

**X Jornadas de sociología de la UBA.**  
20 años de pensar y repensar la sociología.  
Nuevos desafíos académicos, científicos y políticos para el siglo XXI  
1 a 6 de Julio de 2013.

Mesa 24. Turismo y patrimonio en las sociedades contemporáneas: luces y sombras de sus vínculos a partir del turismo cultural.

**Análisis del proceso de patrimonialización en el turismo gastronómico de Villa Pehuenia, Neuquén.**

Autores: Cassani, María Julia. Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.

**Resumen**

Desde sus comienzos, el turismo tuvo entre sus principales motivos de viaje la apreciación y disfrute del patrimonio de un territorio. Así, el turismo como consumidor de patrimonio, suele apropiarse de valores patrimoniales de herencias localizadas y productos universales. Al mismo tiempo, lleva a los pueblos a pasar por un proceso identitario, donde deben preguntarse quiénes son y qué los mantiene unidos como tal. Este es un proceso dinámico que exige construir y reconstruir constantemente la identidad como una asociación de significados (Bustos Cara et al, 2001: 14).

La actividad turística suele llevar a la masificación de la cultura local, lo que puede resultar positivo a partir de la revalorización de sus elementos, o por el contrario, de forma negativa, simplificando la cultura para su comercialización como un “objeto diferente” (Dachary, 2003: 20).

Tomando como caso de estudio el turismo gastronómico a base de piñones en Villa Pehuenia, Neuquén, se analizará el carácter patrimonial de este fruto para la comunidad de la villa turística. La utilización del piñón para la producción de alimentos por parte de la población, lleva a suponer que tanto el Pehuén como su semilla han cobrado una mayor significación cultural para la comunidad local, más allá de la que ya tiene para la comunidad mapuche.

A partir del proceso de patrimonialización se intentará comprender la importancia que tiene para la comunidad de Villa Pehuenia la presencia de esta conífera en la zona, es decir qué tan identificada se siente la comunidad local de la villa con la cultura que gira en torno al Pehuén y su semilla.

*Palabras clave: patrimonio – identidad – comunidad – turismo gastronómico – patrimonialización.*

## Introducción al contexto y metodología

La *Araucaria araucana*, también conocida por su nombre mapuche como *Pehuén*, es una conífera de crecimiento muy lento, cuya semilla llamada piñón (*nguilliú* en lengua mapuche) está siendo utilizada para promover el turismo gastronómico en la región de estudio.

En nuestro país, la especie se encuentra en la provincia de Neuquén entre las localidades de Copahue-Caviahue al norte, y el norte del Parque Nacional Lanín, como límite sur. Dentro de esta área se ubica la localidad de Villa Pehuenia, foco del análisis de la investigación.

Esta villa turística fundada el día 20 de enero de 1989, está ubicada en el departamento Aluminé, a 310 km de la capital neuquina, dentro de la zona turística Patagonia de los Lagos, y a 15 km de la frontera con Chile.

La localidad se encuentra a las márgenes de los lagos Aluminé y Moquehue, rodeada de bosques de *Araucaria Araucana*.

Su principal actividad económica es la ganadería ovina y bovina, la explotación forestal y las actividades directamente relacionadas con el desarrollo turístico (alojamiento, restauración, servicio de excursiones, entre otras) y aquellas otras actividades necesarias para el mismo (la construcción, servicios, provisión de leña, mano de obra para el cuidado y mantenimiento para las casas de segunda residencias). Así, este joven centro turístico, se encuentra en la actualidad frente a un importante desarrollo turístico, donde año a año recibe una mayor cantidad de turistas.

Al momento de realizar una investigación de campo, es importante conocer el contexto socioeconómico del lugar en donde se trabaja, definido por Prats (2003: 133) como “el juego de fuerzas, intereses y expectativas” que se hallan presentes en el mismo.

Para una mejor comprensión del contexto en el que se realiza el estudio, se introducirán a los diversos actores intervinientes, cuyas opiniones, intereses y perspectivas fueron captados en el análisis de las entrevistas realizadas, y que se explicarán a lo largo de la investigación.



Fuente: elaboración propia

Las entrevistas se llevaron a cabo en el año 2012, durante la 8va Edición del Festival del Chef Patagónico en la localidad de Villa Pehuenia. El festival tiene como objetivo difundir la gastronomía regional y hacer conocer la interculturalidad de la gastronomía de la localidad, con el “mítico” piñón como ingrediente protagonista de la cocina. Se consideró este contexto como ideal para realizar las entrevistas pertinentes ya que en esos días estarían allí concentrados los actores participantes de la actividad turístico-gastronómica locales. Al mismo tiempo, en esta situación podría apreciarse la dinámica del uso del piñón, facilitando la observación del sentido de pertenencia sobre el producto analizado.

- La administración local, con intereses políticos, será analizada desde las entrevistas que se realizaron a una referente de la Secretaría de Turismo de Villa Pehuenia, como así también a un referente importante del gobierno actual de la localidad, y al coordinador gastronómico del Festival del Chef. En el contexto del festival, también se entrevistó a la chef madrina del festival desde la primera edición, quien planteó una visión similar a la del sector público. A su vez, se entrevistó al primer poblador en trabajar comercialmente con el piñón.
- Desde la teoría, el sector turístico puede plantear actitudes positivas de colaboración, hasta de indiferencia o incluso oposición, si la conservación o activación del patrimonio perjudicara sus intereses. En este caso se considera dentro del mismo a los emprendimientos gastronómicos que desarrollan productos a base de piñón. A su vez, se puede hacer una distinción entre aquellos emprendedores que habitan en la villa desde hace más tiempo y los que llegaron recientemente, ya que su visión es diferente.
- También es esencial conocer la perspectiva desde la Comunidad Mapuche Puel, quienes habitan la zona desde antes que existiera la localidad de Villa Pehuenia. Además, son las comunidades originarias quienes comenzaron a alimentarse con la semilla del Pehuén, por lo tanto se explicará su opinión respecto a la utilización del piñón para el desarrollo del turismo gastronómico.
- Otro actor incluido en la investigación es el vivero provincial, donde se siembran pehuenes y se tiene un conocimiento más profundo sobre las características de la especie. Es curioso el análisis que realiza el encargado entrevistado, ya que el mismo además de estar a cargo del vivero, es integrante de la comunidad Puel.
- El resto de la población, no involucrada en la actividad turística, puede tomar desde posturas entusiastas o virulentas que se pueden entender en torno a sus afinidades políticas, cuestiones personales o agravios dentro del mismo territorio. A los efectos de la investigación, se realizaron charlas informales con algunos habitantes de la localidad, no involucrados directamente en la actividad turística.

Como se verá en el cuerpo de la investigación, se hizo una distinción entre la comunidad mapuche Puel y otra a la que llamaremos “comunidad Villa Pehuenia” donde se incluyen a los demás actores.

Para obtener la información necesaria para desarrollar esta investigación se utilizaron fuentes de información primaria y secundaria. Para la recolección de las primeras, se emplearon dos métodos.

Por un lado, se utilizó la observación participante, realizando una investigación de campo en el lugar de estudio a fin de participar de las actividades concernientes a la situación investigada y observar detenidamente dicho escenario. De esta manera, se interactuó con los habitantes de la localidad, observando su relación para con la especie y su participación en el turismo gastronómico a base de piñones.

Por otro lado, se elaboró información a partir de entrevistas abiertas estandarizadas. Se intentó abordar los diferentes puntos de vista de los actores intervinientes en el turismo gastronómico a base de piñones. Las entrevistas fueron documentadas en formato audio, previa autorización del entrevistado. Asimismo, vale aclarar que se estipularon preguntas comunes a todos los entrevistados y particulares según la temática que se desea profundizar en cada caso. De esta manera dentro de los temas comunes se encuentran:

- Los significados del Pehuén y su semilla para los miembros de la sociedad.
- Si consideran que la utilización de la semilla en la realización de platos refuerza la identidad y sentido de pertenencia de la población en cuanto a la semilla y el Pehuén.

El resultado de las entrevistas permitió llegar a una conclusión respecto de la significación que tiene esta conífera en los diferentes actores. Se compararon las entrevistas realizadas, y se combinó con la información obtenida a partir de la observación directa.

Para el desarrollo del marco teórico de los diferentes temas a tratar, se apeló a la consulta de información secundaria.

## ***La cultura Mapuche asociada al Pehuén***

---

### **Significado y leyenda**

El pehuén es un elemento importante de la identidad neuquina. Su figura aparece tanto en el escudo de la provincia como en su bandera, por ser el árbol típico de la zona. Es también mencionado en el himno provincial, como “el árbol esperanza, maná cordillerano, que madura *nguillón*, el fruto más feliz”, haciendo referencia al árbol y a su fruto, en relación con la cultura mapuche. Justamente, es en esta relación donde radica la importancia de la conífera.

Tanto en el territorio chileno como en el argentino, las comunidades originarias recibieron nombres relacionados al nombre de la especie. Los araucanos, pueblo originario del sur de Chile, residían en Arauco, zona de gran presencia del Pehuén o *Araucaria araucana*. A su vez, a los pueblos que habitaban los bosques naturales de pehuenes de Neuquén, y que se alimentaban de su semilla, se los llamó pehuenches (“gente de las araucarias”) (Haene s.f.).

La *Araucaria* es un elemento trascendental de la cultura indígena y de su religión (Aegesen, 1998 citado por Sanguinetti et al, 2001: 1). A lo largo de los años, los pueblos originarios de la región le han dado diversos usos a esta especie. Entre sus varios usos no madereros, se encuentran su utilización como recursos alimenticios a partir de la semilla, el piñón; energéticos de la leña; para la construcción y medicinales de la resina (para calmar dolores,

ciática, úlceras, y como balsámico) (Résico, et al 2010: 2; Abalos-Romero, 2001: 7).

Pero el importante significado que tiene el Pehuén para los pueblos originarios no sólo radica en los usos que le dieron y que se le siguen dando a la especie, sino también en el significado religioso del Pehuén. Este árbol es considerado sagrado por las comunidades originarias, como remarcan las integrantes entrevistadas de la comunidad Puel de Villa Pehuenia. Plantean que los pehuenes son los únicos testigos de lo que le pasó al pueblo mapuche a lo largo de la historia, además de haberlos salvado del hambre.

Según cuenta la leyenda, hubo un invierno muy duro y largo en el cual los mapuches se habían quedado sin provisiones. Los más jóvenes se vieron obligados a salir en busca de alimentos, ya que los ancianos y niños estaban muriendo de hambre. Mientras buscaba en la cordillera, un muchacho se encontró con un anciano que, cuando supo lo que estaba pasando, le preguntó por qué no se alimentaban de los piñones, semillas del Pehuén, árbol sagrado. El anciano le contó que ese era el verdadero alimento del mapuche, que *Nguenechén*, su Dios, les había enviado. Hasta ese entonces, los mapuches no consumían las semillas del Pehuén por considerarlas venenosas, prohibidas por el Dios. El anciano le contó que debían hervirlas o tostarlas, y que debían ser conservadas bajo tierra. Una vez que el joven volvió a su tribu, con las manos llenas de piñones, los mapuches comprendieron que había sido *Nguenechén* quien había bajado a la tierra para salvarlos. A partir de ese día, para agradecer por el regalo recibido, en cada *nguillatún* (la gran rogativa), se utiliza un pehuén como altar central, y beben *chafi*, bebida fermentada obtenida de la molienda del piñón (Haene s.f.; Soldano, 2006: 20-22; Koessler-Ilg, 2000: 33-35).

Además del sentido religioso que tiene esta semilla, se lo incorporó como parte de la alimentación de las comunidades originarias por tener un alto valor nutritivo. Salvo por los lípidos, cuya presencia es escasa, los piñones poseen las proporciones necesarias de proteínas e hidratos de carbono que requiere una persona. Posee un alto grado de proteínas y almidón (15 y 35% respectivamente), y es muy rico en hidratos de carbono (Ladio, 2004: 31; Álvarez, 1984: 262; Abalos-Romero, 2001: 7; Haene s.f.).

Ya en 1563 Mariño de Lovera (en Álvarez, 1984: 260), decía: “el mantenimiento de esta gente de ordinario es piñones sacados de unas piñas de diferentes hechuras y calidad, así ellas como sus árboles. Y es tan grande el número que hay de estos árboles en todos aquellos sotos y bosques, que bastan a dar suficiente provisión a toda aquella gente, que es innumerable, tanto que de ellos hacen el pan, el vino y los guisados. Y por ser la principal cosecha a cierto tiempo del año, tienen grandes silos hechos debajo de la tierra, donde guardan los piñones”.

Según cálculos aproximados, una persona que no dependa sólo de esta semilla y coma carne, no necesita más de 200 piñones por día. Teniendo en cuenta que cada piña suele tener entre 200 a 300 piñones y que cada pehuén puede contar con 20 a 30 piñas, una persona necesitaría 18 árboles al año para subsistir (Álvarez, 1984: 262).

## El piñón en la gastronomía mapuche

En cuanto a la recolección de las semillas, los integrantes de la comunidad mapuche Puel tienen permitido levantar piñones, solicitando una guía habilitante que no deben pagar, siempre y cuando sea para consumo propio.

Tal como cuenta la leyenda, se debe hervir o tostar la semilla antes de ser consumida, ya que el fruto comestible se encuentra dentro de una “cáscara”. También es posible pelarlo crudo, aunque esto requiere de más tiempo.

Una de las entrevistadas, cuenta que antes la comunidad se sustentaba sólo con piñones, y que con ellos hacían “trueque” para comprar algunos alimentos, aunque se les pagaba un precio menor a su verdadero valor. Ahora, como se dedican a la cría de animales y cultivan la tierra, no dependen únicamente de las semillas de la araucaria. Por esta razón, levantan sólo de algunas plantas, y la semilla, además de utilizarlo para consumo propio, les sirve como alimento para los animales.

Para almacenarlos, se pueden guardar bajo tierra o en silos, pero, en el primer caso, cuando llega la primavera empiezan a brotar y nace el pehuén. Una vez brotado, su sabor cambia.

Las semillas cocidas o hervidas se muelen y se hacen sopas, masas o relleno de empanadas, mezclado con condimentos y cebolla. También se comen asados o hervidos con un poco de sal. Con los piñones recolectados, también se preparan el *muday* o *chafi* (chicha o bebida fermentada de piñones) y el *kofkekura* (pan hecho en base a harina de piñones y amasado sobre una piedra) (Álvarez, 1984: 262; Ladio, 2004: 31).

El encargado del vivero provincial, ubicado en las afueras de Villa Pehuenia, pertenece a la Comunidad Mapuche Puel, nació y se crio en la zona, y recuerda que de pequeño el consumo del piñón era primordial en su dieta, ya que en ese entonces el viaje a Zapala, el pueblo más cercano, se debía hacer a caballo o en carro. Al igual que las integrantes entrevistadas de la comunidad Puel, los comía hervidos o tostados. También explica la diferencia entre el licor de piñones y el *muday*, ya que el primero es el agua donde se hierven los piñones, mientras que el segundo es el piñón molido con un poco de agua. La otra forma de hacerlo era el catuto (milanesa de piñón), que son piñones tostados con un poco de aceite y luego freídos.

Si bien son numerosas las comidas que los mapuches realizan con piñones, la comunidad no quiere que se difundan estas prácticas. Esto no sólo lo comentaron, sino que quedó claramente demostrado en la primera actitud de una de las entrevistadas al momento de mencionarle que la investigación se refería al turismo gastronómico a base de piñones. Su primera reacción fue no querer contestar ninguna pregunta. Sin embargo, cuando se le explicó que el objetivo del trabajo no era el de difundir la actividad, sino realizar un análisis crítico sobre la misma, estuvo dispuesta a participar.

La entrevistada explicó que no están de acuerdo con la comercialización indiscriminada del piñón, pero que estarían dispuestos a trabajar en conjunto para un mejor manejo y aprovechamiento, siempre y cuando se tome en cuenta y se respeten las decisiones de la comunidad.

Al mismo tiempo, mencionó que les gustaría participar del Festival del Chef como comunidad. Es decir a través de una invitación formal a la directiva y autoridades de la comunidad Puel, ya que hasta el momento, cuando han asistido, lo han hecho en forma individual.

Se describió el producto analizado en esta investigación, y los usos que la comunidad mapuche hace del piñón. Asimismo, se presentó la relación existente entre esta cultura y el pehuén y su semilla, demostrando el gran significado que tiene para ellos.

## **Patrimonio, gastronomía y turismo**

---

### **Patrimonio y el patrimonio inmaterial**

El concepto de patrimonio (*patrimonium*) surge de la idea de la herencia del padre (*pater*) y suele relacionarse con palabras tales como tradición, pasado, identidad, cultura.

Suele diferenciarse el patrimonio natural, referido a los recursos de la naturaleza, del patrimonio cultural. Este último “no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes” (UNESCO, 2011: 3).

Entonces, como indica García Canclini (1999: 16-17), el patrimonio cultural no incluye sólo la herencia, las expresiones del pasado de un pueblo –sitios arqueológicos, arquitectura colonial, objetos antiguos en desuso- sino también el patrimonio “vivo”, conformado por los bienes actuales –artesanías, lenguas, conocimientos, tradiciones-. A su vez, el patrimonio no está formado únicamente por los bienes culturales de las clases hegemónicas –palacios, pirámides, objetos de la aristocracia-, actualmente también se reconoce como patrimonio de un pueblo a los elementos de la cultura popular: música indígena, escritos campesinos y obreros, entre otros. Así, los elementos que integran el patrimonio cultural son “testigos de la forma en que una sociedad o cultura se relaciona con su ambiente” (Casasola 1990:31 en Fernández et al, 2002: 2).

Es necesario además, hacer una distinción entre el patrimonio tangible e intangible o inmaterial. El primero hace referencia a los elementos físicos, materiales que pueden ser considerados patrimonio. Mientras que, “se entiende por *patrimonio cultural inmaterial* los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural” (UNESCO, 2003: 2). Así, se incluyen dentro de esta categoría las tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma; las artes del espectáculo; los usos sociales, rituales y actos festivos; los conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; las técnicas artesanales tradicionales. Dentro de los sub-ámbitos de los usos sociales, rituales y acontecimientos festivos se incluyen las tradiciones culinarias.

Entonces, la gastronomía forma parte del patrimonio cultural inmaterial de una comunidad. Como señala Ernesto Barrera (2006: 2), “un alimento no es sólo un alimento”, ya que posee un significado social, emocional y simbólico. Su valor aumenta con su autenticidad y singularidad, es decir que cuanto mayor sea esa identidad local a través de los alimentos, mayor será su valor.

La entrevistada referente de la gastronomía y madrina del festival, reflexiona sobre la importancia que va adquiriendo el turismo gastronómico a lo largo de los últimos años: “el turismo gastronómico ya hace un tiempo ha tomado un

valor preponderante en muchísimos lugares del mundo, es decir ir a visitar un lugar no sólo por su cultura, por sus museos, por su historia, sino también por lo que come un pueblo, que en definitiva está mostrando la cultura que tiene. De hecho están de moda las rutas de los vinos, en todo el mundo, la ruta del aceite de oliva, la ruta del café, la ruta del cacao, y bueno, que mejor que en esta ciudad, en este pueblo, en esta villa, que tiene algo tan emblemático como es el piñón, que aproveche este fruto de la tierra para difundir su gastronomía.” En el apartado anterior se explicó que el valor que tiene el piñón para la comunidad originaria está dado por el significado religioso y por haber salvado de la hambruna al pueblo. Así, esta relación del hombre con el ambiente, provocó que el piñón, y la araucaria, de donde surge este fruto, pasen a formar parte indudable del patrimonio cultural mapuche. Y al ser utilizado como ingrediente básico de su dieta, forma parte de su patrimonio alimentario.

En lo que resta del apartado, se hará referencia a lo expresado por Prats (1997). El autor señala que el patrimonio es una construcción social, ya que no está dado por la naturaleza, sino que es ideado por alguien o a partir de un proceso colectivo, en un lugar y tiempo dado, con fines determinados, lo que implica que es o puede ser cambiante<sup>1</sup>. De la definición anterior, resulta interesante la idea del patrimonio como construcción social proporcionada por un individuo o un proceso colectivo.

Al mismo tiempo, el autor también hace una distinción entre la construcción social y la “invención” del patrimonio. La construcción social se asocia con procesos inconscientes e impersonales de legitimación, donde necesariamente hay una intervención de una hegemonía social y cultural. Mientras que la invención se refiere a procesos personales y conscientes de manipulación de elementos y composiciones extraídos de una realidad y puestos en un nuevo contexto, dándole otro sentido, formando otra realidad distinta a la original. La invención, para arraigar y perpetuarse, deberá alcanzar un mínimo consenso, y así convertirse en construcción social.

Sin embargo, el factor determinante del patrimonio es “*su carácter simbólico, su capacidad para representar simbólicamente una identidad*” (Prats, 1997: 22), y no así su carácter básico de construcción social o invención legitimada.

La toma de conciencia de la propia identidad es un proceso complejo, dado bajo circunstancias particulares. El turismo lleva a que los pueblos pasen por un proceso identitario, donde deben preguntarse quiénes son y qué los mantiene unidos como tal. Este es un proceso dinámico que exige construir y reconstruir constantemente la identidad como una asociación de significados (Bustos Cara, 2001: 14).

Así, entendiendo que la identidad es una construcción social y un hecho dinámico, también hay que reconocer que toda formulación de la identidad es sólo una versión de la misma. Y que al mismo tiempo, esta versión puede ser ideológica, ya que existe una relación entre la realidad, las ideas y valores previos, y los intereses de quienes la comparten. De esta manera, las activaciones patrimoniales son representaciones simbólicas de versiones de la identidad (Prats, 1997: 31).

Las activaciones patrimoniales son sistemas de símbolos que se encuentran condicionadas por los valores e ideas de sus legitimadores, aunque se intente mostrar como puro reflejo de la realidad. De esta forma, se logra entender a las

---

<sup>1</sup> Este podría ser el caso de la evolución de la gastronomía mapuche a lo largo del tiempo, pero este análisis excede a los objetivos planteados para el caso de estudio.



activaciones patrimoniales como estrategias políticas, donde ninguna activación es neutral o inocente.

Si bien es la sociedad la que adhiere o consensua una representación, imagen o discurso, ésta ha sido elaborada previamente por alguien concreto.

Cuando el patrimonio busque representar una identidad, existirá un campo de confrontación simbólica, no sólo entre las diferentes versiones presentadas sino también en confrontaciones entre grupos sociales (Prats, 1997: 38).

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, se pasará a analizar la situación de la población de Villa Pehuenia con respecto al piñón y su incorporación a la gastronomía local.

El pehuén es claramente parte del paisaje de la localidad, por lo que se lo puede considerar dentro de la categoría del patrimonio natural, pero ¿forma parte del patrimonio cultural de la comunidad de la villa turística?

### **El piñón en la gastronomía de Villa Pehuenia**

A continuación, se expondrá una descripción de la incursión que en los últimos años se ha hecho del uso del piñón en la gastronomía, para luego dar paso a un análisis sobre el carácter patrimonial cultural del elemento en cuestión.

En un primer momento, y desde una iniciativa privada, se comenzó a incentivar la gastronomía local a partir de la creación de una “costanera gastronómica”. Allí participaban 7 restaurantes que ofrecían a los turistas la posibilidad de degustar distintos platos que incluyeran el piñón. Entre ellos se podía encontrar trucha con piñón, pasta con piñón, carne con piñón.

El Festival del Chef Patagónico surgió en el 2005, también desde un impulso privado, como producto de la costanera gastronómica. Así, se creó un evento para difundir la gastronomía local, con la incorporación del piñón como elemento diferenciador. “La gran atracción es la fusión gastronómica entre técnicas modernas que pueden aportar la especialista Dolli Irigoyen -como madrina del evento-, los chef invitados y la gastronomía local ancestral que utiliza productos regionales como el mítico piñón, fruto de la araucaria araucana” (Gacetilla de Prensa. Lanzamiento Oficial de la Temporada de Verano 2010/11 de la Pcia. del Neuquén. pp 35).

Como indica el referente entrevistado del gobierno actual, el festival busca revalorizar el piñón y la gastronomía local. Pero también intenta llamar la atención de los medios de prensa, hecho que en las últimas ediciones lo ha ido logrando. Durante todo el mes anterior al festival, son publicados en los diarios más importantes a nivel nacional, noticias referentes a Villa Pehuenia, a la belleza de las araucarias y a su fruto, que fue alimento esencial de la dieta de las comunidades originarias. Alargándose la temporada estival, los turistas llegan para esa época del año, buscando especialmente probar platos preparados a base del famoso piñón.

El coordinador gastronómico del festival, destaca el carácter autóctono del piñón. Ya que el resto de los productos como la trucha, el ciervo, la rosa mosqueta, considerados locales, no son verdaderamente autóctonos, sino que se han ido introduciendo al territorio a lo largo del tiempo.

La chef madrina del festival explica que los grandes beneficios del mismo, se ven traducido en una mayor llegada del número de turistas, que genera un movimiento económico, cultural y gastronómico en toda la villa.

Los organizadores del festival, al ser entrevistados, destacan la importancia del piñón en la dieta de la comunidad mapuche, el carácter altamente energético de la semilla, y su versatilidad en la gastronomía. Esto último se evidencia claramente al observar la variedad de productos que se ofrecieron tanto en los stands de comida como en los de productos envasados para la venta.

Durante el festival, algunos de los platos que estaban disponibles para consumir eran los sándwiches de piñón y trucha, salchichas de tofu en pan de piñón, mil hojas de dulce de leche y piñón, crujiente de trucha y harina de piñón, empanadas de cordero y piñones fritos, cazuela de chivito y piñones, medialunas de harina de piñón, café de piñón. Además, curanto de carnes, mariscos y piñón; torta frita de piñón en caldero; butifarras de ciervo y piñón a las llamas; cordero al disco de arado con piñón; y chivitos al asador rebozados en piñón.

En cuanto a los puestos de venta de productos, se podía comprar licor de piñón (tostado o natural), pasta de piñones, aderezo de piñón, aderezo de piñón a la salsa de tomate, pasta dulce untada, piñones en vinagre y en almíbar.

En la localidad, durante todo el año, también se ofrecen alfajores de piñón y la torta araucana, hecha con harina de piñón, posicionándose como un producto-recuerdo del lugar.

Se observa que algunas de las recetas planteadas son a base de harina de piñón, tal como lo utilizaban los pobladores originarios. Sin embargo, los demás ingredientes o las técnicas de elaboración de los platos no tienen relación con la forma original de utilizarlo.

Este elemento es destacable para la investigación, ya que el principal justificativo de la utilización del piñón es precisamente el importante significado que tiene para las comunidades mapuches como parte de su patrimonio. Otro de los argumentos planteados por los emprendedores es el requerimiento por parte de los turistas de consumir productos que incorporen ese ingrediente autóctono.

### **Turismo y patrimonio inmaterial**

La relación entre el patrimonio y el turismo no es nueva, ya que el patrimonio ha sido uno de los primeros motivos de viajes. Hoy en día, el turismo cultural es un segmento en expansión. Esta relación se ha ido modificando a medida que comienza a “espectacularizarse” la realidad y el turismo se vuelve cada vez más masivo (Prats, 1997: 41).

La masificación de la cultura local a partir del turismo puede actuar revalorizando la cultura de la comunidad, o negativamente ante la necesidad de simplificarla para la venta como un “objeto diferente” (Dachary et al, 2003: 20).

Los destinos tradicionales de turismo patrimonial, ante la presión cada vez más intensa de la actividad, llega a ver peligrar la conservación del patrimonio. Por otra parte, estos destinos comienzan a regirse por la lógica del consumo y del espectáculo, mientras que comienzan a activarse referentes patrimoniales antes impensados. Aparece una nueva tipología de activación patrimonial cuya motivación es claramente turística y comercial, y no ya identitaria. De esta forma, los referentes activados y sus significados no responden a las versiones ideológicas identitarias propias de la comunidad. Estas nuevas activaciones dejan de manifiesto la imagen externa, muchas veces estereotipada de la identidad de los protagonistas desde los centros emisivos de turistas (Prats, 1997: 42).

Este nuevo tipo de activación patrimonial se puede observar en la importancia que está ganando el producto gastronómico a base de piñones en Villa Pehuenia. Este hecho parecería responder a una tendencia mundial de valorización de la gastronomía local como medio para promocionar un destino, y no así de un proceso de construcción social de la propia comunidad de la villa turística.

Se hace referencia en este caso a la activación patrimonial de un “patrimonio gastronómico” cuyo origen es de otra comunidad, en este caso la mapuche. Como bien mencionan los emprendedores que incorporan el piñón a sus productos, y el mismo sector público, la semilla tiene un gran significado para las comunidades originarias. Así, la gastronomía planteada deriva, en el concepto, de la utilización que hicieron los mapuches de la semilla, y no de una valoración propia de la población de la localidad turística.

Es preciso tener en consideración que el turismo también fomenta formas de cultura “pseudo-tradicionales” (Fernández et al, 2002: 7), donde se presentan productos o servicios acordes a los gustos del turista, perdiéndose rasgos de la cultura identitaria que no son comercializables.

Así, los platos presentados durante el Festival del Chef, y que se ofrecen durante la temporada alta en los establecimientos gastronómicos, se condicen con una utilización de la semilla más acorde a la gastronomía que el turista quiere degustar, y no tanto a la gastronomía tradicional de los mapuches.

Un chef chileno invitado al festival, afirma que en Chile todavía no tienen incorporado el piñón en la gastronomía como sí lo hacen en Villa Pehuenia. Comenta que en Lonquimay (ciudad que se encuentra en plena reserva de pehuenes), el piñón se asocia a lo rústico, y no a los platos gourmet, denotando el uso que se hace en Villa Pehuenia.

Prats (1997: 42-43) enumera tres formas de utilizar el patrimonio como recurso turístico. En primer lugar, como producto turístico *per se*, como motivo de compra autónomo. En segundo lugar, se puede presentar dentro de un “paquete”, es decir, asociado a un producto integrado. Y por último, como un valor añadido para un destino. En este último, el destino no tiene al patrimonio como atractivo principal, por lo que las activaciones patrimoniales son realizadas para aumentar la atraktividad del lugar, para redefinir la oferta en busca de una distinción que permita brindar un turismo “de calidad”.

En el caso de Villa Pehuenia, la incorporación del piñón como recurso turístico, se comenzó a utilizar como valor añadido para el destino a través de la “costanera gastronómica”. Esto hace que, durante todo el año, el turista puede degustar el piñón en las comidas como un complemento a la visita a la localidad. A su vez, se puede distinguir la gastronomía a base de piñón como producto *per se*, en el caso del Festival del Chef. Como indicó el referente del gobierno actual de la localidad, en las últimas ediciones del festival, hubo turistas que arribaron a la localidad especialmente para asistir a ese evento.

El aumento de referentes turístico-patrimoniales viene de la mano de la iniciativa pública, y puede provocar confrontaciones entre la lógica turístico-comercial y la lógica identitaria.

La nueva imagen que se construye, obliga a reinterpretar el patrimonio ideológico y simbólico, asignándole nuevos significados. Así la información de los destinos turísticos que se origina en el imaginario de los visitantes, va progresivamente incorporándose a la imagen global de la sociedad local. Y el proceso de valoración de imágenes para el “otro” (el turista), termina afectando

la propia imagen de la localidad. Sobre este tema se volverá más adelante (Bustos Cara, 2001: 18).

El éxito de la valorización de recursos locales depende de la propiedad de esos recursos para convertirse en referencias significativas de identidad para el colectivo local (Champredonde et al, 2007: 2).

Los autores también señalan que el proceso de valorización de los productos tradicionales, implica la transformación de un determinado recurso en valor territorial<sup>2</sup>. Este reconocimiento social es condición necesaria para convertirse en referente identitario de una comunidad. A su vez, este requisito contribuye a la sustentabilidad de su valoración (Champredonde et al, 2007: 4).

Así, la representación de una identidad no puede estar muy alejada del pensamiento social, ya que perdería efectividad, debilitaría la identificación y las adhesiones. Lo mismo sucede con las activaciones turístico-patrimoniales. Hay expectativas turísticas basadas en imágenes culturales que no se pueden defraudar, para no perder la efectividad comercial. También, porque un gran alejamiento llevaría a la pérdida de consenso y una posible conflictividad, donde resulta dificultoso articular la representación patrimonial del “público” y de la población (Prats, 1997: 66).

Frente a este tipo de situaciones, se busca introducir la nueva representación de la identidad o el nuevo producto a través de campañas y programas para activar estos nuevos repertorios y elementos, cuyas ideas y valores se encuentran en relación con esta nueva “identidad” (Prats, 1997: 67).

Es aquí cuando hay que distinguir si el elemento que se está poniendo en valor por la población de Villa Pehuenia representa parte de su patrimonio o no. Así, se puede hacer una diferenciación entre el piñón como patrimonio y como mero recurso turístico.

Durante las entrevistas realizadas, se detectó que la justificación comúnmente utilizada por los emprendedores para el uso del piñón es su relación con la cultura mapuche.

Ahora bien, cuando se preguntó acerca del significado que tiene para ellos, como residentes de la villa que utilizan el piñón, en su mayoría respondieron que no tenía un significado especial. Mayoritariamente, los emprendedores remarcaron que la peculiaridad de la semilla es justamente lo que representa para las comunidades originarias. Y que, aunque lo incorporan en los productos que venden, normalmente no lo consumen en sus comidas diarias.

En este apartado es necesario mencionar que los emprendedores que utilizan el piñón no son sólo pobladores recientes, sino que también hay algunos que llegaron a la localidad hace más tiempo. Así, existen algunas diferencias en la forma de expresarse respecto a la incorporación del piñón y su importancia para cada emprendedor. Sin embargo, la razón principal para justificar su uso fue a través del significado que tiene para la comunidad originaria, y no su sentido desde un posible patrimonio cultural propio de los habitantes de Villa Pehuenia.

Al mismo tiempo, varios de los emprendedores comentaron que los productos que realizan no son consumidos por la población local, sino por los turistas, ya que son ellos quienes piden esos productos.

---

<sup>2</sup> Valor Territorial: “la calificación positiva atribuible a un producto, un servicio o un atributo de vida, asumido colectivamente por los habitantes locales y reconocido en un ámbito más general” (Bustos Cara et al, 2004, en Champredonde et al, 2007: 4). Es decir que no sólo sea reconocido por la colectividad sino por todos los habitantes locales y que a su vez tenga un reconocimiento más general.

Esto, sumado a lo desarrollado en los apartados anteriores, lleva a suponer que los habitantes de Villa Pehuenia, aún no consideran como propia a la gastronomía a base de piñón, como sí sucede en la comunidad mapuche, y por lo tanto no podría ser considerado parte de su patrimonio gastronómico. Sin embargo, y según lo investigado, el pehuén y su semilla sí tienen importancia desde el punto de vista paisajístico.

Para que sea parte de su patrimonio cultural-gastronómico, es necesario que la población se apropie, como colectivo, “de los valores considerados propios por historia y tradición”. A este proceso, Bustos Cara (2004:16) lo denomina proceso de patrimonialización.

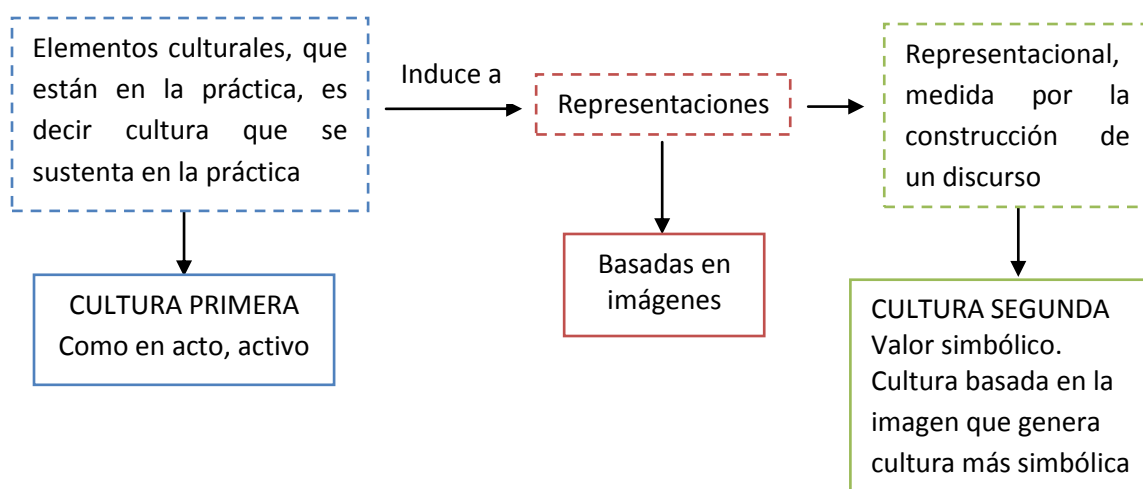
### Proceso de Patrimonialización

Bustos Cara (2004: 17) plantea que el turismo es consumidor de patrimonio, y este fenómeno suele apropiarse de valores patrimoniales de herencias localizadas y productos universales.

La patrimonialización consiste en incorporar valores socialmente construidos, en un tiempo y espacio determinado de una sociedad específica. Este proceso forma parte de la llamada territorialización, a través de la cual se relaciona el territorio con la cultura del lugar.

Asimismo, el autor explica que si bien el patrimonio hace referencia al pasado, el proceso también plantea una acción, un proyecto a futuro. En la actualidad, este proceso social también puede ser promovido por ciertas tendencias mundiales de homogeneización que, de manera contradictoria, incentiva a redescubrir las raíces individuales. Al mismo tiempo, las tendencias de producción y consumo buscan elementos específicos que pueden ser valorizados.

Para explicar el proceso de patrimonialización, se pasa a diferenciar la cultura primera de la cultura segunda. Se observará la transición de la cultura como “expresión y resultado de las prácticas sociales concretas en un tiempo y espacio dado, hacia las múltiples formas de apropiación sucesiva mediante representaciones y discursos que se insertan en múltiples proyectos territoriales” (Bustos Cara, 2004: 20).



Fuente: Bustos Cara (2004: 20)

Se entiende por primera cultura a aquellos aspectos culturales poco desarrollados en discursos, que necesitan una decodificación y recodificación para poder ser comunicados y reconocidos. Se hace referencia a las prácticas concretas cotidianas que producen valores de uso y valores sociales.

Bustos Cara et al (2004: 4-5) hacen referencia a la cultura primera cuando explican el proceso de transformación de elementos de uso cotidiano y colectivo en valores de comercialización.



Fuente: Bustos Cara et al (2004: 4-5)

De esta manera, se establece que para que un elemento de uso cotidiano, que por lo tanto tiene un valor de uso, pase a tener un valor comercial y se lo pueda vender en un mercado más amplio que el de la propia comunidad, es necesario que se den una serie de condiciones. Entre ellas, se puede mencionar al reconocimiento y toma de conciencia, y a la integración del elemento como parte de la identidad del grupo o comunidad participante.

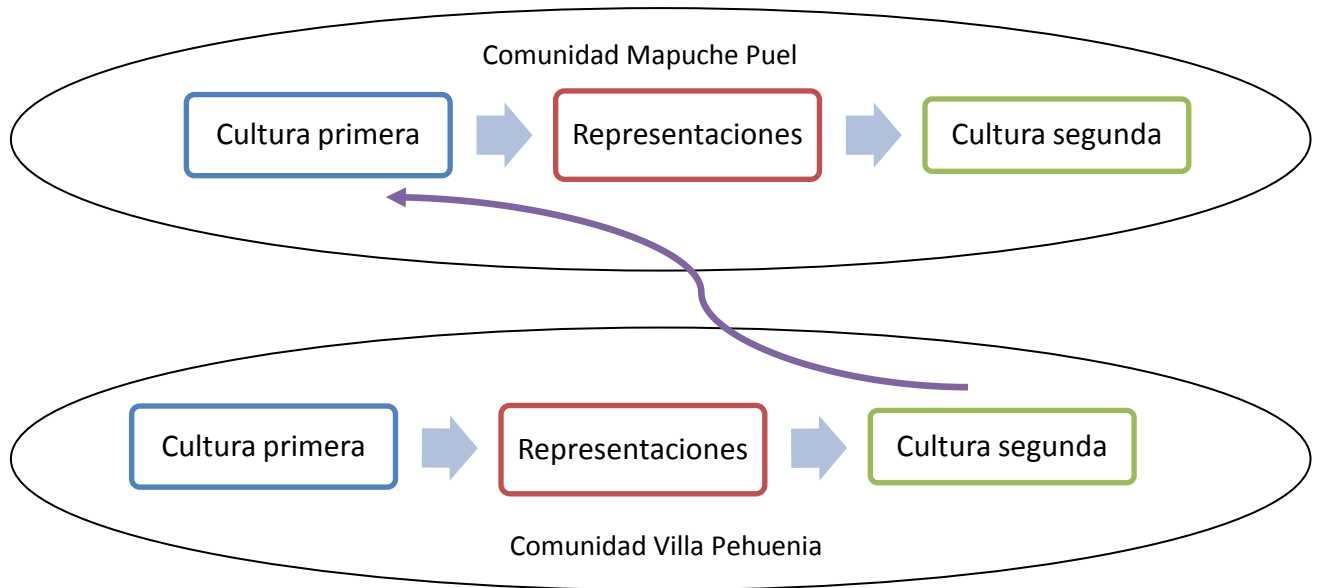
En los procesos de formación de identidad como construcción propia de la comunidad, los elementos que la formulan están relacionados con el mundo cotidiano, con la realidad diaria de los habitantes de la localidad (Benedetto, 2006: 19).

Así, se puede decir que “el valor social de un producto o de un saber nos indica en qué medida éstos son representativos de una sociedad dada e igualmente en qué medida esta sociedad se reconoce, se identifica con él” (Konde et al, 1998, en Bustos Cara et al, 2004: 4).

Por lo cual, vale decir que “un elemento condicionante para el éxito de un proceso de promoción del desarrollo de una comunidad, a través de valores locales, es la representatividad de los mismos” (Champredonde et al, 2007: 17). Es decir, el proceso de patrimonialización es abarcativo siempre y cuando las distintas partes intervinientes de la comunidad local se sientan identificados con los elementos simbólicos a patrimonializar.

### **Modelo aplicado al caso de estudio**

A continuación se plantea una adaptación del cuadro explicado anteriormente, aplicado al caso de estudio. Así, se entiende que en el contexto en que se sitúa la investigación, se encuentran dos comunidades diferentes. Por un lado la comunidad Mapuche Puel, y por otro la que se denominó comunidad Villa Pehuenia, integrada por los habitantes de dicha localidad.



Fuente: elaboración propia

En este gráfico logra visualizarse cómo la cultura segunda de la población de Villa Pehuenia (o por lo menos de quienes utilizan el piñón) hace referencia a una costumbre mapuche. Se “apropia” del significado que tiene el piñón para la comunidad originaria, y a partir de eso forma un discurso de un patrimonio gastronómico que no los representa expresamente a ellos, pero siempre aludiendo al significado que tiene para los mapuches para justificar el desarrollo y comercialización del recurso.

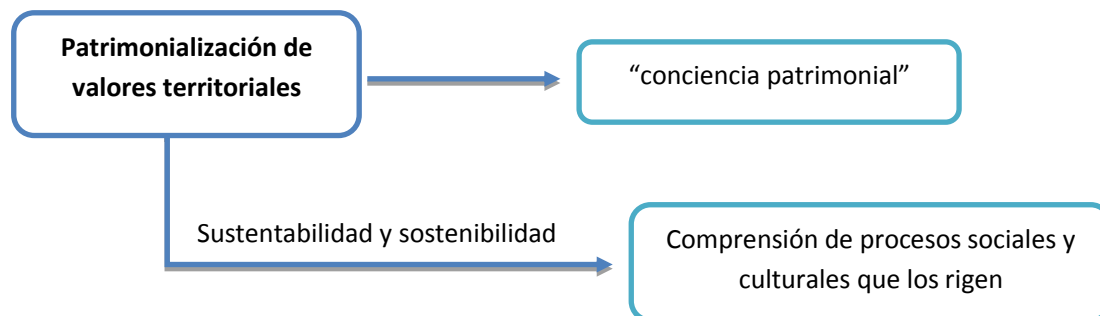
Es decir que, el uso que los habitantes de la villa hacen de la semilla es desde un recurso para un producto turístico, y no desde un patrimonio cultural-inmaterial propio: la gastronomía.

Durante las entrevistas realizadas, se detectó una estrategia por parte de algunos sectores de influir en los emprendedores para que utilicen el piñón. Así, algunos actores plantearon que, si bien no se exige que se trabaje con el piñón, se le pide a la gente que comience a pensar y probar la manera de incorporarlo a la oferta gastronómica local, que se lo trabaje para su comercialización. Con esto se busca que, al mostrarse ante otra sociedad, se vea un producto de la localidad, trabajado por la misma comunidad de la villa turística.

A su vez, uno de los entrevistados expresa la obviedad de tener que incorporar el piñón como producto, que no es necesario aclararlo o pedirlo, ya que si algún emprendimiento no utiliza piñón, está fuera del contexto turístico-gastronómico actual.

La patrimonialización de valores territoriales necesita que haya una “conciencia patrimonial”, cuya principal función es la de representar y comunicar. Asimismo, la sustentabilidad del patrimonio necesita fundamentalmente de la “comprensión de los procesos sociales y culturales que los rigen” (Bustos Cara, 2004: 21). Champredonde et al (2007: 5) plantea que el hecho de que el

elemento sea entendido como referente identitario por parte de la comunidad, contribuye a la sustentabilidad de su valoración.



Fuente: elaboración propia en base a Bustos Cara (2004: 21)

De acuerdo a lo investigado, existe una diferencia en la concepción de la importancia del piñón por parte de los que encaran el proceso de su incorporación a la gastronomía de Villa Pehuenia. Por parte del sector público proyectan y plantean que todos los habitantes se sienten identificados con la incorporación del piñón en la gastronomía, cuando en realidad las entrevistas con los emprendedores dejan ver otro panorama. Como ya se mencionó, se destaca permanentemente la importancia para la comunidad originaria, pero al mismo tiempo se hace referencia a su carácter autóctono. En este aspecto se hará hincapié.

La especie es originaria de la zona de Villa Pehuenia, y ha formado parte de su paisaje desde antes que el hombre habitara esas tierras. Entonces, según lo analizado, se considera que el reconocimiento mostrado por parte de la comunidad de Villa Pehuenia es hacia la presencia de la araucaria, como elemento propio del lugar. De esta manera, se deja en evidencia que la importancia patrimonial que le dan los habitantes es sobre el carácter natural y paisajístico del pehuén, y no desde una visión de patrimonio cultural.

## Conclusiones

---

A lo largo del artículo se explicó la investigación que se realizó sobre el carácter patrimonial del pehuén. La importancia del pehuén como parte del patrimonio natural- paisajístico es evidente, por lo que se ahondó en el valor como patrimonio cultural, principalmente de los habitantes de la localidad de Villa Pehuenia. A su vez, se hizo una breve descripción de la relación entre el elemento analizado y la comunidad originaria de la zona.

La gastronomía de un pueblo forma parte de su patrimonio cultural inmaterial, ya que representa las costumbres culinarias de una comunidad, y forma parte de su identidad.

Se detectó claramente la importante significación que tiene esta especie para la comunidad mapuche Puel. Es un elemento destacado de su religión, por considerarlo su árbol sagrado, y al mismo tiempo, su semilla fue incorporada a la dieta base de los mapuches salvándolos del hambre. Así, esta relación del hombre con el ambiente, provocó que el piñón, y la araucaria, de donde surge este fruto, pasen a formar parte indudable del patrimonio cultural mapuche. Y al



ser utilizado como ingrediente básico de su dieta, forma parte de su patrimonio alimentario.

Ahora bien, cuando se realizó el análisis pertinente en torno a los habitantes de la localidad turística, se evidenció una dinámica diferente.

Según las entrevistas realizadas, la comunidad Villa Pehuenia justifica la importancia del pehuén a partir del significado que tiene para la comunidad mapuche. Con esto se quiere decir que los emprendedores que incorporan el piñón a sus productos, y mismo el sector público, justifican su utilización en la gastronomía a partir de este hecho.

Además de argumentar la importancia del piñón para las comunidades originarias, se habla de que “comer piñón es comer historia”, haciendo referencia al significado cultural que le dan los mapuches como la semilla del árbol sagrado.

A su vez, algunos emprendedores comentaron abiertamente que no consumen los productos que ellos mismo realizan, ni su materia prima que es el piñón. Pero justifican su utilización a través del pedido por parte del turista de la experiencia de consumir esa semilla, porque ya ha escuchado de ella, de su historia y de la planta que produce el piñón. Y en esta satisfacción de los deseos del turista, los productos ofrecidos por los emprendedores no presentan una raíz en común con la manera original de utilización del piñón.

Todo lo expresado anteriormente, lleva a suponer que los habitantes de Villa Pehuenia, aún no consideran como propia a la gastronomía a base de piñón, y por lo tanto no podría ser considerado parte de su patrimonio gastronómico. Según lo investigado, el pehuén y su semilla sí tienen importancia desde el punto de vista paisajístico, pero en cuanto a lo culinario su incorporación es desde una perspectiva de recurso para la oferta turística.

Se considera que al no haber tenido y actualmente no tener un valor de uso por parte de los habitantes de Villa Pehuenia, no forma parte de su patrimonio. Ya que para ello es necesario que la población se apropie de valores propios a través de la historia y la tradición (Bustos Cara, 2004: 16).

En el caso del uso del piñón en la gastronomía, se observa una apropiación del significado que tiene la semilla para la comunidad originaria. A partir de eso se forma un discurso sobre un patrimonio gastronómico que no representa expresamente a los habitantes de la villa turística.

Así, el uso que los emprendedores hacen del piñón es desde un recurso para un producto turístico, y no desde un patrimonio cultural inmaterial como la gastronomía.

## **Bibliografía**

---

Abalos-Romero, Marta (2001) “Productos forestales no madereros en América Latina”, *Proyecto Información y análisis para el manejo forestal sostenible: Integrando esfuerzos nacionales e internacionales en 13 países tropicales en América Latina*. Santiago de Chile.

Álvarez, Gregorio (1984). *El tronco de oro. Folklore del Neuquén*. Siringa Libros, Neuquén.

Barrera, Ernesto (2006). "Rutas Alimentarias. Estrategias culturales de desarrollo territorial". En: *Patrimonio Cultural y Turismo*. Cuadernos N°15, Itinerarios culturales y rutas del patrimonio. CONACULTA, México.

Benedetto, Andrea (2006). "Identidad y territorio: aportes para la re-valorización de procesos de diferenciación productiva en áreas de co-existencia geográfica (Mendoza, Argentina)". En: *Boletín InterCambios*, Año 6, N°64, RIMISP.

Bustos Cara R., Oustry L., Haag M.I. (2004) "Producción de valores territoriales: entre cultura y mercado. Habilidades y saberes locales como estrategias ante la crisis". En Albaladejo C y Bustos R., (compiladores) *Desarrollo local y nuevas ruralidades en Argentina*, co-Edición UNS – INRA SAD y Dynamiques Rurales, p 125 a 145. 60

Bustos Cara, Roberto

- (2001) "Identidad, turismo y territorios locales. La permanente construcción de valores locales". En: *Aportes y Transferencias*, 5 (1). pp. 11-28. Versión Online: <http://nulan.mdp.edu.ar/244/1/Apo2001a5v1pp11-28.pdf>
- (2004) "Patrimonialización de valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local". En: *Aportes y Transferencias*, Año 8, Vol. 2. pp. 11-24.

Champredonde, M.; Bustos Cara, R.; Oustry, L.; Cacciurri, H.; Ercoli, F.; López Castro, N.; Haag, M.I.; Brandán, M. De Los A.; Tourrette, E.; Montalbán, M. (2007). "Culturas migratorias y valores territoriales localizados en la ruralidad y el desarrollo del sudoeste de la Provincia de Buenos Aires. Procesos de patrimonialización de platos típicos mallorquines" *V Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales*. Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, 7, 8 y 9 de noviembre de 2007.

Dachary, Cesar; Arnaiz, Stella Maris (2003). *Globalización, turismo y sustentabilidad*. Universidad de Guadalajara, México.

Fernandez, Guillermina; Guzman Ramos, Aldo (2002) "Turismo, patrimonio cultural y desarrollo sustentable", *Caminhos de Geografia* 3 (7), Universidade Nacional de Uberlandia.

Gacetilla de Prensa. Lanzamiento Oficial de la Temporada de Verano 2010/11 de la Pcia. del Neuquén, pp 35.

García Canclini, Néstor (1999). "Los usos sociales del Patrimonio Cultural". En: Encarnación Aguilar (ed.), *Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*, Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, Granada, pp 16-33.

Haene, Eduardo (s.f.). "Pehuén – el árbol de los mapuches". Versión online: [http://arbolesnativos.org.ar/index.php?option=com\\_content&view=article&id=113:pehuen-el-arbol-sagrado-de-los-mapuches&catid=36:articulos&Itemid=153](http://arbolesnativos.org.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=113:pehuen-el-arbol-sagrado-de-los-mapuches&catid=36:articulos&Itemid=153)

Koessler-Ilg, Bertha (2000). "Historia de los piñones" en *Cuentan los araucanos: mitos, leyendas y traducciones*. 5ta edición, Editorial Del Nuevo Extremo SA, Buenos Aires, Argentina, pp 33-35.

Ladio, Ana (2004). "El uso actual de plantas nativas silvestres y comestibles en poblaciones mapuches del NO de la Patagonia", *Boletín Latinoamericano y del Caribe de Plantas Medicinales y Aromáticas*, marzo, año/vol. 3, número 002, pp. 30-34. Sociedad Latinoamericana de Fotoquímica. Santiago, Chile. Versión online: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/856/85630203.pdf>

Prats, Llorenç

- (1997). *Antropología y patrimonio*. Editorial Ariel S.A., Barcelona.
- (2003) "Patrimonio + turismo = ¿desarrollo?". En: *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol 1 N°2, Universidad de La Laguna, Tenerife, pp. 127-136.

Résico, C. E.; Larroulet, A.; Bejar W.; Benmuyal, L.; Arbeletche, G.; Burghi, M. (2010) "Hierbas medicinales de argentina según su zona de distribución", *VI Simposio Internacional Sobre Manejo Sostenible de Recursos Forestales. Revista Forestal Baracoa* Vol. 29 Número Especial.

Sanguinetti, Javier; Maresca, L.; Lozano, L.; González Peñalba, M.; Chauchard, L. (2001). "Informe Programa Pehuén. Producción bruta de piñones de Araucaria y estudio de la regeneración. Segundo informe – Noviembre 2001" Buenos Aires, Administración de Parques Nacionales.

Soldano, Alejandro Horacio (2006). "El regalo de Nguenechén". En *Leyendas nativas argentinas de la Patagonia: recopilaciones*. Editorial Dunken, Buenos Aires, pp 20-22.

UNESCO

- (2003) Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial.
- (2011) ¿Qué es patrimonio cultural inmaterial?