTICO

Una de las cuestiones principales de análisis para el presente apartado se encuentra vinculada a la relación permanente que se establece entre las FN y las dinámicas de organización turística. A diferencia del viaje que, como fenómeno social, data de una historia mucho mayor, cabe mencionar, a grandes rasgos, que el turismo es una actividad asociada al advenimiento de las sociedades modernas. Como plantea María Belén Espoz Dalmaso (2016):

El valor (social, económico, cultural) del viaje como experiencia se traduce en una historia para contar –o, más cercano a nuestro tiempo, una imagen que mostrar. En este sentido, viaje y comunicación están entrelazados de forma compleja, ya que el viaje se materializa en conocimientos y experiencias que implican el ser compartidas, ser comunicadas. (p. 323)

Sin embargo, cuando el viaje se inscribe en la dinámica turística, ingresa, al mismo tiempo, en una dinámica que le impone ciertos condicionamientos. Gran parte de los estudios sobre este campo (Bertoncello, 2006; Capanegra, 2006; Espoz Dalmaso, 2016; Schenkel, 2019, entre otros) destacan, desde una perspectiva histórica, una división en distintas etapas sobre el turismo como fenómeno social. De manera muy resumida, podemos agruparlas así: a) Una primera etapa que deviene con el surgimiento del turismo, hacia mediados del siglo XIX, y en el que este se encuentra restringido a su explotación por parte de los sectores de mayor poder económico y político; b) Un segundo momento, en el siglo XX, orientado al reposicionamiento de los Estados en pos de generar políticas para el desarrollo del turismo de masas; y c) Una tercera etapa en la cual se generan las mayores posibilidades de acceso y se afianza la idea de una industria del turismo hasta constituirse, durante el siglo XXI, como una de las industrias económicas más importantes a nivel mundial.

Hacia mediados de la década de 1950, la función de la recreación y del esparcimiento de los trabajadores como fuerza productiva queda en manos de esta nueva industria. El cómo y por qué se viaja, incorporado el viaje como parte de la industria turística, fue objeto de numerosas reflexiones en torno a problemáticas referidas, entre otras, a la construcción de la otredad, a la conformación de subjetividades, a la impronta de las relaciones entre diferentes culturas, a las tensiones con relación a la noción de patrimonio, ya sea cultural o de mercado, y a la folclorización de la cultura en pos de la optimización de las ganancias. Atraídas por el impacto que las vacaciones generarían en los sujetos, las ciencias sociales y humanas comenzaron a interesarse en dichas prácticas, destacándose las producciones científicas realizadas por la antropología.

Con la legislación laboral de las vacaciones pagas, como derecho adquirido por parte de los trabajadores, estos comenzaron a disponer de un tiempo concreto para vacacionar. Como consecuencia de esta situación,

se puso en marcha y se organizó, a partir de reglas específicas, la idea de la ocupación del tiempo libre durante las vacaciones y de fenómenos específicos del turismo. Entonces, el interés científico no solamente radicó en el impacto que las vacaciones generarían en los sujetos, sino también en el potencial económico que esta industria contenía.

El turismo fue impulsado en nuestro país como política pública durante la década de 1930, al mismo momento que se comienzan a observar los primeros indicios en torno a su importancia, no sólo en materia económica, sino también con respecto a su función civilizadora y organizadora del tiempo libre. Tal como plantea Alejandro Capanegra (2006):

la función civilizadora que se otorgara al turismo registró un salto cualitativo en los años de la década del '30 donde las transformaciones legislativas como el sábado inglés, la jornada laboral de ocho horas y las vacaciones obligatorias pagas, que se sancionaron por primera vez para el sindicato de comercio en 1934, favorecieron el turismo en los sectores medios. (p. 47-48)

Pensado como un factor central para el acceso a la cultura, el turismo cobra relevancia en la agenda política de Argentina. Muchos organismos y políticas públicas específicas del sector son desarrollados en esta época. Sirven como ejemplo, además de los ya destacados en la cita de Capanegra, la Ley N° 12103/34, que promueve la creación de la Dirección General de Parques Nacionales, y la extensión de la línea ferroviaria que va de Buenos Aires a Bariloche, en 1934.

Destacamos aquí algunos ejes para establecer articulaciones entre los procesos de turistificación y lo festivo. Decimos que, con el advenimiento de los primeros dos gobiernos de Perón (1946-1952 y 1952-1955) se generan, además de las condiciones materiales, las condiciones simbólicas para la conformación de un turismo masivo y luego, durante la segunda mitad del siglo XX, se produce la expansión del turismo como un fenómeno que se afianza en la relación entre el ocio y el (neg)ocio. El crecimiento y la expansión de denominada industria cultural ocupa un rol central en este proceso.

Con relación a la región de interés del presente trabajo, la creación de la Dirección General de Parques Nacionales (en adelante DGPN), a cargo del Dr. Exequiel Bustillo, resultó una acción política muy importante para la configuración de la Patagonia Norte e inició, de alguna manera, su proceso de turistificación. La DGPN no solamente tiene como finalidad la preservación de los espacios y reservas naturales, sino que, como política pública, también está orientada al “intento de construcción de grandes enclaves modernizadores, relacionando el turismo con la pavimentación, el transporte, la hotelería, pero también con las transformaciones del hábitat rural y con nuevos emprendimientos económicos” (Capanegra, 2006, p. 48). En otras palabras, la fundación de este tipo de organismos fue cimentando las bases para lo que posteriormente se concretaría como turismo social y masivo.

La incorporación del turismo en las políticas públicas estatales despertó interés en importantes sectores económicos que observaron, en el área, la posibilidad de incorporar una maquinaria orientada a la maximización de sus ganancias. Como plantea Dimitriu (2001):

a partir de los años 60, el turismo ha sido promovido por las agencias internacionales de crédito y desarrollo como una manera efectiva –se decía y se dice– de transitar el camino a la modernización, lograr competitividad, integrar regiones categorizadas como atrasadas a la economía occidental, adquirir nuevas destrezas y competencias a través de la transferencia de tecnología, atraer inversiones –siempre y cuando los gobiernos locales comprendiesen la importancia de generar climas favorables y garantías– y diversificar las fuentes de ingresos. (p. 47)

En este camino a la modernización, que destacaba el autor, el rol ocupado por las elites locales fue determinante para su difusión. Las vinculaciones de estas con los principales centros económicos del mundo permitieron, entre otras cuestiones, la entrega de tierras y el otorgamiento de subsidios para el fomento del proyecto modernizador, que en la región de la Patagonia Norte fue una política que tuvo gran impacto desde mediados del siglo pasado.

No es casual entonces que, a partir de los años 60 y en el marco de este proyecto modernizador que incluyó a la Patagonia Norte como destinataria de políticas específicas, se gestaron las primeras FN de las que se

tenga registro en la región. Destacamos las ediciones de la FN del tomate y la producción, realizada en la ciudad de Lamarque desde 1968, y la de la FN de la manzana, que se realiza en la ciudad de Gral. Roca desde 1964, ambas en la provincia de Río Negro. Estas fiestas son dos ejemplos que dan cuenta del modelo de desarrollo impulsado en la región de los valles de Río Negro y de Neuquén, que está asociado a la producción agropecuaria, especialmente a la pujante actividad frutihortícola.

Además de las dos fiestas mencionadas, en la región oeste de las provincias de Río Negro y Neuquén, la zona donde se encuentra la Cordillera de los Andes, también se promueve el desarrollo festivo que vincula y conecta turismo y producción. La FN del Lúpulo de la localidad de El Bolsón, cuya primera edición data de 1964 y la FN de la Nieve, de 1969 y la Fiesta del Chocolate, de 1970, ambas realizadas en la ciudad de Bariloche, confirman este vínculo mencionado. A su vez, como destaca Dimitriu (2001), este tipo de prácticas le sirve a los gobiernos locales para “demostrar ante sus evaluadores externos que están preparados para este reto, se ven obligados a organizar la escenografía y la infraestructura que suponen más adecuada para aumentar el prestigio y atracción de los destinos” (p. 47). Una escenografía que se compone de bellos paisajes naturales, sujetos folclorizados y prácticas tradicionales y que sirve como telón de fondo para la promoción de las pujantes actividades productivas.

Las metáforas fundantes sobre la Patagonia son constitutivas de un modelo de producción que se buscó imponer desde los centros económicos y políticos del país, asociado a la idea de la región como un:

lugar salvaje, la Patagonia conquistada por Buenos Aires con ayuda de los rifles Remington y las operaciones inmobiliarias anticipadas, ergo categorizada como desierto, es decir carente de humanos, se transformó en un territorio domesticado por vía del comercio y la administración central. A través de una variedad de prácticas espaciales y representativas (desde pinturas naturalistas y otras formas de apropiación simbólica como la cartografía y los mapas, hasta campamentos de verano y las primeras formas de turismo social) se ofrecen las primeras metáforas que asumen una naturaleza pura, externa y lejana. (Dimitriu, 2001, p. 53)

Por caso, la metáfora más reconocida es la que vinculó a la Patagonia con la noción de desierto. Esta es una metáfora con fuertes consecuencias humanas ya que, de alguna manera, legitimó la idea de la negación ontológica sobre la región y, a partir de ello, el genocidio llevado a cabo sobre las poblaciones existentes, principalmente sobre el pueblo Mapuche.

Nos interesa profundizar en el siguiente apartado esta idea que presenta Dimitriu, con relación a esas primeras “metáforas que asumen una naturaleza pura, externa y lejana”, para dar cuenta de qué manera las FN ponen en valor los “recursos naturales”.

## LA NATURALEZA COMO PRODUCTO Y LA PUESTA EN VALOR DE LOS RECURSOS NATURALES

Podemos afirmar, con Dussel (1994), que la modernidad se configuró como un fenómeno mundial a partir de 1492 y, en este sentido, es imposible pensarla por fuera de los procesos de colonialismo y colonialidad. Una de las principales características de la colonialidad<sup>[3]</sup> se focaliza en el proceso a partir del cual se internalizan prácticas y saberes modernos, coloniales y eurocéntricos, como válidos y aceptables en detrimento de otros que deben ser totalmente rechazados por ser considerados arcaicos o disfuncionales. Esta misma colonialidad clasifica esas prácticas y saberes a partir de la generación de un pensamiento que jerarquiza desde la generación de un pensamiento abismal (Santos, 2010). La construcción de binarismos marca con claridad el predominio de los modos de ser, de ver, de actuar y de pensar occidentales (de la Europa occidental y de Estados Unidos) por sobre los no-occidentales y establece diferencias políticas, epistémicas, espaciales, de género, de raza y de clase.

Estos modos de construcción de la realidad van a consolidar un determinado tipo de conocimiento como válido, la ciencia moderna occidental, por sobre otros tipos de saberes, que son aquellos de la vida cotidiana. Se otorgará, a través de la cartografía moderna, centralidad a determinadas regiones (Europa y Estados Unidos) y

se periferalizará al resto (Asia, América Latina y el Caribe, África). Se establecerán criterios de categorización raciales (blanco/negro) y de género (varón/mujer), que operarán de manera decisiva en las representaciones que de las prácticas se desprenden y viceversa, jerarquizaciones culturales (cultura de elite/cultura popular o alta cultura/cultura baja) y temporales en relación con las actividades de la vida cotidiana (tiempo de trabajo/tiempo libre; tiempo productivo/tiempo ocioso). En este sentido, dice Machado Aráoz (2015):

desde sus orígenes fundacionales como pura “naturaleza”, es decir, el espacio social y geográfico opuesto al de la “civilidad”. Esa misma mirada, al tiempo que redujo la diversidad sociocultural y biológica de sus poblaciones originarias a la uniforme categorización de lo primitivo, lo salvaje, construyó la representación de su espacio geográfico bajo el mito “el-doradista”, que la imaginó como el reino de la exuberancia, el de una naturaleza cuya “excesiva abundancia” se la suponía como duro obstáculo para el “desarrollo de la razón” y el “esfuerzo del trabajo”. (p. 183)

Si bien el autor hace referencia a la región de América Latina, bien cabe esta propuesta para volver al planteo acerca de las “metáforas fundantes” de la Patagonia. El destaque por la belleza natural de los territorios aparece representado en numerosos documentos normativos que le otorgan el carácter de FN a distintas celebraciones festivas de la Patagonia Norte. En el caso de la FN del Mar y del Acampante<sup>[4]</sup> (Proyecto de Ley [PL] S-1404/14), hay un punto interesante vinculado a cómo se resalta que, en sus orígenes, cuando se llamaba Fiesta de Inauguración se reunían distintos actores sociales, autoridades locales, vecinos y el obispo, para bendecir las aguas. Esta alabanza o culto llevado adelante por el obispo, que también se realiza en otras festividades para bendecir la tierra o los frutos, abre una distinción entre tierras “ociosas” y tierras “cultivadas” y consolida, además, “una cosmovisión en la que el territorio se concibe como propiedad rentable y en la que la extensión de las posesiones ‘adquiridas’ se piensa como unidad de medida de la racionalidad y laboriosidad de los poseedores” (Machado Aráoz, 2015, p. 181).

La naturaleza se transforma entonces en una arena fértil para explotar y se instaura la idea de una racionalidad económica a partir de la cual se configuran las formas modernas de la relación sociedad/naturaleza. Sobre este tipo de relación se instala un discurso del desarrollo y de la modernización que opera como dispositivo expropiatorio de la historia y de la naturaleza y que impone la configuración del capitalismo como el estadio superior de la “humanidad”, es decir, como el momento cúlmine de su proyecto civilizatorio.

La relación entre modernidad y colonialidad también opera en su dimensión sobre la naturaleza. La colonialidad de la naturaleza debe ser entendida, como plantean Albán Achinte y Rosero (2016, p. 30), “como la manera en que se construyen discursos hegemónicos y excluyentes con respecto a quienes tienen el derecho de conocerla y explotarla, de protegerla y resguardarla”. Esta configura una geografía mundial moderna-colonial que produce una organización espacial jerarquizada. Ubica a América Latina, en general, y a la Patagonia, en particular, como zonas de saqueo, de expropiación y de acumulación, es decir, como espacios periféricos que son incorporados en el sistema mundo-moderno/colonial como poseedores de materia prima y de recursos naturales.

La naturaleza, para el caso de las estrategias de oficialización de las FN, se transforma es una de las principales atracciones que estas tienen para ofrecer a los turistas. En esta línea y continuando con el análisis del documento normativo que propone la declaración de FN a la FN del Mar y del Acampante, se destaca que la fiesta cuenta con un ostentoso escenario natural:

Cabe mencionar que en la costa rionegrina en cercanías al balneario, se encuentran playas de características únicas con grandes barrancas en donde moran especies como el loro barranquero, siendo la colonia más numerosa registrada en América, y colonias de lobos marinos de un pelo. Además, desde la costa se puede apreciar la presencia de delfines y ballenas en algunos momentos del año. (PL S-1404/14, FN del Mar y del Acampante, p. 2)

Uno de los ejes centrales sobre el que ronda este proyecto de ley está anclado en la cuestión de la naturaleza como un recurso a explotar. Esta idea de la colonialidad, constitutiva también de los procesos festivos, genera también una forma de comprender a la naturaleza desde una visión utilitarista. Como dice Eduardo

Gudynas (2011, p. 273), “[l]a Naturaleza se convierte en una ‘canasta’ de recursos que pueden ser extraídos y utilizados”.

Convertida, entonces, la naturaleza en “una canasta de recursos”, desde una concepción hegemónica resulta cuestionable desperdiciar o no aprovechar los beneficios económicos que esta pueda llegar a brindar a la sociedad. En este sentido y siguiendo con el caso de la FN del Mar y del Acampante, es que se concibe que su aprobación:

promoverá un mayor crecimiento beneficiando directa e indirectamente a la economía de la región, difundiendo el potencial turístico que posee sobre la base de las riquezas naturales que tiene para brindar y mostrar al mundo la costa rionegrina. (PL S-1404/14, FN del Mar y del Acampante, p. 2)

Podemos decir que un aspecto relevante de la geografía moderna-colonial se da a partir de la organización de las periferias como un lugar propicio para la explotación de sus recursos naturales (Lander, 2000). La tierra y la naturaleza, puestas al servicio del mercado, terminan siendo funcionales a los intereses del capital. La colonialidad exalta los modos de observar, de pensar y de hacer dicotómicos y binarios que enaltecen y promueven, desde la lógica de un pensamiento universalizante y homogeneizador, la disociación entre los sujetos y la naturaleza y entre la sociedad, la cultura y la naturaleza. Separados, el territorio se presenta como un simple espacio a explotar y se encubren las relaciones de poder que lo fueron configurando. Este pasa a ser un mero entorno, de mucha utilidad y rentabilidad, en el que se desarrollan las prácticas.

La fragmentación de la naturaleza genera la pérdida de su organicidad. Y es en este nuevo modo de relación sociedad-naturaleza que el mercado de los bienes culturales penetra en la configuración de nuevas mercancías. Las nociones de recursos naturales, de canasta de recursos, de capital natural o de bienes y servicios ambientales, son un claro ejemplo de ello y sirven para graficar, como destaca Gudynas (2014, p. 30), espacios en los que se “convierten en mercancías no sólo a seres vivos o recursos inertes, sino que se intenta comercializar hasta las funciones de los ecosistemas”. Como las “colonias de loros barranqueros” y de “lobos marinos de un solo pelo” o la presencia de “delfines y ballenas en las costas de la provincia de Río Negro”, que mencionamos anteriormente.

La naturaleza devenida ahora en mercancía se transforma en un claro ejemplo de comercialización y de economización que permite su ingreso al mercado. Para el caso que aquí nos convoca, este proceso de mercantilización de la naturaleza se da con la construcción de la idea de la Patagonia como marca, como un lugar asociado a la libertad, a su belleza natural y a la ausencia de contaminación que generan los grandes centros urbanos. La promoción de la Patagonia como una marca comenzó a darse a partir del crecimiento del turismo durante mediados del siglo pasado, pero ha cobrado mucha mayor fuerza en las últimas dos décadas.

Ya sea en el mito de “el dorado” o en la metáfora del “desierto”, prácticas discursivas fundantes de la región, los mitos y las metáforas pusieron siempre a la naturaleza en un lugar central. Un “fondo de comercio” tan importante, como destaca Dimitriu (2002), que hasta incluso genera las condiciones para la realización distintos tipos de alimentos con un fuerte valor simbólico para este territorio, tal es el caso del “Chocolate Bariloche”. En el documento presentado ante el Senado de la Nación para que la ciudad de Bariloche<sup>[5]</sup> sea reconocida como capital nacional del chocolate, reconocimiento que da entidad para la realización de la FN del Chocolate, se destacan las cualidades climáticas con las que cuenta la ciudad para su elaboración:

Es así que el “Chocolate Bariloche” se convirtió en una marca de calidad que alcanzó prestigio mundial sobre todo por su producción artesanal y la combinación de los productos regionales de la Patagonia. A esto se suma una cualidad típica de Bariloche, que es la baja humedad y las condiciones climáticas frescas, lo que le otorgan características ideales para su conservación. (PL S-0421/14, FN del Chocolate, p. 2)

Se fortalece aquí el valor que se le otorga a la naturaleza para la región de la Patagonia Norte ya que, entre otras cuestiones, posee las condiciones climáticas ideales para la realización del chocolate. Un producto elaborado de suma complejidad que:

tuvo sus orígenes en la América precolombina y que fue perfeccionado y degustado por los europeos, hoy se ha transformado en uno de los principales atractivos turísticos no naturales de Bariloche. (PL S-0421/14, FN del Chocolate, p. 2)

Recuperamos esta cita por dos cuestiones: a) Poblar “el desierto” implicaba civilizar a los “bárbaros” que vivían<sup>[6]</sup> en la región y que eran vistos como un freno para el mejor aprovechamiento de los recursos naturales, ya que los únicos sujetos que tenían la capacidad para hacerlo eran los europeos (en este caso, graficado en la idea de perfeccionamiento y en la potestad de juicio para valorar un producto cultural, a partir de la idea de degustación); b) Por otro lado, la oposición entre naturaleza (América Latina) y cultura (Europa) aparece con fuerza a partir de la estrategia retórica de la negación. La presentación del chocolate como “uno de los principales atractivos turísticos no naturales” nos permite observar que a pesar de que el concepto aparece negado, “no naturales”, al mismo tiempo aparece nombrado y su nombramiento, claramente, genera un significado. Un significado que busca quitarle legitimidad como producción cultural.

## EL PROCESO DE TURISTIFICACIÓN DE LO FESTIVO: EXOTIZACIÓN, FOLCLORIZACIÓN Y OCULTAMIENTO

El carácter principal que ocupan las actividades agropecuarias en la región de la Patagonia Norte, vinculadas a la explotación de la tierra y a la producción primaria, no sólo está dado por su impacto económico, sino también por un fuerte componente identitario que termina siendo muy importante al momento de indagar las dinámicas de las celebraciones festivas. El Proyecto de Declaración (PD) de la FN de la Piedra Laja es muy gráfico en ese sentido:

En la localidad se cuenta con aproximadamente 15 yacimientos de explotación de lajas y pórfidos, en los cuales trabajan entre 500 y 600 habitantes, constituyendo esta actividad el pilar fundamental de la economía regional (PD D-254/05, FN de la Piedra Laja, p. 323).

La trascendencia de esta actividad productiva, la más importante para la ciudad de Los Menucos, una pequeña localidad de la denominada Línea Sur de la provincia de Río Negro, “amerita”, según aparece en los documentos normativos, que se promueva su institucionalización a partir de la declaración como FN. Existe una multiplicidad de factores para analizar cuáles son los motivos por los que los distintos actores sociales promueven la búsqueda para que determinada celebración festiva se convierta en FN. De todos ellos, las ganancias y los ingresos que van a generar para la localidad anfitriona se transforman en un condicionante muy fuerte al momento de la elección que se realiza desde las comisiones organizadoras para definir qué es lo que exhibe como elemento distintivo de la fiesta. En la Resolución del Ministerio de Turismo que le otorga el carácter de FN a la FN de la Lana, que se desarrolla en la localidad de Maquinchao<sup>[7]</sup>, se encuentra muy presente la idea de mostrar, y esta idea está orientada a que:

es uno de los eventos más esperados en la línea sur de la provincia, ya que concurren cientos de participantes de toda la región para mostrar y competir con sus mejores ejemplares. (Resolución del Ministerio de Turismo N° 464/13, FN de la Lana, p. 1)

En este caso, el “mostrar” y también el “competir” tienen un sentido explícito ya que:

uno de los objetivos es mostrar el ganado ovino que participan de la competencia por los grandes campeones y permite a los campesinos comprar y vender para seguir mejorando sus majadas. (Resolución del Ministerio de Turismo N° 464/13, FN de la Lana, p. 1)

La articulación entre el “mostrar y competir” y el “comprar y vender” es central para comprender cómo opera la dimensión económica en el proceso de turistificación de lo festivo. La definición acerca de lo que se exhibe se define en el marco de relaciones de poder de las que forman parte los diferentes actores sociales, que en el caso de los trabajadores rurales y de los productores ovinos se encuentran marcados por una posición de desigualdad.

Otro elemento importante para analizar el proceso de turistificación implica ver cómo se obtienen los recursos. Conseguir el estatus de FN para estas celebraciones festivas posibilita gestionar recursos que de otra forma serían imposibles. Las secretarías de turismo y de cultura de distintos ámbitos (nacional, provincial o municipal) suelen acompañar económicamente este tipo de eventos, cuando ingresan en las dinámicas de oficialización.

Es por esto que uno de los objetivos principales de este tipo de celebraciones promueve la posibilidad de transformar los acontecimientos celebratorios en productos festivos que se encuentren disponibles para los mercados. Se lleva adelante, como destaca Romero Flores (2017, p. 11), un “proceso de objetualización de manifestaciones y prácticas culturales” que es propio de las formas que construye el conocimiento moderno/colonial y la industria cultural, con el objetivo de “producir objetos en serie para que estos sean comercializados en el mercado de forma masiva” (Romero Flores, 2017, p. 12).

En esta línea, Espoz Dalmaso (2016) dice que:

El turismo como política de Estado y Mercado va horadando las diversas espacialidades (geográficas, físicas, sociales, culturales) con el fin de segregar y conformar entornos específicos para anclar un tipo de experiencia de disfrute cada vez más vinculada a “prácticas de consumo socio-culturales. (p. 325)

En este proceso de turistificación del que forman parte las actividades celebratorias, se producen borramientos, encubrimientos o modificaciones de los procesos históricos, con el fin de congelar la realidad y fragmentarla a los fines de su comercialización. Las celebraciones festivas ingresan, como planteaba Romero Flores (2017), en una lógica que propone la industria cultural y se transforman en una mercancía más. Entonces, las dinámicas de oficialización de las FN no sólo se dan a partir del impulso de instituciones y organizaciones que buscan conseguir el estatus de FN para celebrar una actividad productiva, sino también es posible la realización del camino inverso: conseguir que se realice una FN en una localidad, sea la fiesta que sea, para promover el turismo en la misma. Términos y conceptos como “trampolín”, “recuperación del destino”, “acontecimiento destino”, “fiesta como impulso”, corroboran una dinámica festiva que profundiza su relación con el turismo y el mercado.

## ACERCA DE LA MERCANTILIZACIÓN DEL PATRIMONIO

La noción de patrimonio es central para pensar las estrategias de oficialización de las FN en la región de la Patagonia Norte. En su dimensión política, el dispositivo de patrimonialización se transforma en un elemento que permite articular criterios universalizantes alrededor de lo que debe ser considerado como tal y que, además, funciona en el sistema mundo-moderno/colonial como un gran constructor, estructurador y normalizador de prácticas y de patrones culturales.

En este proceso, es el Estado el que cumple un rol fundamental velando por los intereses patrimoniales y es a partir de esto que se produce la intervención “paternalista” que se posiciona desde “1- la “salvaguardia”; 2- el “respeto”; 3- el “reconocimiento”; 4- la “cooperación y asistencia” (Unesco, 2003, p. 2). Sin embargo, estos intereses patrimoniales son el resultado de disputas por aquello que debe ser considerado como un bien patrimonial. García Canclini (1992, p. 150), sobre este tema, expone que el patrimonio “es el lugar donde mejor sobrevive hoy la ideología de los sectores oligárquicos, es decir, el tradicionalismo sustancialista. Fueron esos grupos [...] los que fijaron el alto valor de ciertos bienes culturales”.

Las disputas en torno a lo que puede ser considerado un bien patrimonial, en una clave hegemónica, se encuentran atadas a la producción, al consumo, a la oferta y a la demanda cultural en una íntima relación con el mercado. Es decir, el patrimonio se convierte en un recurso económico y su relación con el mercado, en el ámbito de lo festivo, se basa en la explotación y exaltación de algunos valores vinculados, principalmente, a valores y prácticas de las culturas populares. Destacamos otro ejemplo, en este caso el proyecto de ley para de

la declaración de la FN del Chivito, la Danza y la Canción<sup>[8]</sup>, para demostrar cómo se presentan personajes y prácticas en un contexto de total armonía:

Además, en el evento se puede disfrutar del desfile de gauchos, destrezas criollas, jineteadas para atraer la atención de los visitantes, del pan casero, las empanadas, las comidas regionales y de los fogones que se preparan para cocinar los famosos y apetitosos “chivitos al asador”. (PL S- 0566/15, FN del Chivito, la Danza y la Canción, pp. 1-2)

Gauchos, destrezas criollas, jineteadas, pan casero, empanadas, comidas regionales y fogones, junto con los “famosos y apetitosos chivitos al asador”, conviven en una total armonía para poder “atraer la atención de los visitantes”. Justamente, para lograr la atención de visitantes y turistas, las FN ponen a disposición una serie de recursos patrimoniales apetecibles para su comercialización. Cabe destacar que la fiesta mencionada ha tenido un crecimiento exponencial, en cuanto a masividad refiere, durante las últimas dos décadas.

Otra cuestión a destacar es que para que las celebraciones festivas puedan ser consideradas como parte del patrimonio cultural del país se torna fundamental su ingreso al calendario festivo de la nación. Esto, además de otorgarles reconocimiento, les posibilita el ingreso a un “mercado cultural” mucho más amplio.

La apertura a nuevos mercados genera al mismo tiempo nuevas disputas en las configuraciones culturales, en tanto estas transportan sentidos que son posibles de ser comercializados. Pero la estrategia de comercialización patrimonial requiere de una operatoria ideológica que apunta a la búsqueda de la eliminación del conflicto. Pero para que esta operación se desarrolle, se necesita que las celebraciones festivas articulen diferentes elementos. Nuevamente, recuperamos otro fragmento del PD para la declaración de la FN de la Lana:

La ciudad de Maquinchao celebra cada febrero la Fiesta Nacional de la Lana como homenaje a la actividad ganadera, sustento de su economía. Consiste en un espectáculo con artistas regionales y nacionales, un festival hípico, concursos para seleccionar los mejores animales y fuegos artificiales para el cierre. (PD S-0199/17, FN de la Lana, p. 1)

En esta articulación de diferentes elementos encontramos a la actividad ganadera, como el principal motivo que da origen a la FN, sumado a la construcción de un espectáculo que conjuga la presencia de artistas (regionales y nacionales), un festival, concursos y fuegos artificiales. La transformación de lo festivo en un espectáculo, que fue abordada al comienzo de este artículo, es también otro de los factores principales sobre los que se ancla la relación entre el patrimonio y el mercado.

Mirado desde esta perspectiva, el patrimonio refuncionaliza y readecúa ciertas prácticas culturales con la finalidad de convertirlas en mercancías competitivas. Esa refuncionalización y esa readecuación se configuran dentro de un sistema que las reorganiza en virtud de distintos patrones modernos asociados, entre otros, a las ideas de civilidad, de desarrollo y de progreso. De esta manera, el proceso de patrimonialización, que se da a partir de la construcción de las celebraciones festivas como “patrimonio intangible”, cumple con una función civilizadora que ordena y moldea conductas bajo los parámetros del “buen gusto”. Esta función se condensa, en las FN, en una relación que busca reificar y objetualizar las culturas populares en la idea del patrimonio nacional.

De esta forma, la estrategia del sistema capitalista, en su instancia globalizadora, intensifica el ocultamiento de los conflictos interculturales con la finalidad de fortalecer el afianzamiento de la relación ocio-neg(ocio) durante las celebraciones festivas. Se lleva adelante en el proceso de patrimonialización una tarea que apunta a, como expresa Mónica Lacarrieu (2016):

la estetización, embellecimiento y producción de sensaciones y sentidos (olfato, gusto, vista, tacto y sonido), donde además se pudiera “sentir el pulso de una sociedad” naturalizada como auténtica y local para un turista ávido de experiencias autóctonas y tradicionales [...] y de continuidad de costumbres nostálgicas del pasado. (p. 39)

Para finalizar, cabe destacar que, en este proceso de mercantilización del patrimonio, las referencias al pasado ocupan un lugar fundamental. Pero estas no se dan en virtud de una memoria que activa una crítica del

presente, sino más bien como una forma de establecer una continuidad folclorizada de las distintas prácticas culturales.

## CONSIDERACIONES FINALES

A lo largo del presente trabajo realizamos un análisis que nos permitió desarmar los procesos de patrimonialización y turistificación que intervienen y proponen una configuración de lo festivo en la región de la Patagonia Norte. Para esto, iniciamos un recorrido en el que indagamos sobre la transformación de las celebraciones festivas en espectáculos. Allí vimos la dilemática relación entre las culturas populares y la cultura masiva y el lugar de centralidad que ocupa el Estado en la definición de políticas para la turistificación de lo festivo y para la consolidación de las FN como productos turísticos.

Posteriormente, abordamos cómo se construye, desde la retórica oficial, una forma de presentar a la naturaleza como un producto a explotar. Como mencionamos, existe una geografía moderna-colonial que definió una geopolítica de los territorios a partir de la cual se configuraron zonas de explotación de recursos naturales. Esas formas de explotación se llevaron -y se llevan- adelante a partir de las más variadas estrategias. En este marco, la Patagonia se presenta como una región que ostenta bellezas naturales de todo tipo. Es por esto que “vender” la Patagonia se transformó en una política del Estado argentino desde comienzos del siglo XX y, con el decursar del mismo, esta se fue transformando en una marca distintiva.

El proceso de turistificación de lo festivo se enmarca en una serie de estrategias que clasifican y jerarquizan prácticas culturales a partir de diferentes recursos como la exotización, la folclorización, el ocultamiento y la eliminación. Dicho proceso se articula con las modalidades que adquieren las dinámicas que producen una mercantilización de lo festivo como patrimonio, cuestión que fue abordada en el último apartado.

Para finalizar, cabe destacar que las celebraciones festivas, al ser incorporadas a la lógica de un patrimonio mercantilizado corren importantes riesgos. Como destaca Gnecco (2017):

es innegable que un patrimonio comercializable es atractivo, especialmente (como sucede tan a menudo) cuando los pueblos que viven en o cerca a sitios o paisajes patrimoniales son indigentes. En las situaciones en las que esos pueblos indigentes acuden al patrimonio y al mercado -con ansiedad-, la relación es bastante desigual, una iteración de épocas coloniales. Al menos esos pueblos deben saber, de antemano, cuáles pueden ser las consecuencias. (p. 44)

Los riesgos, de alguna manera, se centran en la destrucción de formas de solidaridad, de lazos y de vínculos de comunidad. Los modos de vivir, de hacer y de sentir, se ven amenazados por una lógica mercantil que apunta, bajo condiciones desiguales, a su radical transformación.

## BIBLIOGRAFÍA

- Albán Achinte, A. y Rosero, J. (2016). Colonialidad de la naturaleza: ¿imposición tecnológica y usurpación epistémica? Interculturalidad, desarrollo y re-existencia. *Nómadas*, 45, 27-41.
- Bajtín, M. ([1987] 2003). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais*. Alianza editorial.
- Bertoncello, R. (2006). Turismo, territorio y sociedad. El “mapa turístico de la Argentina”. En A. I. Geraiges de Lemos, M. Arroyo y M. L. Silveira (orgs.) *América Latina: cidade, campo e turismo* (pp. 317-335). Clacso.
- Capanegra, A. (2006). La política turística la Argentina en el siglo XX. *Revista Aportes y Transferencias*, 1, 43-61.
- Dimitriu, A. (2001). Magallanes en bermudas. Turismo, organización espacial y crisis. *Nueva Sociedad*, 171, 43-57.
- \_\_\_\_\_. (2002). Producir y consumir lugares: Reflexiones sobre la Patagonia como mercancía. *Jornadas Transformaciones Sociales y Reestructuración Capitalista del Siglo XX (Dimensiones económicas, sociopolíticas y espaciales)*. UNQui.
- Dussel, E. (1994). *1492: El encubrimiento del Otro: hacia el origen del “Mito de la Modernidad”*. Plural Editores.

- Espez Dalmaso, M. B. (2016). Apuntes sobre el turismo. La regulación del disfrute vía mercantilización cultural. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 133, 317-334.
- García Canclini, N. (1992). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Sudamericana.
- Getino, O. (1984). *Cultura, Comunicación y desarrollo en América Latina (notas sobre una situación de dependencia)*. Edimédios.
- Gnecco, C. (2022). Pospatrimonio. En M. Rufer (coord.) *La colonialidad y sus nombres: conceptos clave* (pp. 223-242). Siglo XXI editores.
- \_\_\_\_\_ (2017). El patrimonio en tiempos multiculturales. En J. Tobar, A. Zarate y J. L. Grosso (coords.) *El patrimonio cultural en tiempos globales* (pp. 27-54). Editorial Universidad del Cauca.
- Gudynas, E. (2014). Derechos de la Naturaleza Ética biométrica y políticas ambientales. *Polis, Revista Latinoamericana*, 15(43), 683-688.
- Hall, S. (2017). *Estudios culturales 1983. Una historia teórica*. Paidós.
- Lacarrieu, M. (2016). “Mercados tradicionales” en los procesos de gentrificación/recualificación. Consensos, disputas y conflictos. *Alteridades*, 26(51), 29-41.
- Machado Araoz, H. (2015). El territorio moderno y la geografía (colonial) del capital. Una arqueología mínima. *Memoria y Sociedad*, 19(39), 174-191.
- Martín-Barbero, J. (1984). Apuntes para una Historia de las Matrices Culturales de la Massmediación. *Primer Foro Internacional de la Comunicación Social: Comunicación y Poder*. IPAL.
- \_\_\_\_\_ (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Romero Flores, J. R. (2017). Dinámica festiva y reproducción de la vida: Posibilidades distintas para pensar lo festivo desde los Andes bolivianos. *Primer Congreso Internacional y Nacional Voces de Carnaval*.
- Rufer, M. (2016). La tradición como reliquia: Nación e identidad desde los estudios culturales. En M. del C. de la Peza y M. Rufer (coords.) *Nación y estudios culturales. Debates desde la poscolonialidad* (pp. 61-90). Editorial Itaca.
- Santos, B. de S. (2010). *Para descolonizar Occidente. Más allá del pensamiento abismal*. Clacso, Prometeo Libros.
- Schenkel, E. (2019). La evolución de la política turística en Argentina Un análisis de sus finalidades. *Líder*, 35(2), 9-26.

## DOCUMENTOS CONSULTADOS

- Ministerio de Turismo (2013). Resolución del N° 464/13. Fiesta Nacional de la Lana. Poder Legislativo de la Nación Argentina (2014). Proyecto de Ley S-0421/14. Capital Nacional del Chocolate a la localidad de San Carlos de Bariloche, provincia de Río Negro. Boletín Oficial.
- Poder Legislativo de la Nación Argentina (2017). Proyecto de Declaración S-0199/17. Fiesta Nacional de la Lana. Boletín Oficial.
- Poder Legislativo de la Nación Argentina (2005). Proyecto de Declaración D-254/05. Fiesta Nacional de la Piedra Laja. Boletín Oficial.
- Poder Legislativo de la Nación Argentina (2015). Proyecto de Ley S-0566/15. Fiesta Nacional del Chivito, la Danza y la Canción. Boletín Oficial.
- Poder Legislativo de la Nación Argentina (2014). Proyecto de Ley S-1404/14. Fiesta Nacional del Mar y del Acampante. Boletín Oficial.
- UNESCO (17 de octubre de 2003). Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. París.

## NOTAS

[1] Recibido 15/11/2022. Aceptado 17/04/2023.

[2] Doctor en Estudios Sociales de América Latina (UNC). Profesor Adjunto en la Universidad Nacional del Comahue. Correo electrónico: monasteriojulio@gmail.com.

- [1] Utilizamos la expresión “(neg)ocio” haciendo un juego de palabras entre la idea del ocio como negocio que al mismo tiempo se transforma en la negación del ocio como práctica con potencialidad crítica.
- [2] El ejemplo del gaucho, como sujeto alejado de la ciudad y del mundo moderno, es central para comprender de qué manera esta trama discursiva deposita variadas connotaciones positivas, ligadas a la folclorización mencionada anteriormente, y peyorativas sobre el mismo y en el mismo momento.
- [3] De manera muy resumida, podemos decir que la modernidad no se puede comprender por fuera de la colonialidad y del colonialismo. También se hace indispensable destacar que el periodo conocido como modernidad, que ha sido presentado desde distintos sectores de cierta historiografía oficial como un proceso eminentemente europeo, posee un carácter mundial marcado por una multiplicidad de factores con diferentes manifestaciones durante los últimos cinco siglos. Sin embargo, tal como plantea Mignolo (2000), el imaginario del mundo moderno cambia en función de si se lo analiza desde la Historia de las ideas europeas o si se lo mira desde la diferencia colonial: “las historias forjadas por la colonialidad del poder en las Américas, Asia o África” (p. 61). En este sentido, la diferencia colonial está directamente relacionada con la manera en que se configuraron los imaginarios del mundo moderno desde el ejercicio de la colonialidad del poder.
- [4] La FN del Mar y del Acampante se realiza en la localidad de Viedma, ciudad capital de la provincia de Río Negro, ubicada en la zona atlántica.
- [5] San Carlos de Bariloche es la localidad con mayor población de Río Negro y está ubicada al oeste de la provincia.
- [6] La utilización de la estrategia de nominación de los pueblos originarios en pasado también fue, y continúa siendo, otra de las estrategias de negación ontológica de las poblaciones en la región.
- [7] Maquinchao es una localidad de escasa densidad poblacional de Río Negro. Está ubicada en la denominada línea sur de la provincia.
- [8] La FN del Chivito, la Danza y la Canción se realiza en la localidad de Chos Malal, una de las ciudades más importantes del norte de la provincia del Neuquén.