



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA Y TURISMO**

TESINA DE LICENCIATURA EN TURISMO

**“Turismo cultural-creativo y
patrimonio inmaterial. La música de
las colectividades alemanas en
Coronel Suárez como atractivo
turístico”**

Tesista: PAMELA BIRKENSTOK

**Director: Dr. Andrés Pinassi
Co-Directora: Dra. Erica Schenkel**

BAHÍA BLANCA, 2021

Agradecimientos

A mi familia, por su acompañamiento constante y apoyo incondicional siempre y durante el transcurso de la carrera.

A mis amigos de toda la vida y a los que me regaló la Universidad.

A Andrés y Erica, siempre dispuestos a ayudarme para cumplir este objetivo.

A Mailen, quien me orientó y me ayudó en la tesis.

A la colectividad alemana y comunidad suarensa, por su buena predisposición para brindarme información.

Al Área de Turismo de la Municipalidad de Coronel Suárez por aportarme datos valiosos para la investigación.

A todos ¡muchas gracias!

Índice general

Introducción	3
1. Capítulo I. Abordaje metodológico	6
1.1. Planteamiento del problema	6
1.2. Objetivos: general y específicos	8
1.3. Hipótesis	9
1.4. Metodología y técnicas	9
2. Capítulo II. Marco de referencia	12
2.1. Marco conceptual	
2.1.1. La música como patrimonio vivo	12
2.1.2. Del turismo cultural al turismo cultural-creativo o turismo naranja	14
2.2. Marco histórico.....	22
2.2. Breve reseña histórica de las colonias alemanas en Coronel Suárez.....	24
3. Capítulo III. Análisis del área y temática de estudio	22
3.1. Localización y aspectos socioeconómicos básicos de las colonias alemanas	22
3.2. Algunos aspectos culturales de la colectividad alemana en las colonias	24
3.3. La música como patrimonio cultural inmaterial de los alemanes del Volga.....	27
3.3.1. La valoración de la música alemana entre los referentes de la colectividad	29
3.3.2. La visión de los residentes acerca de la música alemana	32
3.3.3. La música como potencial atractivo turístico: ¿Interés o desinterés por parte de los actores clave?.....	38
3.4. Otros recursos culturales vinculados a las colectividades	41
3.5. ¿Qué atractivos se activan para el turismo en las colonias por parte del Municipio de Cnel. Suárez?.....	44
3.6. Equipamiento turístico.....	45
3.7. Infraestructura de transporte y accesibilidad	48
3.8. Demanda turístico recreativa	49
4. Capítulo IV. Diagnóstico y reflexiones finales	52
4.1. Diagnóstico integral.....	54
4.1.1. Matriz de los Momentos de la Verdad.....	57
4.2. Reflexiones finales	57
5. Bibliografía	59
6. Anexos	64

Introducción

El turismo como actividad socioeconómica, ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años. Por su parte, el turismo cultural no queda al margen de esta connotación. Como una de las modalidades turísticas convencionales, es definida a partir de una demanda que busca entrar en contacto con una sociedad diferente a la de su espacio de origen, para conocer tradiciones, costumbres, su patrimonio material e inmaterial.

A lo largo del tiempo, a partir de esta relación entre demanda y oferta turística, se han redefinido ciertas prácticas de ocio, que inducen nuevas formas de consumo turístico. En este contexto, entra en escena el turismo cultural-creativo, una modalidad que, basada en el interés cultural de los individuos, implica una participación activa en aquellas actividades y en/con los atractivos turísticos que integran los distintos productos del espacio receptor. Esta proacción en el consumo, conlleva un aprendizaje, una mayor interacción y una experiencia con los recursos turísticos. En este sentido, el patrimonio cultural cobra especial relevancia, dado que permite la interacción de representaciones identitarias distintas, la de la sociedad de destino con la de los visitantes.

La música como parte del patrimonio inmaterial, ha cobrado importancia en las últimas décadas, en especial a partir del reconocimiento otorgado por la UNESCO a determinadas manifestaciones en el ámbito de los Patrimonios de la Humanidad, o a partir de la Red de Ciudades Creativas. Ello, adicionado a otras causas, ha inducido diferentes procesos de patrimonialización, que legitiman a esta expresión como parte del patrimonio vivo de diferentes pueblos. En el caso de colectividades con ciertos rasgos distintivos, como la de los alemanes del Volga en las colonias de Coronel Suárez (provincia de Buenos Aires), adquiere representatividad, debido a que hoy en día sigue vigente esta expresión, a partir del desarrollo de fiestas y acontecimientos programados para visitantes y residentes.

Los alemanes del Volga arribaron al partido de Coronel Suárez en el año 1887. Esta corriente inmigratoria, integrada por familias de origen alemán, procedentes de colonias establecidas a orillas del Río Volga en Rusia, fundaron tres poblados: Santa Trinidad, San José y Santa María. Estos casos resultan significativos en el contexto regional y provincial, dado que aún conservan aspectos históricos y culturales particulares que le son propios, como así también hábitos y costumbres vinculados a su identidad originaria.

En los últimos años, se han desarrollado distintas celebraciones, como las fiestas patronales o “Kerb” y eventos gastronómicos, las cuales cobraron preponderancia debido a la

conurrencia de visitantes de la región del sudoeste bonaerense. En éstos, si bien la música alemana no constituye el principal atractivo del acontecimiento programado, aparece como complemento a otras manifestaciones culturales. Sin embargo, referentes en la escala local, como se analizará mas adelante, expresan que *“nadie que visita las colonias alemanas de Coronel Suárez, las conoce por completo si no conoce su música”* (Hippener, 2019). En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo general, analizar en dichas localidades la música alemana como patrimonio cultural inmaterial y potencial atractivo para el desarrollo del turismo cultural-creativo.

En primer lugar, en el capítulo I, se presentan los aspectos metodológicos de la investigación, dando cuenta del planteamiento del problema, los objetivos, hipótesis y metodología y técnicas empleadas. Seguidamente, en el capítulo II, se lleva a cabo el marco de referencia, constituido en este caso por el abordaje conceptual, que sirve de sustento a lo indagado en el territorio, y el de carácter histórico, dando cuenta del proceso de configuración socioespacial de la colectividad implicada. En el capítulo III, se aborda el tema y área de estudio, indagando acerca de la música como patrimonio vivo y su potencialidad para constituir un atractivo turístico en la escala distrital. Por último, en el capítulo IV, se presenta el diagnóstico y las reflexiones finales, intentando hacer un aporte a la gestión turística del patrimonio local.

CAPÍTULO I: ABORDAJE METODOLÓGICO



1. Abordaje metodológico

1.1. Planteamiento del problema

El contexto actual del turismo se caracteriza por una diversidad de productos ofrecidos en un mercado altamente competitivo, con diferentes perfiles de visitantes, que albergan disímiles deseos e intereses. En el ámbito del turismo posfordista o posindustrial, la existencia de destinos con una multiplicidad de productos, asociados a la naturaleza y la cultura, se presenta como una de las principales características. Estos atributos del territorio constituyen elementos que pueden determinar valores competitivos a partir de la diferenciación (Molina, 2011).

En este contexto, el patrimonio cultural se presenta como los rasgos distintivos asociados a la historia de una comunidad, que pueden ser puestos en valor para su incorporación a un determinado mercado de referencia. Si bien existen diferentes enfoques para definir el patrimonio, interesa plantear la postura adoptada en esta investigación, dado que fundamenta el abordaje propuesto. De acuerdo a la lectura que realiza Pinassi (2016), en la actualidad coexisten disímiles perspectivas que conceptualizan este término, de acuerdo a ciertos intereses: un ámbito etimológico, fuertemente institucionalizado, que considera al patrimonio como el mero legado de una sociedad pasada hacia una futura (UNESCO, 1972; Velasco, 2009; Querol, 2010); un enfoque crítico, que lo contempla como una construcción social, creado por un poder imperante con determinados fines y discursos asociados (Prats, 1998, 2005; Troncoso y Almirón, 2005); y, por último, una perspectiva integral, que define no sólo al objeto como mensajero cultural, sino también al sujeto como promotor de la valoración social de dicho legado (Gutiérrez, 2014). Desde esta última forma de entender al patrimonio, es desde la que se llevará a cabo la presente tesina, considerando al binomio: bien cultural-sujeto, como partes indisociables en la construcción patrimonial de un determinado territorio. Esta forma de entender al patrimonio, se afianza aun más cuando se abordan determinadas categorías particulares, como la de patrimonio cultural inmaterial, en la que los individuos cumplen un rol fundamental en la ejecución y transmisión de dicho patrimonio vivo. Las expresiones como la lengua, la danza, la música, la religión, los mitos y las leyendas, las tradiciones populares, las fiestas, la gastronomía, entre otras manifestaciones, constituyen parte de dicha herencia colectiva (UNESCO, 2003).

Es el contexto turístico posindustrial, como se mencionara, donde estos caracteres diferenciadores e identitarios de un territorio, adquieren relevancia para la actividad turística. Una de las nuevas modalidades que cobra protagonismo hoy en día es el turismo cultural-creativo, que se lo define en palabras de Tresserras (2014a) como una nueva forma de turismo que intenta revalorizar el patrimonio cultural con un enfoque de creatividad, mostrando una evolución del turismo cultural tradicional hacía un turismo especializado, basándose en el aprendizaje de conocimientos que el turista se llevará consigo luego de la visita al destino. El turismo cultural-creativo tiene la capacidad de usar el conocimiento, habilidades, talentos y las tradiciones locales de muchas áreas, contribuyendo a generar oportunidades para la comunidad a partir de su historia. Debido al vínculo estrecho con la creatividad y la identidad, desde una perspectiva de marketing se lo asocia al color naranja, referenciándolo como turismo naranja (Tresserras, 2014a). Esta modalidad tiene su base arraigada en la economía creativa y en el turismo creativo definido por Richards (2001), como aquel turismo que

“... implica la participación e interactividad del turista que suele desear incluso no ser turista, quiere ser viajero o sentirse local. Este tipo de turistas culturales desarrolla su potencial creativo a través del aprendizaje, la creación o la exhibición de su talento mediante el formato de experiencias turísticas singulares. Es el desarrollo de experiencias creativas para, por y con los visitantes” (Richards, 2001: 2).

Asimismo, Molina (2011) adiciona que el turismo creativo, entendido en un sentido más amplio como modelo de desarrollo y no como modalidad, se orienta a crear bienestar compartido y extendido, a desarrollar habilidades y valores únicos que generen ganancias, a refundar el espacio y las relaciones que se manifiestan en él a partir de un protagonista: la comunidad y sus integrantes, buscando no sólo un desarrollo económico, sino también social.

El turismo cultural-creativo se considera un turismo de nueva generación, precisamente por la interacción y el incremento de la participación del turista. El mismo deja de ser un mero observador para vivir su experiencia en primera persona. Esta experiencia puede ser desde el contacto directo con el creador de un determinado producto a ser parte de la creación, mediante la oportunidad de desarrollar su potencial creativo a través de la participación activa en visitas, cursos, talleres y experiencias formativas características del destino turístico que han elegido. En el turismo creativo el componente de la cultura local es sumamente importante (Tresserras, 2014b).

El caso que interesa analizar en la presente tesis es el de las tres colonias de descendientes alemanes localizadas en el distrito de Coronel Suárez: Santa Trinidad, San José y Santa María. Éstas presentan una fuerte identidad arraigada en el patrimonio de las colectividades que dieron surgimiento a las mismas. Como parte de las manifestaciones que estructuran la historia y cultura local, se presenta la música alemana, compuesta por vals, polkas y marchas. Los instrumentos asociados a estos géneros son el acordeón, el clarinete, el violín y el cello. Un instrumento típico es el *hackbrett*, en el que las cuerdas, en grupos de dos a cinco por nota, están ubicadas a lo largo de una caja de resonancia plana y con forma trapezoidal y suenan al ser golpeadas por unos martillos ligeros (Maier Schwerdt, 2007). En el desarrollo de dichas tradiciones, tanto el objeto, el quehacer de la actividad en sí misma y el propio sujeto, configuran la expresión que forma parte del patrimonio intangible local.

La música, si bien resulta relevante como parte de estas comunidades, se observa que la mayor representatividad e identificación con esta práctica se da en los residentes adultos y de tercera edad, miembros de la colectividad, presentando una valoración acotada en las generaciones más jóvenes y en aquellos grupos que no forman parte del colectivo. Esta connotación configura un escenario de vulnerabilidad para la trasmisión de dicho patrimonio vivo. En este contexto, el turismo cultural-creativo, constituye una actividad de ocio que podría contribuir a la puesta en valor de la música alemana y lograr una mayor difusión y reconocimiento social entre el conjunto de ciudadanos. Por otro lado, este panorama constituye una oportunidad de desarrollo de nuevos productos culturales por parte de los actores locales vinculados a la esfera turística y recreativa. En este contexto, se presentan como interrogantes de la investigación: ¿Qué características presenta la música alemana que la constituyen en un rasgo distintivo de las colonias? ¿Qué lugar ocupa en el ámbito de la colectividad? ¿Cómo es la valoración social por parte de la comunidad local? ¿Los actores sociales implicados presentan interés en potenciar esta manifestación como atractivo para el desarrollo del turismo cultural-creativo?

1.2. Objetivos

Objetivo general

- Analizar la música alemana como patrimonio cultural inmaterial y potencial atractivo para el desarrollo del turismo cultural-creativo en las colonias alemanas de Coronel Suárez.

Objetivos específicos

- Conocer el legado cultural de las colectividades alemanas en las colonias de Coronel Suárez.
- Analizar el rol de la colectividad alemana en la transmisión del patrimonio vivo en general y de la música en particular.
- Conocer la percepción de la comunidad en las colonias con respecto a la música como parte de la cultura local.
- Indagar la visión de los actores sociales locales, sus alcances y limitaciones en el ámbito de la gestión patrimonial, turística y recreativa.

1.3. Hipótesis

Los lazos de pertenencia patrimonial y los intereses de los actores sociales locales vinculados a la esfera turística, recreativa y cultural de las colonias Santa Trinidad, San José y Santa María en el partido de Coronel Suárez, determinan un escenario propicio para la configuración de la música alemana como atractivo para el desarrollo del turismo cultural-creativo.

1.4. Metodología y técnicas

El trabajo se lleva a cabo a través de una investigación de alcance exploratorio y descriptivo. Exploratorio, dado que su objetivo es examinar un tema de investigación que no ha sido abordado antes; y descriptivo, debido a que analiza e interpreta los datos obtenidos en el transcurso de la tesis, caracterizando sus componentes y procesos (Hernández Sampieri, 1996).

La investigación se basa en la combinación de los enfoques metodológicos cuantitativos y cualitativos, por la ventaja que ambos proporcionan. En el caso del enfoque cuantitativo, se trabaja con la aplicación de encuestas a los pobladores para conocer la valoración que tienen respecto a la música alemana; con relación al enfoque cualitativo, se realizaron entrevistas en profundidad a los principales actores sociales vinculados al tema en la escala local. Entre los entrevistados se destacan: representantes de las colectividades de los tres pueblos alemanes y miembros del área de turismo y cultura de la Municipalidad de Coronel Suárez. Luego de recopilar todo el material bibliográfico y realizar el trabajo de

campo, se analizaron los datos obtenidos para poder realizar el diagnóstico y constituir la Matriz de los Momentos de la Verdad, como un aporte a la gestión del patrimonio cultural local. Asimismo, se elaboró cartografía de geo-referenciación, que posibilitó localizar las colonias.

CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA



2. 1. Marco conceptual

2.1.1. La música como patrimonio vivo

El concepto de patrimonio cultural puede ser entendido desde diferentes perspectivas: una etimológica, otra con una fuerza más crítica y, por último, una mirada de carácter integral (Pinassi, 2018). Desde el primer enfoque, el etimológico, “el patrimonio suele ser entendido como el acervo de una sociedad, esto es, el conjunto de bienes (naturales o culturales, materiales o inmateriales) acumulados por tradición o herencia, común al conjunto de los individuos que constituyen esa sociedad” (Almirón, Bertoncetto y Troncoso, 2006: 103). En tal sentido, podemos vincularlo de manera directa con la herencia de una sociedad, es decir, algo que se recibe del pasado y es compartido por todos y transmitido consecuentemente de generación en generación. Es así, que su presencia y permanencia en la actualidad depende de la sociedad receptora del mismo (Almirón, Bertoncetto y Troncoso, 2006).

Desde una mirada alternativa, con una fuerza más crítica, el patrimonio es considerado como una construcción de la sociedad o de sus representantes. Zamora Acosta (2011) afirma que:

“...el patrimonio es siempre una construcción social, posee eficacia simbólica; esto es, se trata de una porción de naturaleza o una producción material o intangible de una sociedad cuya significación y consideración social supera la cosa misma para convertirse en una representación de la sociedad que lo posee y lo ha heredado, y de su pasado: deviene de este modo en un signo de identidad cultural” (Zamora Acosta, 2011:103).

Bajo esta perspectiva, el patrimonio es analizado como un proceso en el que intervienen determinados actores sociales con ciertos intereses y relaciones de poder, en los que predominan los agentes hegemónicos, de carácter político o económico, marginando así la visión de la sociedad civil.

Por último, desde una mirada integral, Pinassi (2016) expresa que:

“El patrimonio no es el componente recibido del pasado (objeto) en sí mismo, sino el vínculo que une a ese bien o manifestación cultural con la sociedad (sujeto). Esta relación objeto-sujeto variará a lo largo de la historia, determinando de acuerdo al contexto social, cultural, económico y político imperante, una mayor o menor valoración o interés por parte de la población respecto del conjunto de recursos heredados” (Pinassi, 2016: 74).

Desde esta última perspectiva se lleva a cabo la tesis, dando cuenta que, analizar el patrimonio cultural de una comunidad implica indagar acerca de la relación de los objetos o expresiones culturales con la sociedad. A partir de esta mirada, “...la connotación

patrimonial resurge cuando el trinomio: componente cultural – hombre – valoración, se activa” (Pinassi, 2016: 74).

Dicha vinculación entre componente histórico cultural y sociedad cobra aún más fuerza cuando se explora al patrimonio cultural inmaterial, como categoría específica de análisis. Según la UNESCO (2003), el patrimonio intangible comprende:

“...las tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativas a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional” (UNESCO, 2003:2).

En este contexto, la música de muchos lugares posee un valor histórico, artístico y social imprescindible y excepcional para la sociedad que la interpreta o escucha, convirtiéndose así en un estandarte simbólico con el cual representa una cultura (UNESCO, 2003).

El presente trabajo tiene como eje de estudio la música alemana, entendiéndola como una de las expresiones culturales más significativas e identitarias de las colonias alemanas de Coronel Suárez. Esta música es “... considerada una manifestación compleja, en donde se tiene en cuenta la danza, plegarias y cantos, indumentaria y objetos sagrados, ritual y ceremonia” (Maier Schwerdt y Melchior, 1999: 13). Los autores citados hacen referencia a la historia de la música en Alemania, cuando la misma era producida en todos los hogares, “cada alemán tenía en su espíritu un músico en potencia. La forma de alegrar las noches y mantener la unión de la familia, era la práctica de la música, a su vez se la práctica entre amigos en distintos lugares de reunión” (Maier Schwerdt y Melchior, 1999: 13). Sostienen que la poesía de los Alemanes del Volga en el texto de sus cantos populares, eran consideradas sagradas, por lo que se transmitían de generación en generación, ya que se utilizaban en diferentes circunstancias de la vida, como en las iglesias o cuando un niño venía al mundo, en fiestas y casamientos, como así también cuando acompañaban a sus muertos a la última morada. Sea cual fuese la finalidad, las familias solían cantar acompañándose con instrumentos musicales, de preferencia: “di orgell” (el acordeón), “deshchner – orgell” (verdulera), “Di Ack – Breit” (zimbal) y “und des vigliñe” (violín) (Maier Schwerdt y Melchior, 1999).

A medida que se uniformizan los usos culturales, muchas prácticas tradicionales se van abandonando y perdiendo. Ésta desempeña un importante papel en los intercambios culturales y estimula la creatividad. Las medidas de salvaguarda de las artes tradicionales deberían centrarse principalmente en la transmisión de los conocimientos y las técnicas, la

utilización y fabricación de instrumentos y el fortalecimiento de quienes la ejercen y la practican (UNESCO, 2003). En este contexto, la redefinición del turismo cultural con sus nuevas prácticas asociadas puede contribuir a revitalizar este tipo de expresiones tradicionales, vinculadas a la cultura e identidad de una comunidad.

2.1.2. Del turismo cultural al turismo cultural-creativo o turismo naranja

La “Carta del turismo Cultural”, publicada por el ICOMOS (Consejo Internacional de Monumentos y Sitios) en 1976, expresa que el turismo cultural es:

“... aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye – para satisfacer sus propios fines – a su mantenimiento y su protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socioculturales y económicos que comporta para toda la población implicada” (ICOMOS, 1976: 20).

Por otra parte, Tresserras (2002), en referencia al turismo cultural, amplía las motivaciones de esta práctica de ocio, manifestando que el mismo

“...incorpora tanto la visita a museos, yacimientos arqueológicos, edificios civiles, militares, industriales o religiosos, centros históricos, jardines, como a las manifestaciones de la cultura tradicional y popular, la gastronomía, las ferias de arte, la artesanía, los discos, los libros, los festivales de cine, teatro, danza o ópera, así como la programación estable de exposiciones y representaciones escénicas, y la realización de estancias para el aprendizaje de idiomas” (Tresserras, 2002: 2).

Además, destaca la importancia del visitante, al considerarlo como el principal actor social del turismo cultural, por lo cual, conocer sus preferencias e intereses son fundamentales a la hora de proporcionarle un producto, para que el mismo cumpla con las expectativas de calidad de quien lo solicite. En este sentido, el autor agrega que, para alcanzar ese fin, la gestión del producto turístico cultural exige un nivel más alto de servicios, actividades y equipamientos, capaz de brindar una oferta personalizada, manteniendo un alto interés en el contacto con la gente y sus tradiciones, a fin de lograr la mejor experiencia posible en relación a los aspectos patrimoniales e identitarios de una sociedad (Tresserras, 2002).

Asociado al concepto de desarrollo y en relación con la cultura de una comunidad, el turismo cultural cumple entonces un papel central en el marco de las actividades socioeconómicas, como estimulador en la revalorización de los filamentos histórico-culturales que caracterizan e identifican a cada población. Además de ello, puede ser comprendido y pensado como:

“...instrumento de desarrollo local y regional, entendido esto último desde una visión socio-económica que permita una equitativa distribución de los beneficios, ya sean de carácter económico, social y cultural en las comunidades anfitrionas, reflejado en una mejora de la educación, la formación, la creación de empleo, y la generación de ingresos, colaborando en la erradicación de la pobreza, por ejemplo en el caso de los países en desarrollo” (Toselli, 2006: 177).

A pesar de esta mirada positiva en relación al turismo cultural, como práctica promotora del desarrollo de las localidades, existen otros enfoques que se centran en analizar los impactos negativos que provoca esta actividad sobre las tradiciones y el patrimonio cultural (Almirón, Bertonecello y Troncoso, 2006; Pinassi, 2017).

En la actualidad el turismo cultural ha sido asociado, tanto de la esfera de la gestión como desde la investigación, a otra gran modalidad: el turismo creativo. Para poder comprender este término, es pertinente definir primero el concepto de creatividad. A tal fin, Neugovsen (2009) manifiesta:

“...la creatividad es la capacidad humana de establecer conexiones entre elementos diversos que hasta ese momento se hallaban inconexos. La lógica racional en la que estamos sumergidos, heredera del pensamiento positivista y del conductismo, nos orienta a buscar soluciones a los desafíos dentro de campos de conocimiento afines. Una persona que se considera a sí misma creativa realiza, en un momento de inspiración, un acto creativo que resulta en una pintura, un diseño gráfico, un texto o una ruta turística cultural innovadora” (Neugovsen, 2009: 14).

Con una mirada retrospectiva, el turismo creativo existe como forma del turismo cultural desde los inicios del turismo mismo. Se remonta al Grand Tour (siglo XVI), donde los hijos de las familias aristocráticas inglesas viajaban con el propósito de disfrutar experiencias educativas e interactivas; fin que continúa vigente ya que se basa en la colaboración creativa entre turistas y la población local. Esto, entre otros aspectos, da lugar al desarrollo del potencial de creatividad al acercarse a la comunidad y consecuentemente aumenta la participación activa en la misma (Casanovas, 2017).

Desde una perspectiva contemporánea, Richards (2000) plantean que el turismo creativo:

“...es aquel turismo que ofrece a los visitantes la oportunidad de desarrollar su potencial creativo a través de la participación activa en cursos y experiencias de aprendizaje, las cuales son características del destino de ocio donde son acogidos” (Richards, 2000:18).

Desde la mirada de estos autores, en esta modalidad de turismo adquieren relevancia dos conceptos clave: por un lado, la participación, es decir, la realización de una actividad particular; y por otro, que dicha práctica realizada estimule el desarrollo de la creatividad a partir del intercambio, aprendizaje y experiencia asociada.

Entre los beneficios de este turismo creativo se pueden destacar los siguientes:

“... tejer nuevas redes de relación que lleve a experiencias genuinas; establecer programas de desarrollo con el fin de producir redes de intercambio y relación entre las partes; las redes funcionan de manera flexible transmitiendo conocimiento y habilidades de forma más rápida; mejora el capital social o capital relacional entre las personas o entre las naciones; como parte del turismo cultural revitaliza las economías regionales; produce nuevas formas de hospitalidad; entre otros” (Korstanje, 2015: 29).

Según el enfoque de este autor, algunos de los impactos producidos por el turismo creativo son compartidos con el turismo cultural como gran modalidad general, funcionando como el impulsor de las economías locales.

Molina (2011), con un sesgo más crítico, considera al turismo creativo no como una modalidad, sino como un modelo de desarrollo económico que emerge de manera alternativa al turismo fordista o industrial. Este nuevo conjunto de estrategias hace repensar las formas de gestión turística para centrarse en los conceptos de innovación, participación, integración de todos los actores sociales en el proceso de planificación, creatividad y experiencia como fin último. En este sentido, Molina expresa:

“El turismo creativo rescata el sentido de pertenencia de las comunidades, les ayuda a recuperar su historia, a considerarla como un sistema vivo que es capaz de darle no sólo identidad, sino que también puede confluir a situarlos en el papel de protagonistas en un proceso de mejoramiento de su bienestar integral” (Molina, 2011: 79).

Desde hace unos pocos años, se está atravesando una redefinición del turismo cultural asociado a la creatividad y al turismo creativo en sí mismo. A partir de esta asociación ha emergido un concepto en el ámbito de la gestión, que es el del turismo naranja. En palabras de Tresserras (2013), “el turismo naranja es un turismo sostenible y generador de desarrollo cultural, económico y social a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural, la producción artística y las industrias culturales y creativas” (Tresserras, 2013: 3).

Desde el punto de vista del marketing, el color naranja se suele asociar con la cultura, la creatividad y la identidad, lo que indica que, el turismo naranja es el producto de la fusión entre el turismo cultural y el creativo, proporcionando más beneficios/ventajas a la localidad que adopte este tipo de turismo. Uno de esos beneficios es que como esta tipología de turismo no tiene una estacionalidad marcada, permite a muchos destinos desarrollar su actividad turística durante todo el año, posibilitando además la diversificación de la oferta del destino, debido a que se pueden combinar distintas prácticas, desde la gastronomía, artesanía, experiencias agrícolas, entre otras (Tresserras, 2013; Bouzas y Taboada, 2017).

Teniendo en cuenta la visión de Tresserras (2013), el mismo afirma que:

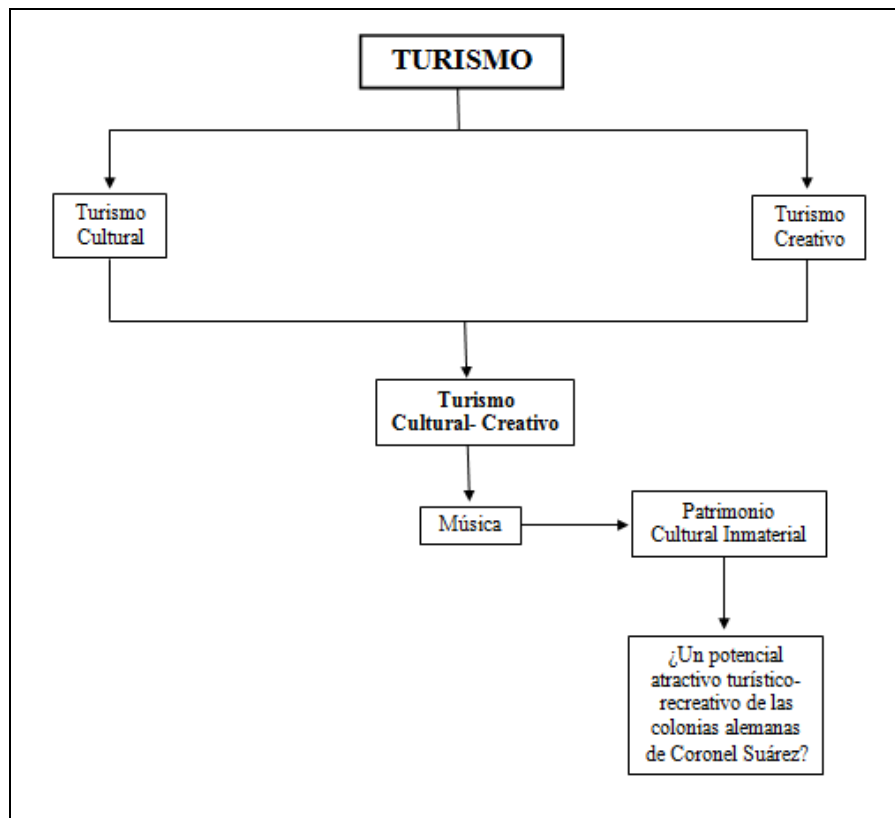
“En el ámbito del turismo naranja los nichos que están manifestando un mayor desarrollo son los vinculados al turismo patrimonial, al artístico, al turismo de festivales y sobre todo al vinculado con las industrias culturales y creativas, con nichos específicos como el turismo artesanal, el cinematográfico, el idiomático, el literario, el gastronómico, el turismo musical y de baile” (Tresserras, 2013:4).

Más allá de analizar la pertinencia y validez del concepto de turismo naranja en el ámbito académico o indagar acerca de su consideración como un elemento discursivo en el ámbito del marketing, se da cuenta aquí que el mismo es un constructo que surge desde la esfera de la gestión turística del patrimonio cultural con un objetivo particular: la creación de productos de base identitaria para su comercialización en un mercado de referencia.

En relación al estudio de caso, la música que representa e identifica a las colonias alemanas forma parte esencial de las costumbres y tradiciones, aspecto que fue transmitido de generación en generación y que hasta el día de hoy sigue vigente, como una característica principal de estos pueblos. El interrogante que se trata de dilucidar en la tesis, es si es posible una gestión de este componente cultural como recurso base para el turismo y la recreación en el ámbito de las localidades implicadas (Figura 1).

Figura 1

Del turismo cultural al turismo cultural-creativo



Fuente: Birkenstok, P., 2020.

2.2. Marco histórico

2.2.1. Breve reseña histórica de la configuración socioespacial de las colonias alemanas en Coronel Suárez¹

Durante el siglo XVIII, Alemania estaba gobernada por varios príncipes con sus estados independientes entre sí. Entretanto el país había sido devastado por guerras internas y externas. Además, las pequeñas parcelas de tierra no daban lo suficiente para alimentar las familias de los agricultores y los artesanos no encontraban trabajo (Seitz, 1968).

En 1762, tomó posesión del trono imperial ruso la Zarina Catalina II. En ese momento la zona del Volga era un desierto temido por la gente civilizada y por ser región peligrosa, poblada por toda clase de animales dañinos. La Zarina, enseguida de haber tomado posesión, emitió una proclama ofreciendo los terrenos del país para inmigrantes, principalmente procedentes de Alemania. Como hubo poca aceptación a su primera proclama, dio inmediatamente otro manifiesto con la misma finalidad, ofreciendo completa libertad y plenos derechos, lo cual significaba que los futuros pobladores podían garantizar la conservación de su religión, de su idioma, tener sus escuelas propias, ejercer sin control del estado su administración de las colonias, sus sociedades, su justicia, etc., con el derecho de vivir agrupados (Seitz, 1968).

Emigraron de toda Alemania, pero principalmente de Hessen y del Palatinado. De Lübeck, vía Mar Báltico a Rusia. Allí debían permanecer en Oranienburg para prestar el juramento como súbditos de la Zarina. Luego de muchas penurias llegaron a su destino, pero de lo prometido: aldeas con casas, no existía nada. Debían pasar el invierno en viviendas precarias de tierra (Semijanka, casas construidas bajo tierra) y de los 30.000 que emigraron de Alemania, 3.000 murieron en el camino y otros 4.000 en los dos primeros años de residencia en el lugar. La primera aldea o colonia fue fundada el 29 de junio de 1764, luego se fundaron 103 más a ambas orillas del río Volga (Melchior, 2012).

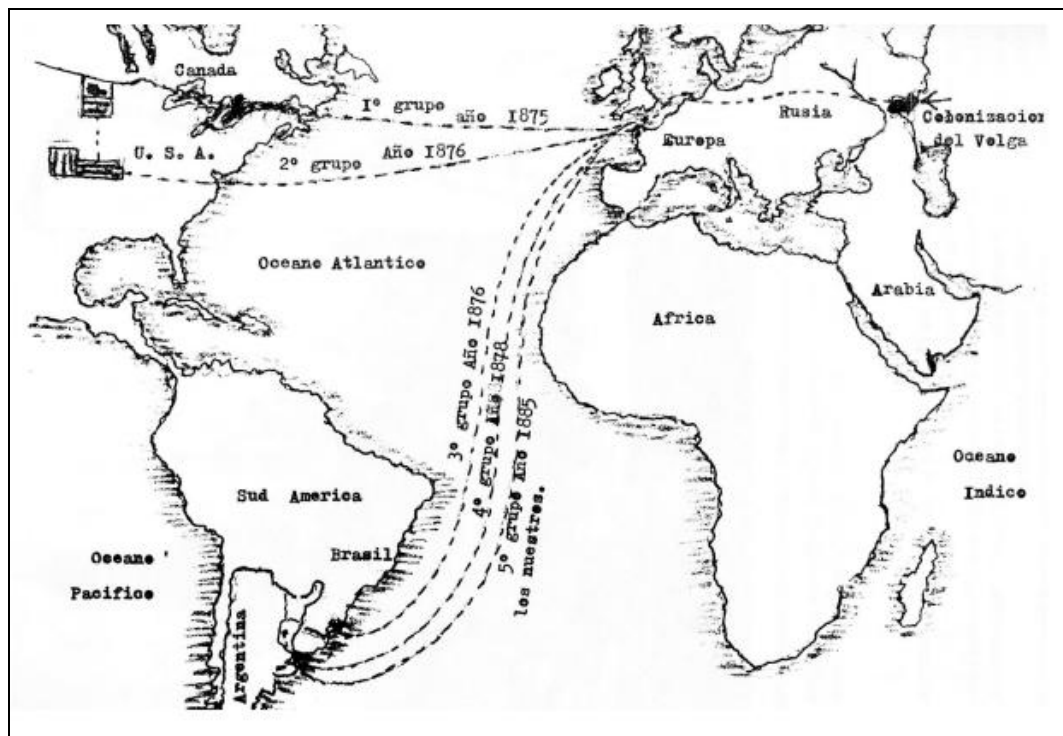
Después de los primeros años, comenzaron a mejorar las condiciones de las colonias, es así que cada una poseía escuela primaria y varias de ellas escuelas secundarias. Cien años más tarde todos esos privilegios fueron quitados. Debían prestar servicio militar, no conseguían nuevas tierras, no tenían más administración propia, la libertad religiosa era cada vez más restringida y la muerte sin piedad a hombres, mujeres y niños por parte de hordas salvajes

¹ Reseña histórica confeccionada a partir de: Colombo (1935); Seitz (1968); Melchior (2012); Periódico Nuevo Día Digital (2017).

y criminales. Por tal motivo, aparece nuevamente la idea de emigración. En este contexto, los primeros grupos se dirigieron a Estados Unidos y Canadá. Por otra parte, llamados por el Emperador Pedro de Brasil, un grupo partió del Volga rumbo a Río de Janeiro, San Pablo y Porto Alegre (Figura 2) (Melchior,2012).

Figura 2

Emigración de Alemanes del Volga a América



Fuente: Colombo, J., 1935.

Antes de su partida, el 14 de noviembre de 1877, los colonos se dirigieron a la iglesia para confesarse y recibir la Santa Comunión en la Misa (Seitz, 1968). Según lo expresado por el citado autor, cuando el sacerdote pronunció la palabra adiós, todos los ojos se humedecieron por la emoción de la separación. Terminada la Misa, se reunieron frente al templo, donde el coro entonó, en nombre de la comunidad, la canción de despedida que decía: “Ha llegado la hora de la partida; emigráis a América con su mujer y con hijos; no nos olvidéis, por última vez dadnos la mano porque no nos veremos más” (Seitz, 1968: 37).

El canto fue siempre, uno de los factores principales que mantuvo firme la cohesión de las familias. Hoy todavía se entonan en los hogares de esa descendencia, durante sus reuniones. Las diferentes canciones traducen triunfos y derrotas, alegrías y pesares, son

como una descripción de la propia vida, que a través de las generaciones van adaptando su significado a las realidades que ocurren y que tienen relación con el aspecto ético de la persona (Seitz, 1968).

Más de mil individuos comenzaron a emigrar. El 24 de diciembre de 1876, el primer grupo arribó a Buenos Aires. Allí recibieron del presidente Avellaneda 10.000 hectáreas en la zona de Azul. En ese territorio nació la primera colonia de alemanes del Volga en Argentina: Hinojo. Unos días más tarde llegó otro grupo, que se radicó en la provincia de Entre Ríos. Posteriormente, se fundó Colonia Nieves y a los 3 años, en 1881, Colonia San Miguel, en la provincia de Buenos Aires. En 1886, el Padre Luis Servett, párroco de Hinojo, se dirige a Sauce Corto, para ponerse en contacto con la administración y comenzar las tratativas de las tierras. Por tal motivo, 50 familias, en el año 1887, se asentaron en el actual partido de Coronel Suárez, formando tres nuevas colonias, llamadas 1, 2 y 3, que son hoy los pueblos: Santa Trinidad, San José y Santa María, respectivamente.

CAPÍTULO III: ANÁLISIS DEL ÁREA Y TEMÁTICA DE ESTUDIO



3. Análisis del área y temática de estudio

3.1. Localización y aspectos socioeconómicos básicos de las colonias alemanas

Las tres colonias de alemanes del Volga que forman parte del área de estudio se localizan en el partido de Coronel Suárez (Figura 3), en el sudoeste bonaerense. La Colonia N° 1, Santa Trinidad, ubicada a 5 kilómetros de la ciudad de Coronel Suárez, fue fundada el 3 de octubre de 1886 por las familias de la aldea Hildmann. Ésta era la que menos hectáreas poseían con respecto a las demás (unas 500), debido a que sus habitantes se dedicaban a trabajos jornales, acarreando arena del Paso Cavado en el Arroyo Corto. La Colonia N° 2, pueblo San José, fue fundada el 13 de abril de 1887, por las familias de la aldea Dehler y Volmar. Se emplaza a 10 kilómetros de la ciudad cabecera del partido. Ésta fue la más poblada de las tres, pero con el paso del tiempo y por diversas causas, perdió el 40% de las tierras. Por último, a 15 kilómetros de Coronel Suárez se ubica Santa María, conocida como Colonia N°3. Ésta se crea el 11 de mayo de 1887 por las familias de la aldea de Kamenka. Tenía una extensión de 9.800 hectáreas. Algunos de sus pobladores iniciales fueron: Graff, Meier, Stremel, entre otros (Periódico Nuevo Día Digital, 2017).

La accesibilidad a los pueblos alemanes se da a través de cuatro rutas provinciales que atraviesan el distrito y lo conectan con el resto de la provincia. Estas son las rutas N° 60, N° 67, N° 76 y N° 85.

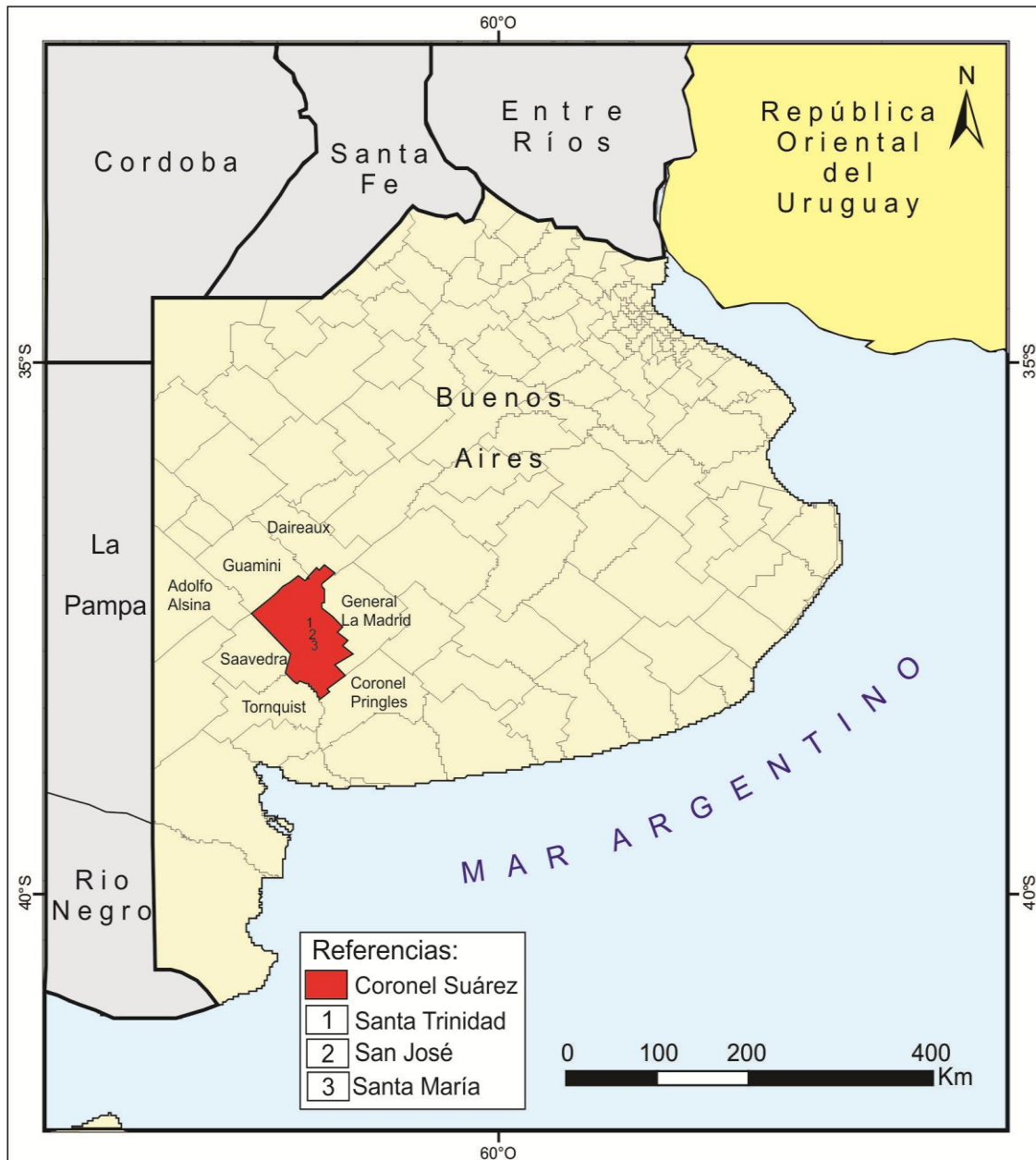
El último Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas realizado en el año 2010 por el Gobierno Nacional, arrojó un total de 5.540 habitantes en las tres colonias alemanas, concentrando el 27% Santa Trinidad, el 40% San José y el 33% Santa María (INDEC, 2010).

La economía de los pueblos alemanes se basa principalmente en la producción agropecuaria. Otras de las actividades de índole económica que llevan a cabo, tienen que ver con lo relacionado a tareas específicas de mano de obra profesional como albañilería, carpintería, herrería, mecánica, entre otros. Asimismo, en pueblo San José se encuentra actualmente en funcionamiento un molino harinero. Por último, una de las actividades que ha tomado un gran auge en los últimos años es la creación de micro-emprendimientos familiares, relacionados con la fabricación y venta de indumentaria deportiva. Cabe aclarar, que entre los años 2007-2009 fue el pleno desarrollo de la fábrica que produce calzado deportivo y otros productos complementarios (Vulcabras - Azaleia, lo que

antiguamente fuera Adidas), ubicada en la ciudad cabecera de Coronel Suárez, la que tuvo un fuerte impacto en el nivel de empleabilidad de los pueblos alemanes y la zona.

Figura 3

Ubicación geográfica de las colonias: Santa Trinidad, San José, Santa María



Fuente: Birkenstok, P., 2019, sobre la base de ArcGIS 10.3.

En relación al turismo, en Santa Trinidad, San José y Santa María, desde hace unos años parte del acervo histórico cultural, constituido sobre la base de su patrimonio material e inmaterial (arquitectura, religión, gastronomía, etc.), ha sido base fundamental para la realización de las llamadas fiestas típicas alemanas, eventos que buscan rescatar lo más

representativo de las tradiciones de la región del Volga, orientados tanto a residentes como visitantes. Asimismo, el pueblo de Santa María forma parte del programa de Pueblos Turísticos de la provincia de Buenos Aires, configurando una red de pequeños poblados con ciertos beneficios en la promoción y difusión turística.

3.2. Algunos aspectos culturales de la colectividad alemana en las colonias

Los alemanes del Volga, como así también otros pueblos que tienen una historia tan profunda, poseen un gran abanico de costumbres y tradiciones que perduran en el tiempo, gracias a que éstas son transmitidas de generación en generación, como lo fueron las recetas de comidas típicas, la música, la danza, la organización familiar patriarcal, la religión, la lengua, entre otras (Nuevo Día Digital, 2017).

Respecto a las construcciones de las **primeras viviendas**, se caracterizaron por su sencillez y amplitud, solían ser de adobe secado al sol. En lo que se refiere a la fachada, se podía observar una puerta de acceso peatonal junto con un portón de ingreso vehicular. A medida que la posición económica de una familia mejoraba, lo más común era que las edificaciones fueran variando, siendo éstas de ladrillos a la vista, con detalles trabajados en madera y grandes postigones en las ventanas. Una característica que comparten, es que el ingreso a la casa propiamente dicha se encuentra de manera perpendicular a la calle, accediendo en primera instancia al patio, para luego entrar a una gran galería (o también llamado corredor) y desde allí acceder a la vivienda; todo esto denota la privacidad de cada hogar (Vázquez, 2014) (Figura 4).

Figura 4

Viviendas tradicionales



Fuente: Birkenstok, P., 2019.

Cada colonia cuenta con una avenida principal de unas 10 cuadras de largo, la que finaliza con la construcción de las llamadas “casonas”, en donde vivían familias de gran prestigio económico y social. En dichas avenidas, tienen lugar las actividades sociales y culturales más importantes de las colonias, como lo son las fiestas típicas alemanas, desfiles, entre otras (Sparragus, 2014).

La **religión** es un aspecto muy importante en la vida de los alemanes del Volga, específicamente el catolicismo, y esto se evidencia en el tiempo, dedicación, y en la preocupación por poseer en cada una de sus colonias una iglesia. Fueron ellos mismos quienes construyeron sus templos y los reacondicionaron siguiendo el crecimiento de los pueblos. En este contexto, se destacan la parroquia Santísima Trinidad en la Colonia 1, San José Obrero en la Colonia 2 y Natividad de María Santísima en la Colonia 3 (Heumann, 2012).

Otro aspecto relacionado con la religión, es la celebración de la Fiesta Patronal del Pueblo, conocido como las “Kerb”. Esta palabra, viene de dos vocablos alemanes que quiere decir iglesia y consagración; por lo tanto, ese día es la consagración de la Iglesia al Patrono de cada colonia. En sus orígenes, los festejos iniciaban con los oficios religiosos, la misa cantada y la procesión, presidida por la estatua del patrono y encabezada por el sacerdote de la aldea. En esta expresión de culto no solamente se reflejaba la religión de sus habitantes, sino que era un tiempo en que se explicitaba la vida entera de sus integrantes; no era simplemente un acto de religiosidad, sino que en cada inmigrante estaban presentes las enseñanzas cristianas en todos los actos de su vida. Tales festejos, se siguen practicando en la actualidad, por los habitantes pertenecientes a cada pueblo.

Además de las expresiones culturales mencionadas, los alemanes del Volga poseen una amplia y variada **gastronomía**, con una marcada predilección por las comidas altamente calóricas que han sabido permanecer con el paso del tiempo y que es por esta razón que son disfrutadas por casi todos los habitantes de las colonias. El fundamento de la predilección de este tipo de platos de alto contenido calórico, tiene su origen arraigado al clima frío de Alemania, que hace necesario el consumo de este tipo de alimentos (Maier Schwerdt y Melchior, 2007).

Algunas comidas típicas que siguen cocinando los actuales habitantes de las colonias son:

- Saurekumer: pepinos encurtidos en vinagre.
- Wickelnudelo vickelklees: Arrollados de masa.

- Fillzel: budín de pan.
- Chucrut: repollo encurtido.
- Kwast: cerveza artesanal de los Alemanes del Volga.
- Riwelkucge o dinnekucge: torta alemana.
- Strudel: torta de manzana.

Respecto a su **vestimenta**, los alemanes del Volga confeccionaban su propia ropa, la que albergaba características muy particulares y tradicionales. Los hombres utilizaban camisa abotonada sin cuello. Las damas de edad avanzada, vestían vestidos de colores oscuros y llevaban la cabeza cubierta con un pañuelo amplio. Las jóvenes casadas usaban pañuelos bordados y flecos, y las señoritas lucían trenzas. La iglesia o las bodas matrimoniales eran el lugar donde se lucían las mejores prendas. La vestimenta femenina se exhibía con mayor elegancia y se adornaban más que los hombres (Melchior, 2012). Al emigrar a América, y con el correr de los años, poco a poco fueron adoptando la indumentaria de los nativos. Aunque las mujeres continuaron conservando los vestidos sobrios, largos y de colores oscuros, así como los delantales y los pañuelos en la cabeza. En general, las mujeres fueron las más conservadoras. En tanto que los hombres de campo o de las colonias optaron rápidamente por la ropa práctica que les facilitara la tarea rural (Melchior, 2016).

Hoy en día, la vestimenta típica alemana se puede apreciar en los grupos de danza y en referentes sociales de los pueblos, quienes, en ocasiones particulares, lucen dichas prendas para conmemorar parte de la cultura.

En la actualidad, en las colonias sigue existiendo, diferentes **dialectos** que los pobladores trajeron consigo, es así que podemos encontrar pronunciaciones, con leves variantes que responden al origen de las aldeas de la zona del Volga, en Rusia, y éstas a su vez de Alemania, antes del éxodo. El uso del dialecto alemán se observa en los residentes mayores de edad.

En cuanto a las **fiestas típicas** que se realizan en los pueblos alemanes, hoy en día todavía existen algunos eventos, que tienen como finalidad mantener y conservar las tradiciones heredadas de sus antepasados. Entre ellas podemos encontrar, la Fiesta de la Carneada y la Fiesta de la Cerveza.

En los últimos años comenzó a realizarse diferentes eventos que definen neo-identidades a partir de la revitalización del patrimonio de estos pueblos, como es la Die Volga Fest en

Santa Trinidad, Fullsen Fest en San José y Strudel Fest en Santa María. Estas fiestas buscan revalorizar todo lo que los descendientes de alemanes del Volga han conservado y de alguna manera comparten con los visitantes para que este legado siga latente.

3.3. La música como patrimonio cultural inmaterial de los alemanes del Volga

Al igual que las expresiones descritas anteriormente, la música es un componente cultural de relevancia, transmitido de generación en generación. Ésta forma parte de festejos, como los casamientos y diversas fiestas, donde se glorifica a Dios y a la patria, cuyas letras expresan sentimientos como la gratitud. Melchior (2016) afirma que:

“Versos y música rememoraron el desgarrador exilio de Alemania, la forzada despedida de la aldea volguense; el difícil afincamiento en la República Argentina; y la miseria y sufrimiento de mil infortunios, guerras, hambrunas, epidemias y esperanzas inciertas; esperando, siempre esperando el mañana mejor” (Melchior, 2016: 179).

Los alemanes del Volga supieron crear coros, los cuales conservan la música y las letras de las canciones tradicionales. Dentro de los instrumentos que utilizan se encuentra el acordeón, uno de los pilares fundamentales donde se sustenta este legado. También emplean otros instrumentos musicales de preferencias como el violín, zimbab y verdulera.

Las canciones populares, que resultan diversas, se pueden clasificar de la siguiente manera: canciones de ronda; coros para los días de fiesta; cantos de circunstancias, entre los cuales el epistolario es el más cultivado; canciones callejeras; serenatas a coro; el canto campesino, que son melodías a una sola voz y de los más variados géneros; y canciones de cuna, algunas que pasaron por más de 20 generaciones (Maier Schwerdt y Melchior, 2007).

Con respecto a esta última, Melchior (2016) agrega:

“El Tross- tross- trillie es la canción de cuna por antonomasia de los Alemanes del Volga (Tabla I)... Hicieron que esta canción sobreviviera por siglos, manteniendo sin embargo inalterable su esencia primordial que es acunar con su letrilla simple, y su dulce música, que también sobrevivió a los años, a los niños de los Alemanes del Volga” (Melchior, 2016:172).

Tabla I

Versos de la canción popular de Cuna

Dialecto originario	Traducción al castellano
Tross-tross-trillie	Arre, arre, caballito
Der Bauer hot ein Fihllien	Arre, arre, caballito,
Des Fihllien kan net lofen	el campesino tiene un potrillito,
Der Bauer wils ferkofen	el potrillito no puede caminar,
Reiten über den Grobe	el potrillito tiene que ser cargado,
Pum-pum fallen hineim	pum, pum,
Und muss bersofen.	cae en la zanja.

Fuente: Melchior, 2016.

Los alemanes del Volga, además de las formas destacadas, materializan la música a través de la danza, buscando representar y mantener las tradiciones de los antepasados. En la actualidad existe un grupo perteneciente al pueblo Santa María, llamado Ballet de Danzas Alemanas “Alles Froh”, que pone en escena bailes típicos. Utilizan vestimenta tradicional, las mujeres polleras largas con camisas blancas, delantales y chalecos; los hombres pantalones con tiradores negros y polainas (Figura 5). Además de la expresión de este género musical, también bailan polcas y valeses.

Figura 5

Ballet de Danzas Alemanas “AllesFroh”



Fuente: Detzel, J., 2019.

3.3.1. La valoración de la música alemana entre los referentes activos de la colectividad

La música como manifestación artística y cultural cobra diferentes sentidos, generando diversas emociones, no solo de quienes la ejecutan, sino también de aquellos que la escuchan. Adquiere diversas formas, valores y funciones según su contexto. Constituye una forma de expresión individual y colectiva. En el caso de la música alemana, está estrechamente vinculada a la música popular, puesto que, representa las costumbres y tradiciones de un pueblo específico, y son transmitidas de generación en generación como parte de su identidad.

Con el objetivo de indagar acerca de la valoración social de este género musical entre los miembros de la colectividad, se entrevistaron a dos personajes clave referentes de los pueblos alemanes². Uno de ellos, el Sr. Juan Hippener, de 68 años de edad, quien vivió toda la vida en el pueblo San José, encargado de mantener las tradiciones y costumbres a través de diferentes eventos, vinculados con la gastronomía, la música, el idioma y la fe de la comunidad alemana. Al respecto afirma:

“...La música ocupa un lugar privilegiado en cada evento que hacemos. Más allá de los que se puedan hacer con la comida, la música siempre acompaña, a través de una persona con el bandoneón o una guitarra, pero la música siempre estuvo y está en todos los eventos” (Hippener, 2019).

Tal como expresa Hippener, esto se ve reflejado en cada acontecimiento programado llevado a cabo por las colectividades alemanas. Es el caso de la Fullsen Fest, realizada en el mes de noviembre, en donde grupos de danzas, propios de las colonias y la zona, demuestran a través del baile, no solo las tradiciones musicales sino también la vestimenta que los caracteriza y los instrumentos propios del estilo musical. En la última edición, estuvieron presente el grupo Ballet Folclórico Ucraniano Yaraví, Ballet de Niños Alles Froh y Ballet Immer Truff de Colonia Barón, cuyos integrantes rondan entre 18 y 40 años. A éstos, según lo resaltado por el entrevistado, se les puede adicionar otros como: Brisas Alemanas (Aldea San Antonio, Entre Ríos), Ritmo Inmigrante (Santa Anita, Entre Ríos) y Grupo Astral (Stroeder, Buenos Aires). En este tipo de festividades, las tradicionales

² Se quiere aclarar que también se quiso entrevistar al Sr. Julio Cesar Melchior, escritor nacido en Pueblo Santa María. Éste no tuvo predisposición y apertura a la realización de las preguntas, a pesar de que se lo consultara en reiteradas oportunidades.

En el anexo N° 1 se presenta un modelo de entrevista semi-estructurada con las preguntas base realizadas al resto de los informantes clave.

orquestas cobran gran importancia, ya que no solo animan las reuniones, sino que permiten revivir su música auténtica.

Respecto a la herencia musical y la importancia de cómo ésta se transmite a las generaciones más jóvenes, Hippener refiere que:

“...Es importante que se mantenga el legado. Hay que mantener las tradiciones, las costumbres, que esto es algo que en mi caso hace más de 30 años que estoy en el rubro, en distintos eventos, y he logrado acontecimientos grandes acá en Suárez...Se nota mucho que los chicos jóvenes están abocados a la música alemana. Lo veo mucho en la banda municipal. Muchos jóvenes tienen interés, son el futuro, hay que ir inculcando a las nuevas generaciones a qué participen...” (Hippener, 2019).

Hoy en día, en las festividades ya mencionadas, se incorporan nuevas bandas, cuyas propuestas son el resultado de la fusión de la música alemana tradicional, junto a otras melodías y sonidos, provenientes del rock, punk, de la cumbia, entre otros. Un claro ejemplo de ello son los Volga Roses y Polka Rock. Ambas bandas compuestas en su mayoría por jóvenes, en donde no solo incorporan los instrumentos propios del estilo, sino también parte de la vestimenta tradicional, al igual que el dialecto, lo que hace que el espectador pueda visualizar las costumbres típicas de una manera creativa e innovadora. De esta manera, se logra a través de la música unir generaciones y transmitir un mensaje cultural de integración, de fiesta y alegría. En tal sentido, Hippener agrega: *“Todo se va modernizando, como por ejemplo el grupo Polka Rock. Al comienzo pensé que no iba el rock con el polka pero los chicos hicieron algo muy increíble”* (Hippener, 2019).

A modo de cierre, el entrevistado, hace una pequeña petición dirigida específicamente a las nuevas generaciones, diciendo:

“...A los jóvenes les diría que continúen con la música alemana, con las instituciones. Eso es lo mejor para que logren ser una buena persona, ya que tienen que ser alguien en alguna institución, que lo que buscan es hacer crecer a los jóvenes, ser un buen ciudadano, formalizarse y ser el futuro de este país... A mí me encanta la música. Hay que insistir y esperemos que se continúe...” (Hippener, 2019).

Continuando con los jóvenes y la relación de ellos con la música, resulta oportuno citar a otro de los entrevistados, el Sr. Albino Lang (82 años). Nacido en Coronel Suárez, es reconocido por su trayectoria musical, tal es así que en el año 2013 fue distinguido como ciudadano destacado, por sus 70 años dedicados a la música. Lang comenta al respecto: *“Es muy importante que se mantenga el legado cultural. La música transmite buena onda*

a la gente, a los chicos que estudian también. Es muy importante para la educación, tienen disciplina. Que no se pierda nunca” (Lang, 2019).

Como se mencionara en apartados anteriores, los instrumentos cobran gran importancia en este estilo musical. Se destacan: bandoneón, acordeón, violín, clarinete y cello. En tal sentido, el Sr. Lang, comenta:

“...Aprendí a tocar el bandoneón cuando tenía 12 años, me enseñó mi tío José Scheffer. Tarareaba alguna canción en alemán, buscaba las notas, sacaba las canciones de oído...Sé tocar el bandoneón y el piano. También toco el acordeón. Pero el que más me gusta es el bandoneón, instrumento típico de la música alemana...” (Lang, 2019).

Otro de los instrumentos es el hackbrett, también llamado zimbab, instrumento musical usado en las aldeas alemanas del Volga y luego también construido en Argentina. En la actualidad, se encuentra en desuso, debido a que los instrumentos mencionados anteriormente, presentaron popularidad y se integraron a la música alemana de manera totalitaria.

Respecto a la transmisión de la música como patrimonio vivo, hoy en día los modos de divulgar el aprendizaje musical que antiguamente se utilizaban se han modificado, el entrevistado alude:

“...Los jóvenes hoy tocan pero no transmiten mucho al público. La mayoría no sabe oír música. Que se transmita de generación en generación se perdió. Lo bueno que tenemos en Coronel Suárez es la escuela de música. De ahí salen chicos muy buenos, buenos lectores. Ahí tienen que saber leer música, le enseñan los valores de las notas...” (Lang, 2019).

En relación a la educación, ambos entrevistados concluyen que es importante que se reconozca la música alemana por parte de toda la población y las futuras generaciones. Destacan a la Escuela de Música y la Banda Municipal Bartolomé Mitre, ya que son instituciones destinadas a formar futuros profesionales en el tema, en lo que hace a la teoría, solfeo y ejecución de instrumentos musicales. La Banda Municipal está integrada por niños, jóvenes y adultos de ambos sexos. Dicha organización ha sostenido una matrícula relevante de alumnos por más de 60 años. Se caracteriza por el compromiso desinteresado de quienes la conforman y dirigen y por su espíritu solidario y servicio a la comunidad a través de la música. Ambas instituciones también se encargan de interpretar distintos géneros del repertorio popular, marchas patrias, folklore y también música de la cultura de los alemanes del Volga, como cantos religiosos, polkas, valeses, marchas militares alemanas, entre otras.

En términos generales, la música alemana se escucha principalmente, cuando hay algún evento como fiestas tradicionales, fiestas patronales de cada pueblo, o en los bailes populares, en donde se cuenta con la participación de orquestas.

Actualmente, en Pueblo Santa María, un grupo de jóvenes, entre ellos estudiantes de historia, geografía y turismo, se encargan de realizar circuitos turísticos en determinadas fechas, con el fin de que los visitantes y residentes puedan conocer la historia de la localidad, los detalles arquitectónicos, su ubicación en un contexto social y temporal, la gastronomía y la música. Esta última de gran importancia, puesto que, en los versos y melodías, se expresan las vivencias, modismos y creencias de los antepasados.

De esta forma se puede concluir que, a pesar del tiempo transcurrido, las nuevas tecnologías, y los diversos cambios culturales que la sociedad va atravesando, existen, en una minoría, instituciones y jóvenes con gran interés en conocer y aprender los diversos aspectos que forman parte de las tradiciones más arraigadas de los pueblos alemanes, entre las que se destaca la música, como expresión del patrimonio cultural inmaterial.

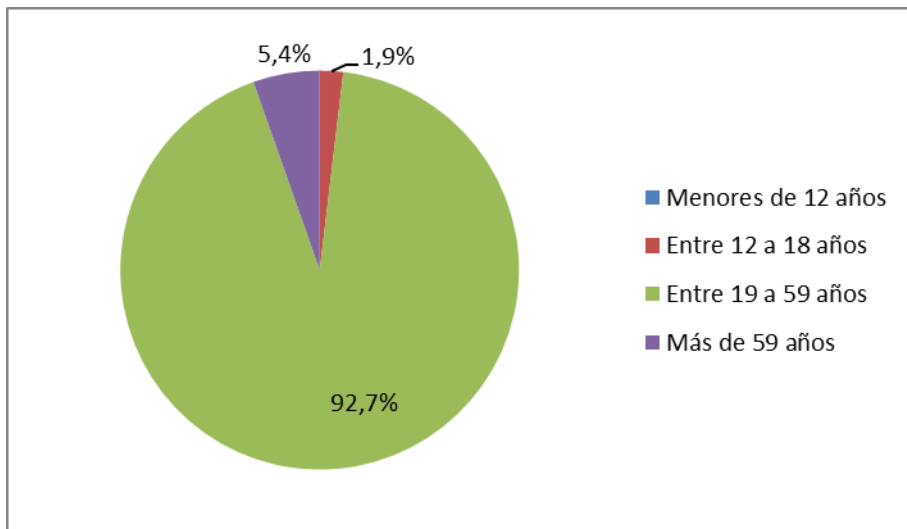
3.3.2. La visión de los residentes acerca de la música alemana

Durante los meses de octubre a diciembre de 2019, se realizaron un total de 264 encuestas a los residentes de Coronel Suárez, dada la proximidad y relación estrecha con las colonias, y a los habitantes de los pueblos alemanes: Santa Trinidad, San José y Santa María, con el fin de obtener datos acerca del conocimiento y la importancia que tiene la música alemana en esta población³. A partir de las mismas, se realiza un sondeo, sin extrapolar y generalizar resultados sobre el universo de análisis.

En la figura 6, se representa el porcentaje de residentes encuestados, el que se segmentó en cuatro grupos etarios. El que más índice de respuesta obtuvo fue aquel comprendido entre los 19 a 59 años, que constituye el 92,7% de los encuestados. Esto puede relacionarse con aquellas personas que tienen acceso a la plataforma digital y hacen uso de las redes sociales, como Facebook, en las que se difundió el cuestionario. En segundo lugar, el segmento de más de 59 años, representó el 5,4%. En tercer lugar, el grupo entre 12 a 18 años (1,9%) y, por último, los sujetos menores a 12 años, de los cuales no se registraron datos.

³Las encuestas se realizaron de forma on line, utilizando la plataforma Formularios Google. El tamaño de la muestra fue de carácter no probabilístico o dirigido. En el anexo N° 2 se presenta un modelo de cuestionario.

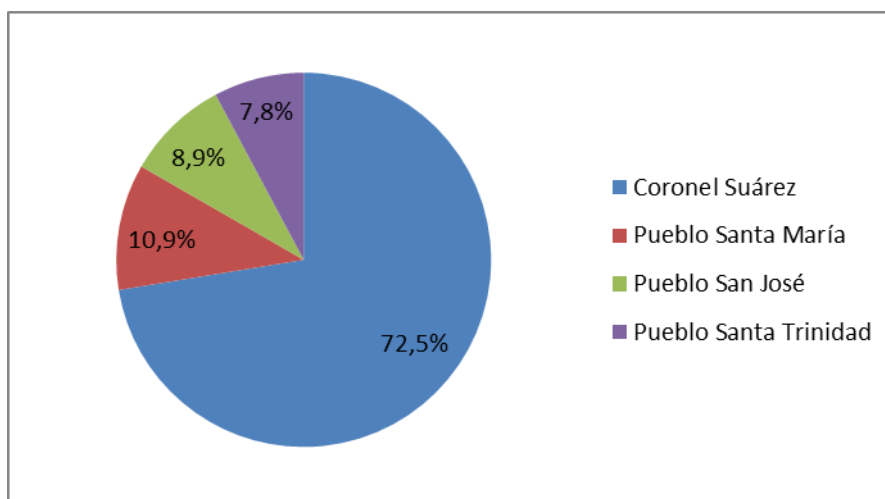
Figura 6

Población total encuestada según grupos etarios

Fuente: Birkenstok, P., 2019.

Respecto al lugar de residencia de los encuestados, correspondieron a la localidad de Coronel Suárez un 72,5%, mientras que un 10,9% perteneció a Pueblo Santa María, 8,9% a Pueblo San José y el 7,8% a Santa Trinidad (Figura 7).

Figura 7

Población encuestada según lugar de residencia

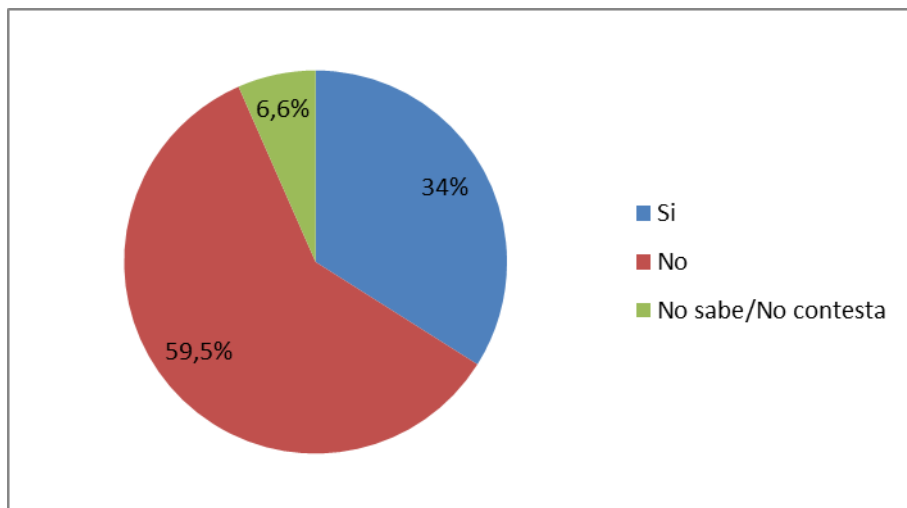
Fuente: Birkenstok, P., 2019.

Con relación a la pertenencia a la colectividad alemana, el 34% expresó formar parte de la colectividad, mientras que casi el 60% no integra dicho colectivo. Sólo un 6,6% no respondió o no supo contestar a la pregunta (Figura 8). En este sentido, quienes habitan las

colonias, manifiestan reunirse en diversos espacios, como clubes, fiestas patronales, u otros espacios, a fin de conservar sus tradiciones e identidad.

Figura 8

¿Pertenece a la colectividad alemana?

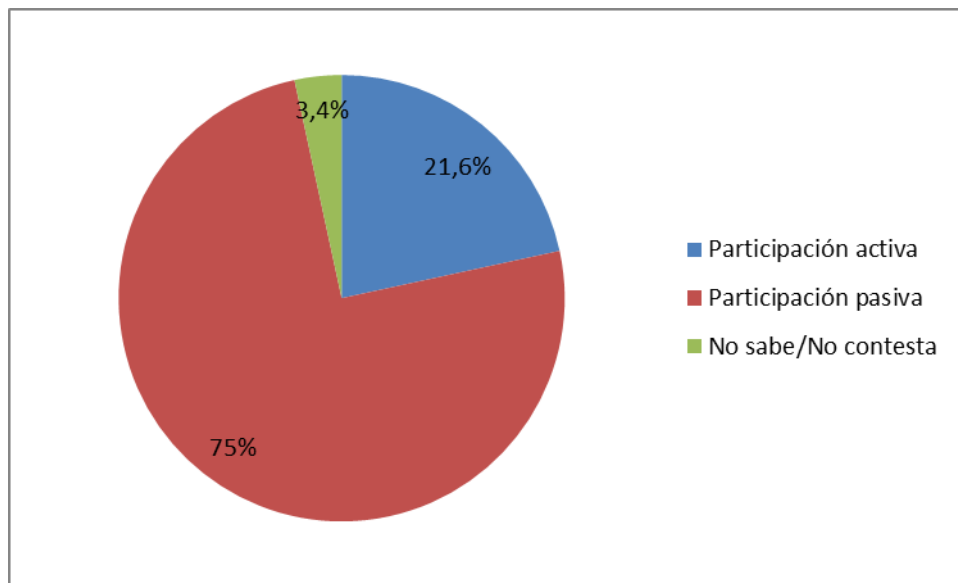


Fuente: Birkenstok, P., 2019.

Otro de los aspectos que se analizó, es la participación de los miembros de la colectividad en los diversos eventos que se llevan a cabo (Figura 9). Los datos recabados muestran que el 75% de los miembros pertenecientes a la colectividad alemana, no participan de forma activa en las expresiones culturales, pero si concurren como visitantes a dichos eventos; mientras que, el porcentaje restante (21,6%), sí lo hacen, desde la programación de actividades hasta la concreción de las mismas. La mayoría de estas personas, tienen a su cargo, tareas específicas y pertenecen a instituciones, generalmente sin fines de lucro.

De acuerdo a los datos obtenidos, un 85,7% de los encuestados afirmaron conocer la música perteneciente a las colectividades alemanas, entre las que se destacan las polkas y los valeses, siendo éstos los géneros más populares. En menor medida, se reconocieron el folklore alemán, foxtrot, himnos y las marchas.

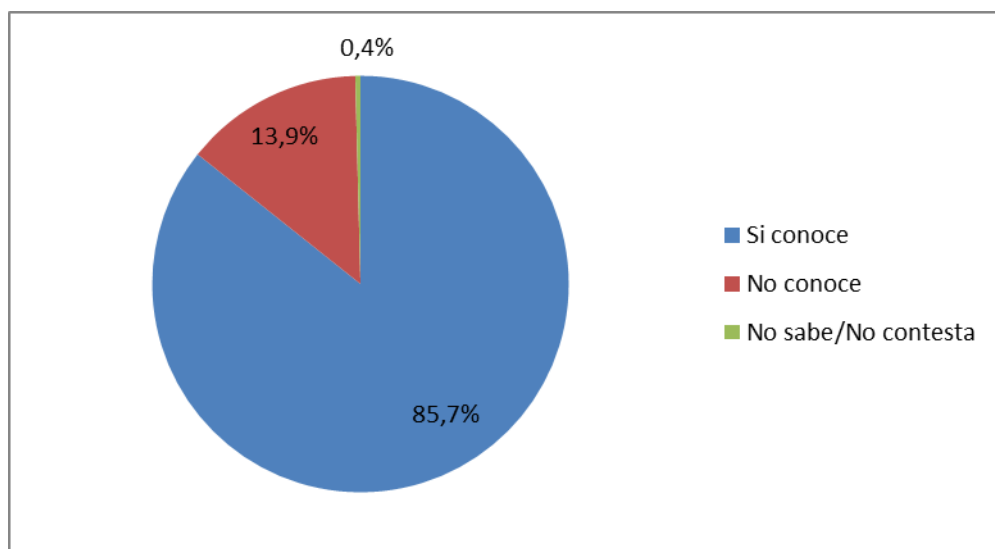
Figura 9

Participación en la colectividad alemana

Fuente: Birkenstok, P., 2019.

Respecto de dónde escuchan y bailan estos estilos musicales, los residentes mencionaron en primera instancia, las kerb, fiestas patronales de cada pueblo; en la radio; y en segunda instancia, en aniversarios de clubes, casamientos, en hogares particulares, entre otros. El 13,9% refiere no conocer estos estilos (Figura 10).

Figura 10

Conocimiento de la música perteneciente a las colectividades alemanas

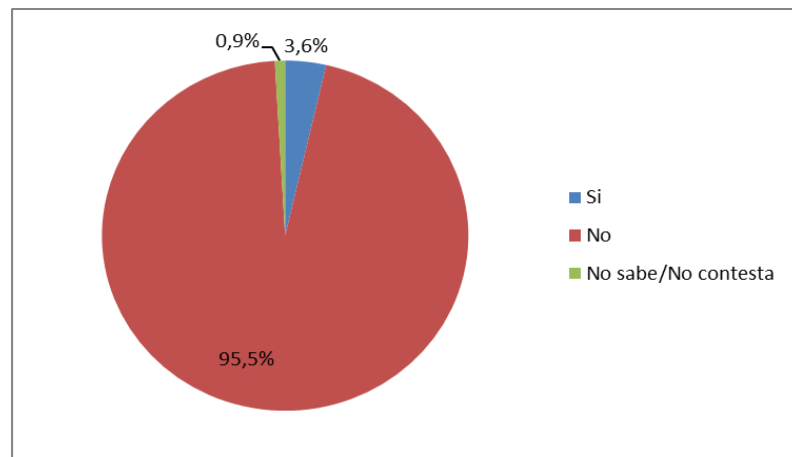
Fuente: Birkenstok, P., 2019.

Al indagar acerca de quiénes saben tocar música alemana, los datos muestran que el 95,5% no tienen los conocimientos acerca del género, mientras que solo el 3,6% sí sabe. El instrumento predominante es el acordeón, seguido por la guitarra criolla. Los encuestados mencionaron que aprendieron en la Escuela de Música, a través de un profesor que brindaba clases particulares o por algún familiar (Figura 11).

Por otro lado, se puede afirmar que el 33,3% de la población de aquellos que no saben tocar música alemana, manifiesta querer aprender el estilo musical, a través del acordeón y bandoneón, mientras que el 50,2% no desea aprender. El porcentaje restante (16,1%) no contestó la pregunta (Figura 12).

Figura 11

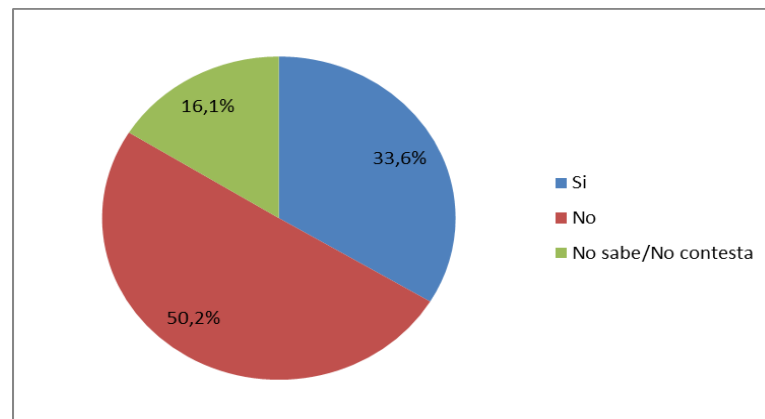
¿Sabe tocar música alemana?



Fuente: Birkenstok, P., 2019.

Figura 12

¿Le gustaría aprender a tocar música alemana?



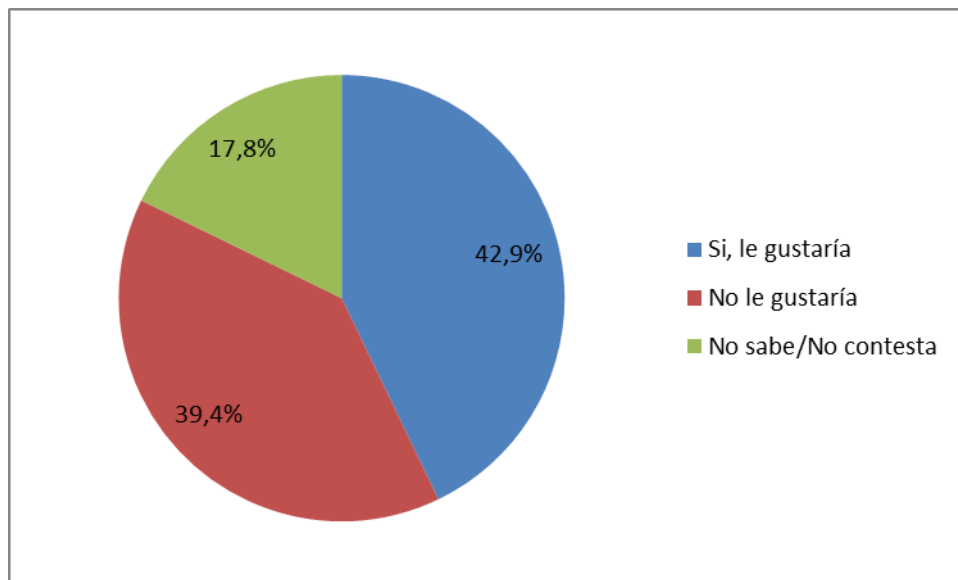
Fuente: Birkenstok, P., 2019.

En cuanto a la difusión de la música alemana en los distintos ámbitos, los encuestados proponen las siguientes alternativas, a fin de que la misma continúe vigente: transmisión del estilo musical en las escuelas a través de clases de música, en talleres específicos, eventos exclusivos de música y danza alemana con diferentes shows y bailes, una radio exclusiva dándole un lugar preponderante a este tipo de música o en algún segmento destinado a la misma en las radios locales, o también en el canal de televisión de Coronel Suárez, haciendo un programa especial que explore estas prácticas y manifestaciones culturales.

Con respecto a la cantidad de encuestados que les gustaría aprender y saber más acerca de la historia y representaciones identitarias de la música alemana, el 42,9% se manifestó en forma afirmativa, mientras que el 39,4% expresó que no tiene interés al respecto (Figura 13).

Figura 13

Encuestados que les gustaría aprender más sobre la música alemana



Fuente: Birkenstok, P., 2019.

Para finalizar, gran porcentaje de los individuos, el 72,3%, consideró suficiente los eventos que se realizan en los pueblos alemanes para dar a conocer este legado cultural, mientras que el 27,7% manifestó que no son suficientes, por lo que proponen distintas alternativas para difundir esta costumbre. Entre ellas, acontecimientos programados dedicados exclusivamente a este género musical, encuentro de acordeonistas, clases para aprender música alemana una vez a la semana y conciertos de polkas al aire libre.

3.3.3. La música como potencial atractivo turístico: ¿Interés o desinterés por parte de los actores clave?

A continuación, se analizan las entrevistas realizadas a la representante de Turismo de Coronel Suárez y a una referente del Área de las colonias alemanas. En primera instancia, se obtuvo información de la Licenciada en Turismo Sofía Gerk, quien se encuentra a cargo de la Subdirección de Turismo del Municipio desde el mes de diciembre de 2019; y, en segundo lugar, se entrevistó a la Srta. Rocío Reser, Técnica en Turismo y presidenta del Centro Cultural “Héctor Maier Schwerdt”, ubicado en pueblo Santa María, quien está a cargo de la organización de los diferentes eventos vinculados a la cultura de las colectividades.

En las entrevistas se abordaron diversas temáticas, entre las que se destacan las costumbres alemanas, las distintas fiestas patronales llevadas a cabo en las colonias y la música como expresión clave, que de manera directa o indirecta forma parte de todas las manifestaciones culturales de la colectividad.

En relación a las fiestas patronales, como lugar donde la música alemana alcanza gran representatividad, Reser manifiesta que en Santa María particularmente:

“El objetivo de la Fiesta Patronal es dar a conocer toda la cultura religiosa y también es dar a conocer toda la gastronomía alemana, las instituciones, la música, la danza, cómo trabajaban los antepasados. Se hace un desfile cívico, donde todas las instituciones del pueblo participan y tratan siempre de demostrar todas las costumbres y tradiciones que nos han dejado nuestros abuelos. Los niños del Jardín de Infantes se visten con la vestimenta típica. La idea es mostrar todas esas costumbres y el objetivo es que no se pierda y que sigan de generación en generación. Esa siempre fue la idea de trabajar y enseñarle a los niños” (Reser, 2020).

En concordancia con lo expuesto, la Lic. Gerk expresa que:

“El Municipio siempre acompaña y apoya con fondos económicos. Desde el área de turismo lo que nosotras quisimos hacer es armar una especie de estadísticas. Aquí en la oficina no tenemos estadísticas concretas, hace muchos años que hay ausencia de esos números, y para planificar o pensar proyectos, es necesario pensar con números. Nuestra intención fue tener esos números más concretos de la Fiesta del Strudel, entonces estuvimos el día domingo, que está el strudel gigante. Ese día estuvimos paradas en el ingreso, haciendo una entrevista a cada auto. Ahí logramos sacar datos, la cantidad de personas, de dónde provenían, por cuánto tiempo se quedaban, los que se quedaban dónde se quedaban. Desglosamos datos interesantes para también poder pensar en las fiestas futuras. Nuestra participación puntualmente fue extraer datos estadísticos de la fiesta” (Gerk, 2020).

Ambas informantes coinciden en que estos eventos son importantes y representativos de la cultura alemana, no solo para reforzar estos valores en los pueblos, sino también para mostrarlos a quienes no los conocen. En cuanto a la música en particular, si bien forma

parte de dichos eventos, lo hace desde un lugar del entretenimiento, y esto se ve demostrado en las bandas y orquestas invitadas a participar con su música típica, en las diferentes agrupaciones de baile y en la presentación de instrumentos, principalmente en los desfiles cívicos que allí se realizan. Es decir, si bien la música siempre está presente, por sí misma no configura actualmente un atractivo, sino que aparece asociada a otras expresiones culturales, conjuntamente con la danza, la gastronomía, entre otras.

En relación a la promoción de los eventos culturales, la Técnica Reser afirma que:

“... no teníamos muchos medios para la difusión. Siempre con un poco de ayuda del municipio. El área de prensa del municipio nos ayuda a diseñar los flyers para la promoción, los publican en sus redes sociales, en Facebook, Instagram. Usamos mucho las redes sociales, y la verdad es que nos da un alcance fantástico. Mucha gente nos responde por las redes y nos preguntan. Otros de los medios que usamos fue la Feria Internacional de Turismo (FIT), la cual tuve la oportunidad de participar, hace muchos años atrás... en el 2017 pude ir y promocionar a Santa María como Pueblo Turístico, como así también a la Strudel Fest, que eso fue muy importante, ya que participa todo el mundo. Llevamos folletos y degustación de strudel” (Reser, 2020).

En este sentido, Sofía Gerk menciona la importancia del acompañamiento que se brinda desde el área de turismo:

“Desde la oficina tenemos una buena conexión con lo que es Turismo de la provincia de Buenos Aires, que quizás no bajan subsidios económicos, pero sí están fomentando y promocionando los pueblos del interior... Somos nexos con la Provincia y nosotras desde nuestro lugar también manejamos nuestras redes sociales, promocionando, publicando, acompañando las propuestas que generalmente ronda en lo gastronómico, haciendo hincapié con lo que es la identidad de las colonias. Usamos las redes para eso con respecto a las fiestas” (Gerk, 2020).

La tecnología ocupa un lugar sumamente importante a la hora de promocionar los eventos, ya que, a través de las redes sociales, se logra mostrar con qué se va a encontrar el visitante; desde los múltiples stands, la diversa gastronomía, los patios cerveceros de toda la zona y la música, ya sea desde los grupos de danza invitados, a las orquestas y bandas que participan en dicho evento.

Otro aspecto que se analizó en las entrevistas, fue la repercusión de la llegada de visitantes a los pueblos alemanes en el contexto de estas festividades, y cómo son recibidos por los residentes. Reser comenta al respecto:

“El impacto que tiene en los residentes estas fiestas, como la Strudel Fest, es muy bueno. Ya cuando se va acercando la fecha de la Strudel, están todos muy contentos, hay un ambiente muy lindo, se te pone la piel de gallina, todo el mundo pendiente de eso, preguntando cómo vamos con la organización, viendo los banderines que refleja un ambiente de fiesta, de alegría... El impacto es muy positivo, la gente muy contenta y eso es lo que nos llena de orgullo. Sumarse con alegría y todas las actividades” (Reser, 2020).

La participación de los residentes en cuanto a la organización y predisposición en los eventos, es considerada de suma importancia. Tal como lo menciona la entrevistada, se viven días de fiesta y es eso mismo lo que se transmite a los visitantes.

Estos eventos no solo son importantes en cuanto a la recaudación económica de cada institución que participa, sino que también son un medio para deleitar a los visitantes con las costumbres alemanas, mostrando, entre otras cosas, el sentimiento de pertenencia de quienes habitan dichos pueblos.

A fin de querer garantizar la continuidad del patrimonio como “mensajero cultural”, en este caso la música alemana, y con ello crear una conciencia turística en la comunidad, ambas entrevistadas comentan diversas actividades desarrolladas y sugieren otras a fin de potenciar mejores resultados. La Técnica Reser, refiere que:

“... se realizaron talleres de turismo, de pequeños anfitriones, para los niños y adultos. También está bueno que los adultos aprendan cómo enseñarles a los niños. A través de las danzas, enseñando la música típica, a través de los recorridos turísticos... Esos recorridos están muy buenos y es una manera de que los niños vayan observando y aprendan a contar la historia. Lo hacíamos en fechas importantes” (Reser, 2020).

En la misma sintonía, la Licenciada Gerk expresa:

“Nosotros podríamos asesorarlos en que haya más talleres relacionados con la música alemana, con instrumentos, como el acordeón, la guitarra. Confío en que la semilla está en los niños, en las escuelas, así que se puede generar una actividad con ellos. También puede ser difundirla más, que artistas locales tenemos, como amalgamar algún video con la música alemana de fondo” (Gerk, 2020).

Como síntesis, y en relación a la música alemana en particular, Gerk agrega:

“Sería posible configurar un nuevo atractivo turístico relacionado a la música alemana. Antes se hacía la fiesta de los acordeones. Esa fiesta la organizaba la Colonia 1, el Club Rotary. Se hizo por muchos años. Lo que ocurrió, fue que el protagonista de la fiesta se retiró, por lo tanto, por cuestiones personales se dejaron de hacer. Venía mucha gente de la región a bailar música alemana” (Gerk, 2020).

Esta expresión cultural en sus diversas manifestaciones, es transmisora de historias, emociones, y conecta a las personas. En este sentido, la realización de estos eventos, hicieron que cada pueblo alemán, pueda trabajar de manera conjunta con sus propias instituciones, con los habitantes que integran la comunidad y con el municipio, lo que permitió no solo que cada colonia tenga su propia fiesta, sino dio lugar a que muchas comunidades y localidades vecinas se acercaran y participaran, ya sea como turistas o con su puesto de trabajo.

Coincidiendo con lo expresado por ambas entrevistadas, por ejemplo, la idea de incorporar talleres para los más jóvenes, propiciará en ellos un acercamiento a la música típica y un incentivo para el sostenimiento de la misma como práctica identitaria. Asimismo, y más allá del interés notorio de las entrevistadas en poner en valor la música alemana, resta aun por fortalecer varios aspectos vinculados a la planificación y gestión, para que este componente cultural se transforme en un verdadero atractivo y posibilite así el desarrollo del turismo cultural-creativo en la escala local.

3.4. Otros recursos culturales vinculados a las colectividades

Como se menciona en los apartados anteriores, además de las expresiones culturales analizadas, existen otros componentes que identifican a dichas colectividades. Los descritos aquí fueron caracterizados a partir de las entrevistas a informantes clave, ya sea a través de los actores gubernamentales como no gubernamentales. El objetivo de considerarlos en este apartado, es que estos recursos pueden activarse como repertorios patrimoniales y turísticos que complementen a la música alemana en el contexto de un conglomerado de atractivos en el área de estudio.

Entre éstos se puede destacar el **Kosser**, éste se considera un recurso lúdico de las colonias, siendo uno de los pocos lugares en donde se sigue practicando actualmente. Éste es un juego originario del sur de Alemania que data de la Guerra de los 100 Años, siendo practicada por los soldados en los tiempos libres de las sucesivas batallas. En un principio, se jugaba con figuras talladas de madera. Hoy en día, se utilizan huesos disecados de las patas de los caballos. Dicha actividad consiste en colocar veinte kosser de cada bando a unos 10 a 20 metros de distancia. Con cinco tiradores, se lanzan los Kosser volteando primero guardias y, luego, se arroja al resto del pelotón que está en el medio. El que logre derribar todos los Kosser es el ganador del juego.

Otro de los componentes culturales que resulta importante mencionar, son las **Rogativas**. Generalmente se encuentran junto a la alameda, al borde de los caminos principales de entrada, formando un triángulo que representa la Santísima Trinidad. Las Rogativas son una demostración de fe que tienen sus raíces en una ancestral tradición heredada y cuyo objetivo es agradecer a Dios y solicitar la protección para los campos y la cosecha próxima. Estas celebraciones son conocidas como “Kreuzgehe” (ir a la cruz), y consiste en tres procesiones, a efectuarse en tres días sucesivos, a tres cruces diferentes. La comunidad se dirige en procesión a estos hitos, mientras que ya en el lugar, frente a la imagen de Jesús

crucificado, el sacerdote, luego de expresadas las letanías, oraciones y cantos, va aspergeando con agua bendita los campos en señal de gratitud por los dones recibidos y de solicitud de una buena cosecha. Al término de la procesión se celebra una misa en la parroquia (Figura 14).

Figura 14

Cruz Rogativa en Santa María



Fuente: Birkenstok, P., 2020.

Por otro lado, también vinculado a la religión, se destacan las iglesias de cada pueblo. Fueron los mismos miembros de la colectividad quienes construyeron sus parroquias y las reacondicionaron siguiendo el crecimiento de los pueblos. Por ello, la parroquia Santísima Trinidad en la Colonia 1, San José Obrero en la Colonia 2 y Natividad de María Santísima en la Colonia 3, son las obras más emblemáticas de cada localidad, debido a sus características históricas, arquitectónicas y paisajísticas.

La **parroquia Santísima Trinidad** se erige en 1917. Ésta reemplazó al templo anterior de madera, tal como sucedió en las tres colonias. La misma se constituye por una sola nave, con techo abovedado de madera y con una torre campanario central (Figura 15).

Figura 15

Santísima Trinidad



Fuente: Birkenstok, P., 2020.

La **Iglesia San José Obrero**, como se mencionara, remplazó a una capilla anterior de madera que los lugareños usaban como templo, que fue demolida una vez terminada la construcción definitiva. Es la más grande e importante iglesia de las colonias, y hasta 1900, fue la única. En dos oportunidades fue ampliada para recibir a más feligreses (Figura 16).

Figura 16

San José Obrero



Fuente: Birkenstok, P., 2020.

La **Parroquia Natividad de María Santísima**, es la más “modesta” de las iglesias de las tres colonias, y al igual que en los otros pueblos, se encuentra sobre la avenida principal, que corta en forma transversal a las localidades. La piedra fundacional fue colocada en 1897, pero sufrió significativos cambios en 1954. Al igual que en Santa Trinidad y en San José, se construyó primero un templo de madera y luego el actual, a modo de no perder días de culto (Figura 17).

Figura 17

Natividad de María Santísima



Fuente: Birkenstok, P., 2020.

3.5. ¿Qué atractivos se activan para el turismo en las colonias por parte del Municipio de Cnel. Suárez?

En la Tabla N° II se presentan los diferentes atractivos de los pueblos alemanes que son activados por el Municipio. Se debe destacar que, si bien estos componentes son difundidos turísticamente, gran parte de ellos, como en el caso de la música alemana o el dialecto, no se encuentran gestionados de forma eficiente, de modo tal que se permita un mayor aprovechamiento de dichos recursos desde el consumo turístico recreativo, menos aún desde la perspectiva del turismo cultural-creativo.

Tabla II

Principales atractivos turísticos de las colonias alemanas de Coronel Suárez

OFERTA TURÍSTICO RECREATIVA	
Atractivos culturales tangibles	<ul style="list-style-type: none"> - Viviendas típicas - Cruces Rogativas - Parroquias (Santísima Trinidad, San José Obrero, Natividad de María Santísima) - Anfiteatro Andrés Schwab (Pueblo Santa Trinidad) - Plaza Sergio Denis (Pueblo San José) - Casa del fundador (Pueblo Santa María)
Atractivos culturales intangibles	<ul style="list-style-type: none"> - Religión - Gastronomía - Deportes (Kosser) - Música y danzas - Dialecto alemán - Fiestas típicas - Calle ancha



Fuente: Birkenstok, P., sobre la base de Municipalidad de Coronel Suárez, 2020.

3.6. Equipamiento turístico

En el siguiente apartado se identifica el equipamiento turístico presente en los pueblos alemanes y la ciudad de Coronel Suárez, ésta última dada su cercanía a los lugares de destino analizados en la tesis.

Las localidades cuentan con diferentes servicios vinculados de manera directa con la práctica turístico recreativa, entre los que se pueden mencionar: alojamiento hotelero y extrahotelero, equipamiento gastronómico y agencias de viajes.

A continuación, en la Tabla N° III, se detalla el equipamiento de alojamiento, que suman un total de 340 plazas disponibles, de las cuales 46 se localizan en las colonias y 294 en Coronel Suárez.

Tabla III

Principales alojamientos en los pueblos alemanes y Coronel Suárez

ALOJAMIENTO	
Weinmann Haus Hotel	Ubicado en Pueblo Santa María. Cuenta con 6 habitaciones, con baño privado, cada una con una capacidad para 3 personas.
Hotel Hessen	Se encuentra en Pueblo San José. Posee 10 habitaciones: simples, dobles, triples y grupales para la atención de pequeños contingentes.
Gran Hotel Coronel Suárez	Principal hotel de la ciudad de Coronel Suárez. Cuenta con 46 habitaciones y dos suites con hidromasaje. Entre sus servicios se mencionan: desayuno, cochera, lavandería, restauración.
La Casa Hotel Boutique	Se ubica en el centro de la ciudad de Coronel Suárez. Una casona estilo francés de dos plantas, con casi 90 años de antigüedad, pero reciclada.
Hotel Plaza	Se encuentra en el centro de Coronel Suárez. Ofrece habitaciones singles, dobles, triples y cuádruples, con servicio de desayuno.
Hotel Bender	Pequeño hotel en Coronel Suárez, con habitaciones para una y dos personas.
RRApart Hotel	Alojamiento en Coronel Suárez. Dispone de habitaciones dobles, triples, cuádruples y quíntuples. Sumado a esto, cuenta con servicios de desayuno buffet y cocheras.
Gran Hotel León	Se encuentra en el centro de Coronel Suárez. Además del servicio en la habitación, cuenta con parrilla-restaurant y cochera cubierta.
Apart Bed and Office	En Coronel Suárez. Ofrece alojamiento independiente y desayuno diario.

Fuente: Birkenstok, P., sobre la base de Municipalidad de Coronel Suárez, 2020.

En relación a los servicios gastronómicos, los pueblos alemanes y Coronel Suárez tienen gran variedad de bares, restaurantes, confiterías, pizzerías y parrillas, concentrándose la gran mayoría en la cabecera del distrito. En la Tabla N° IV, se presenta el detalle de los mismos.

Tabla IV

Gastronomía en los pueblos alemanes y Coronel Suárez

NOMBRE	UBICACIÓN	DIRECCIÓN
Weinmann Haus Restaurant	Pueblo Santa María	Av. 11 de Mayo 1295
Confitería Club El Progreso	Pueblo Santa María	Av. 11 de Mayo 1298
La Casa de Marsch	Pueblo San José	Av. Fundador Eduardo Casey y Berutti
Artemio Gramajo	Coronel Suárez	Brandsen 82
Parrilla Bender	Coronel Suárez	Av. Casey 1346
Restaurant La Casa de Juan	Coronel Suárez	Av. Casey 1640
La Hamburguesería de Pizzame	Coronel Suárez	Mitre 1150
La Mestiza	Coronel Suarez	Brandsen 112
Restaurant Gran Hotel	Coronel Suarez	Mitre 1305
Restaurant La Bodeguita	Coronel Suárez	Lamadrid 1280
Taco's Bar	Coronel Suárez	Mitre 1279
Bowling Center	Coronel Suárez	Av. Casey 1262
Pizzame	Coronel Suárez	Rivadavia 233
Kapitan	Coronel Suárez	Sarmiento 235
Parrilla León	Coronel Suárez	Av. Casey y Sarmiento
Bonafide	Coronel Suárez	Brandsen 127
El Café de la Casa	Coronel Suárez	Av. Alsina 313
Terminal Confitería	Coronel Suárez	Palacios 570

Fuente: Birkenstok, P., sobre la base de Municipalidad de Coronel Suárez, 2020.

Con respecto a las agencias de viaje, se identificaron 4, todas emplazadas en la ciudad de Coronel Suárez. Éstas solo operan el turismo emisor a destinos nacionales e internacionales. En el caso de los pueblos alemanes, no se registró dicho servicio. En la Tabla N° V, se presenta el detalle de las mismas.

Tabla V

Agencias de Viajes en Coronel Suárez

AGENCIA	DIRECCIÓN
Julio López Viajes	Av. 12 de Octubre 1171, 1° "A"
Electro Turismo	Sarmiento 127
Las Lilas Viajes	Mitre 1379
Tigo Viajes	Belgrano 1288

Fuente: Birkenstok, P., sobre la base de Municipalidad de Coronel Suárez, 2020.

3.7. Infraestructura de transporte y accesibilidad

Respecto a la accesibilidad terrestre, la misma está dada por las rutas provinciales N° 67 y N° 85. La N° 67 conecta a las colonias con Pigüé, y a través del empalme de la Ruta Nacional N° 33 se accede a Bahía Blanca hacia el sur, y Rosario hacia el norte. La ruta N° 85 permite la conexión con la ciudad de Guaminí, en sentido norte. Si se transita en sentido sur, se accede al cruce de San Eloy, donde se empalma la Ruta Provincial N° 76 hasta Sierra de la Ventana, y continuando por la misma se llega a Coronel Pringles.

Respecto a los servicios de transporte, se destaca la línea de ferrocarril General Roca (LGR), haciendo el trayecto Constitución-Bahía Blanca, con una frecuencia de tres veces a la semana.

En relación al transporte aéreo, el distrito no cuenta con dicho servicio, aunque es dable la aclaración que la Aerostación Brigadier Ruiz se encuentra en funcionamiento. La misma, es utilizada por pilotos locales y en ocasiones específicas. Los servicios aéreos regulares más próximos operan desde la aerostación Comandante Espora, ubicada en Bahía Blanca, a 200 km de las colonias.

Por otro lado, existen diversas líneas de ómnibus que tienen su parada intermedia en la ciudad de Coronel Suárez. Éstas ofrecen viajes de media y larga distancia. Se destacan las

empresas: Andesmar, El Cóndor La Estrella, El Rápido Argentino, Plusmar S. A., Jetmar, Ñandú del Sur, Transporte Las Grutas S. A. y Grupo Plaza.

Asimismo, hay empresas particulares que ofrecen servicio diario de transporte de encomiendas y pasajeros puerta a puerta con la ciudad de Bahía Blanca, como San Luís Viajes, El Suarese, Nico Comisiones, Martín Herlein Comisionistas, entre otros.

Sumado a ello, existen empresas de remises y taxis y una única línea de colectivo que conecta a la ciudad cabecera con los pueblos alemanes.

3.8. Demanda turístico recreativa

Si bien no existen datos fidedignos acerca de la demanda turístico recreativa que tienen las colonias durante todo el año, con el objetivo de tener una aproximación a la misma, se analizan los registros de visitantes, obtenidos por el área de turismo municipal en la “Strudel Fest”, evento llevado a cabo en pueblo Santa María el 8 de marzo del 2020. sociodemográficas particulares.

En este sentido, se obtuvieron datos de un documento otorgado por el Municipio de Coronel Suárez, en el que se registran los resultados de 3.117 visitantes encuestados (no residentes de las colonias ni Coronel Suárez). Los datos revelan que el segmento de edad con mayor representación fue el de 40 a 60 años, seguido del grupo de 30 a 40 y, por último, el segmento de menores de 20 años.

En cuanto a la procedencia, los datos informan que en términos generales la mayoría proviene de distintas localidades bonaerenses, con un carácter regional notorio, entre las que se mencionan: Pigüé, Bahía Blanca, Coronel Pringles, Guaminí, Rivera, San Miguel Arcángel, Saldungaray, Tres Arroyos, La Colina, Colonia Hinojo, Olavarría, Lamadrid, Huanguelén, Espartillar, Trenque Lauquen, Azul, Saliqueló, Puan, Tornquist, Sierra de la Ventana, Darregueira, Bordenave y Punta Alta. También se registró la participación de otros espacios emisores extra-regionales, tales como: Mar del Plata, Capital Federal y Gran Buenos Aires, La Pampa, Río Negro, Córdoba, San Luis y Chubut.

Respecto a la estadía de los visitantes, los datos obtenidos reflejan que, la mayoría de los individuos no pernoctan, es decir, al finalizar el evento regresan a su lugar de origen, mientras que un porcentaje bastante menor, son los que se alojan en la localidad de Coronel Suárez y pueblo Santa María, en hoteles y en casas de familias particulares.

Desde el área de turismo municipal, la Licenciada en Turismo Sofía Gerk, aporta que, en eventos como la Exposición Rural, llevada a cabo en el mes de octubre, o fiestas populares alemanas, la ocupación hotelera, tanto en Coronel Suárez como en las colonias, colma su capacidad. Sin embargo, no existe un registro fidedigno que permita obtener un panorama exhaustivo de la demanda, no sólo en los acontecimientos programados, sino también de aquella que se distribuye a lo largo del año.

CAPÍTULO IV: DIAGNÓSTICO Y REFLEXIONES FINALES



4. Diagnóstico integral

Los descendientes de los alemanes del Volga conforman tres colonias con una basta y diversa historia en el partido de Coronel Suárez. Los miembros de la colectividad que residen en cada una de ellas, son hacedores de costumbres y tradiciones que perduran en el tiempo por su transmisión de generación en generación. Entre las más representativas, se pueden mencionar las recetas de comidas típicas, la danza, la organización familiar, la religión, la lengua y la música, siendo esta última el tema central de la tesis. Este conjunto de componentes, forma parte del gran legado histórico cultural de cada uno de estos pueblos. El mismo puede verse reflejado en las distintas fiestas que cada colonia organiza, las que han cobrado un gran protagonismo en los últimos años.

Tal como se ha mencionado a lo largo del trabajo, la música es cultura y tradición para los pueblos alemanes, puesto que siempre estuvo presente en su cotidianidad, como en reuniones familiares, casamientos, bautismos, velorios y fiestas familiares. En relación a esta expresión, los distintos referentes clave entrevistados, manifiestan que la música siempre forma parte de los diferentes eventos, ya sea con orquestas típicas, como en las presentaciones de grupo de danza. En este sentido, aparece de forma complementaria a otros componentes culturales, principalmente la gastronomía.

Por otro lado, sostienen la importancia de inculcar la música alemana en los jóvenes, mediante actividades de sensibilización y concientización, puesto que, de esa forma, este legado seguirá siendo parte de la colectividad. Una de las propuestas establecidas por la Lic. Gerk, y, coincidiendo con lo expresado por la Tec. Reser, podría ser la incorporación de talleres de canto, coros, bailes y ejecución de instrumentos, impartidos por músicos locales de gran prestigio en la comunidad.

En la actualidad, y tomando como referencia los resultados de las encuestas realizadas a los residentes de Coronel Suarez y las colonias, un alto porcentaje manifestaron conocer la música alemana, destacando entre ellas las polkas y los valsos. Además de ello, afirman que es escuchada en los múltiples eventos, no así enseñada, a pesar de que, los resultados de los cuestionarios identifican un grupo de personas que desearían profundizar en el aprendizaje de dicho género musical.

En relación con el turismo, más allá del interés notorio de los actores sociales entrevistados, en preservar y difundir turísticamente a la música alemana, restan aun por fortalecer varios aspectos vinculados a la gestión, como el desarrollo de inventarios

patrimoniales, la concreción de documentos de planificación, estrategias de divulgación e interpretación turística de patrimonio, actividades de ocio que impliquen una participación activa y estimulen el desarrollo de la creatividad de los visitantes, todas éstas destinadas a la valorización turística de la música alemana como un gran atractivo en sí mismo para el desarrollo del turismo cultural-creativo, y no como mero complemento de otras prácticas.

En relación a las festividades, el trabajo de campo evidenció una participación comunitaria alentadora en los eventos tradicionales, lo que se ve reflejado en la concurrencia y organización por parte de los habitantes al momento de recibir al público, que proviene principalmente de la región del sudoeste bonaerense.

Como se mencionara, en cuanto a los acontecimientos programados se destacan: en Pueblo Santa Trinidad, Die Volga Fest; en San José, Fullsen Fest, Fiesta de la Carneada y la Fiesta de la Cerveza; mientras que en Pueblo Santa María, se lleva a cabo la Strudel Fest. Por otro lado, en todas las localidades se desarrollan las kerb, que son las fiestas patronales en celebración a su respectivo santo patrono. Se puede observar que, a excepción de las kerb, su principal atractivo es la gastronomía, tanto de su demostración y elaboración como su degustación. Todo ello reafirma lo establecido anteriormente, dejando en evidencia que la música no constituye el centro de estos eventos, si no que funciona como atributo complementario, según lo destacado. En síntesis, cada una de estas fiestas, constituyen una oportunidad para reforzar y mantener las tradiciones de la comunidad, asociadas a la cultura de los alemanes del Volga, y extender así estas representaciones identitarias al resto de los habitantes y visitantes.

En cuanto a la oferta de atractivos, se identifican diversos recursos culturales vinculados a la historia de estas localidades en relación con la colectividad indagada. En este sentido, desde el área de turismo municipal, estos componentes son valorizados como parte de la oferta turística distrital. A pesar de ello, y si bien algunos bienes culturales son difundidos como la música, el dialecto y la religión, la gestión turística resulta acotada e incipiente.

Otro punto significativo para analizar, es la accesibilidad a las colonias. El distrito de Coronel Suárez, se encuentra posicionado estratégicamente a nivel regional, emplazado sobre la Ruta Provincial 85 y la Ruta Provincial 67. Esto permite una adecuada conectividad con diversos puntos del territorio bonaerense. Estas vías de comunicación actualmente han sido repavimentadas y señalizadas. El acceso a las colonias también se encuentra pavimentado y en adecuado estado de mantenimiento.

Esta buena conectividad se ve limitada por la escasa frecuencia que presenta el transporte de ómnibus, que vincula la ciudad cabecera con las colonias. El medio que se utiliza en mayor medida es el servicio de taxis y remises.

En cuanto al equipamiento y servicios turísticos, la colonia Santa María dispone de un único hotel, al igual que la colonia San José, mientras que en Santa Trinidad no cuenta con servicio de hospedaje. La mayor parte del alojamiento se concentra en la ciudad de Coronel Suárez.

En relación a la gastronomía, un lugar para resaltar es el restaurante Weinmann Haus, ubicado en la avenida principal, mejor conocida como “calle ancha”, en Pueblo Santa María. Parte de su carta, presenta gran variedad de platos típicos, por lo que resulta ser un atractivo turístico muy valorado.

Con respecto a la procedencia de los visitantes, que llegan a las colonias con un perfil netamente recreacionista, provienen en su mayoría de localidades próximas y del ámbito regional. A través de datos recabados por el Municipio, el promedio de edad de los mismos, ronda entre los 40 y 60 años. Cabe aclarar, que los datos obtenidos devienen del reporte realizado en la Strudel Fest, constituyendo el único registro oficial de la demanda turística que se ha hecho en las colonias. Esto configura una debilidad importante, dado que no se conoce de manera certera las características del consumo turístico recreativo de los pueblos alemanes, siendo esto algo sumamente necesario para poder gestionar el desarrollo de nuevas prácticas y modalidades, como el turismo cultural-creativo.

4.1. Matriz de los momentos de la verdad

En esta instancia del trabajo de investigación, tiene lugar la presentación de la Matriz de los “Momentos de la Verdad” (Tabla VI), la que se define en términos generales, como una herramienta de análisis de la situación en la que se encuentra enmarcada una determinada realidad (París, 2011, Pinassi, 2012). Aplicar dicha matriz permite, a partir del diagnóstico desarrollado, una síntesis de aquellas dinámicas y/o variables turísticas y patrimoniales que se encuentran operando o se están desarrollando en las colonias, como así también exponer las estrategias a mejorar e implementar, con el propósito de lograr un mejor y mayor uso social de visita del patrimonio cultural en cuestión, en este caso, la música alemana.

Tabla VI

Matriz de los momentos de la verdad

<p>ESTRATEGIAS/ VARIABLES EXISTENTES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Existencia de un importante legado patrimonial material e inmaterial. - Costumbres y tradiciones fuertemente arraigadas en los habitantes de los pueblos alemanes. - Realización de importantes acontecimientos programados asociados a las tradiciones y costumbres alemanas, teniendo como principal atractivo la gastronomía. - Productos con fuerte identidad local, como, por ejemplo: strudel, fullsen, kreppel, torta alemana. - Presencia de alojamiento y restauración en las colonias. - Interés por parte de los actores sociales locales en el desarrollo del turismo cultural-creativo.
<p>ESTRATEGIAS/ VARIABLES A MEJORAR</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Propuestas relacionadas a la preservación y difusión del patrimonio cultural en general y la música en particular por parte de los actores gubernamentales. - Servicio de transporte de ómnibus que facilite el acceso a las colonias. - Oferta y promoción de actividades recreativas y atractivos vinculados a la colectividad alemana por parte del Municipio de Coronel Suárez. - Señalización de los componentes patrimoniales y atractivos turísticos. - Estudios de la demanda turístico recreativa de las colonias.
<p>ESTRATEGIAS/ VARIABLES A IMPLEMENTAR</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de cursos y talleres vinculados al lenguaje musical, lectura de partituras, canto, entre otros, relacionadas con la música, historia y dialecto alemán en el ámbito de la educación formal y no formal. - Acontecimientos programados donde la música alemana sea el principal atractivo, buscando a partir de actividades lúdicas, la

participación activa y el desarrollo de la creatividad por parte de residentes y visitantes.

- Creación de grupos de trabajo de residentes y afianzamiento de los existentes en cada colonia con personal capacitado, a fin de generar propuestas turísticas teniendo en cuenta las particularidades de las mismas.

- Desarrollo de campañas de promoción, que basadas en la música alemana, tengan como objetivo captar un perfil del visitante más participativo e interesado en las particularidades culturales.

- Trabajo interdisciplinario e interinstitucional entre actores del Área de Turismo Municipal y las asociaciones de vecinos de cada colonia.

- Formalización del desarrollo turístico en las colonias a través de la creación de instrumentos de planificación: planes y/o programas, con sus objetivos, acciones y recursos asignados.

- Desarrollo de estudios de la demanda turístico recreativa, a nivel distrital, que contribuyan a la identificación y caracterización de los mercados de referencia (efectivos y potenciales).

Fuente: Birkenstok, P., 2020.

4.2. Reflexiones finales

El turismo se ha convertido en una actividad de ocio de gran importancia en los últimos años, especialmente para los pequeños pueblos, no solo por el aporte económico, sino también para dar a conocer sus costumbres y tradiciones. El turismo cultural-creativo, se presenta como una redefinición de la modalidad convencional, en la que los visitantes buscan de manera activa desarrollar su creatividad, a partir del contacto con la historia y cultura de una comunidad.

En la tesis se analizó el caso de los pueblos alemanes del Volga situados en el distrito de Coronel Suárez, enfatizando en la música alemana como parte del patrimonio inmaterial y su potencialidad para configurar un atractivo en el ámbito del turismo cultural-creativo. Es así que se caracterizaron los diferentes bienes históricos de este colectivo social que hoy en día estructuran las representaciones identitarias de la sociedad local. Asimismo, se conoció la percepción patrimonial y turística de los agentes implicados.

A partir de lo analizado, y con base en el trabajo en el terreno, se puede constatar la hipótesis planteada, afirmando que los lazos de pertenencia patrimonial y los intereses de los actores locales vinculados a la esfera turística, recreativa y cultural de las colonias Santa Trinidad, San José y Santa María en el partido de Coronel Suárez, determinan un escenario propicio para la configuración de la música alemana como atractivo para el desarrollo del turismo cultural-creativo. A pesar de ello, se evidencian ciertas limitaciones relacionadas con una carente gestión turística en materia de patrimonio, traducida en una arena informal de iniciativas, que carecen de instrumentos concretos y formales de planificación, que den marco a las iniciativas de valorización turística del patrimonio. Los mecanismos desarrollados para conocer la demanda turística de los pueblos alemanes, permiten evidenciar esta afirmación. A pesar de la buena voluntad, el compromiso y el trabajo realizado por parte de los actores implicados, principalmente del ámbito público, los esfuerzos no alcanzan para potenciar el desarrollo turístico local.

Con relación a los residentes, agentes fundamentales en los procesos de construcción patrimonial, existe un grupo asociado a las colectividades que valora la música y el resto de las expresiones, en contrapartida de aquellos miembros que se encuentran fuera del colectivo, que se mostraron más apáticos ante este tipo de cuestiones. Sin embargo, se evidenció cierto interés por aprender estas manifestaciones culturales.

En este sentido, para potenciar el desarrollo del turismo cultural-creativo teniendo a la música como eje central, se deberá trabajar en una doble vía: en primer lugar, sensibilizando a los pobladores y afianzando las bases culturales en la misma colectividad, para luego, en una segunda instancia, poder posicionarla como atractivo turístico. Las actividades que impliquen una participación activa y estímulo de la creatividad de los individuos resultan fundamentales, pilares clave de la modalidad turística en cuestión.

En síntesis, se visualiza cierta potencialidad para el desarrollo del turismo cultural-creativo con base en la música alemana. La demanda de los acontecimientos programados existentes, da indicio de que nuevas iniciativas en materia de ocio podrían tener un resultado exitoso. Sin embargo, ello solo será posible si se logra un trabajo articulado entre los distintos actores participantes, buscando como objetivo general el beneficio conjunto en pos de la comunidad, donde no solo interese el fin económico, sino también su desarrollo social y cultural.

5. Bibliografía

ALMIRÓN, A.; BERTONCELLO, R. y TRONCOSO, C. (2006). Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. *Estudios y perspectiva en turismo*, 15, pp. 101-124.

BOUZAS, V. y TABOADA, J. (2017). ¿Conoces el Turismo Naranja? *TYS magazine*. Disponible en: <http://www.tysmagazine.com/conoces-turismo-naranja/>.

CASANOVAS, J. (2017). *El turismo creativo también es turismo sostenible*. Disponible en: <https://www.visionesdelturismo.es/el-turismo-creativo-tambien-es-turismo-sostenible/>

COLOMBO, J. (1935). *Alemanes del Volga*. Coronel Suárez: Municipalidad de Coronel Suárez.

DOS SANTOS, H. (2004). *120 años. 1882-2002. En la Historia de Coronel Suárez*. Carhué: Talleres Gráficos de Imprenta Feller. Tomo I y II.

GAY, M. (2014). “El legado cultural de los alemanes del Volga y su activación a través del turismo y la recreación. Caso de estudio: localidad de Cascada”. Directora MSc. María Isabel Haag. (Tesina de grado). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

GERK, S. (2017). “El teatro comunitario como expresión cultural y potencial actividad recreativa en la ciudad de Coronel Suárez”. Director Dr. Andrés Pinassi. (Tesina de grado). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

GUTIÉRREZ, R. (2014). “Patrimonio: valor cultural-valor económico”. En: Zingoni, J. & Pinassi, A. *Gestión del patrimonio urbano*. Bahía Blanca: Ediuns. Pp. 81-86.

HEUMANN, E. (2012). “Revalorización de la cultura alemana del Volga en Santa Trinidad, San José y Santa María (Coronel Suárez). Una propuesta de desarrollo local”. Directora Dra. Alejandra Monachesi. (Tesina de grado). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. (1996). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.

ICOMOS (1976). *Carta de turismo cultural*. Disponible en: https://www.iaph.es/export/sites/default/galerias/documentacion_migracion/Cuaderno/1233923470073_ph14.carlos_romero.pdf

INDEC (2010). Censo Nacional de población, hogares y viviendas. Disponible en: http://www.indec.gov.ar/censos_provinciales.asp?id_tema_1=2&id_tema_2=41&id_tema_3=135&p=06&d=602&t=3&s=0&c=2010

KORSTANJE, M. (2015). Un análisis crítico del turismo creativo. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, N° (12), Universidad de Murcia, pp. 23-41.

MAIER SCHWERDT, H. y MELCHIOR, J.C. (1999). *Unsere Kolonien – Nuestras Colonias*.

MAIER SCHWERDT, H. (2007). *Antiguas Tradiciones de los Alemanes del Volga. Usos y Costumbres*. Editorial Bibliografika de Voros.

MELCHIOR, J. C. (2012). *Historia de los Alemanes del Volga. Alemania - Rusia – Argentina*. 2ª ed. Editorial S.d.

MELCHIOR, J. C. (2016). *Lo que el tiempo se llevó de los alemanes del Volga*. 4ª ed. Santa María. Editorial S.d.

MOLINA, S. (2011). *Turismo creativo. El fin de la competitividad*. Chile: www.escritores.cl.

MUNICIPIO DE CORONEL SUÁREZ (2020). Disponible en: <http://www.coronelsuarez.gob.ar/>

NEUGOVSEN, G. (2009). *Innovación, creatividad y desarrollo de emprendimientos culturales*. En Curso de Postgrado de gestión de ciudades y emprendimientos creativos. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba.

NUEVO DÍA DIGITAL. (2017, 28 de agosto). Disponible en: <http://www.nuevodiadigital.com/locales/24214-hace-130-anos-los-alemanes-llegaron-a-coronel-suarez.html>

PARÍS, J. (2011). Marketing y comercialización del turismo rural y comunitario. Material Especialización en Turismo Rural y Comunitario. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur.

PRATS, L. (1998). El concepto de patrimonio cultural. *Política y sociedad*, 27, pp. 63-75.

- PRATS, L. (2005). Concepto y gestión del Patrimonio local. *Cuadernos de antropología social*, 21.
- PINASSI, A. (2016). “La configuración de un nuevo espacio turístico recreativo a través de la valorización del patrimonio cultural: el caso de Bahía Blanca”. Directora Dra. Patricia Susana Ercolani (Tesis de Doctor en Geografía). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.
- PINASSI, Andrés (2018). Conflictos en torno al patrimonio cultural de Ingeniero White (Bahía Blanca). En *Cuadernos de Antropología Social*, N° 48, pp. 91-110.
- QUEROL, M. (2010). *Manual de Gestión del Patrimonio cultural*. Madrid: Ediciones Akal.
- RICHARDS, G. (2000). Políticas y actuaciones en el campo del turismo cultural Europeo. En: Herrero, L.C. *Turismo Cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza*. Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, Valladolid, pp. 68-96.
- RICHARDS, G. (2001). El desarrollo del turismo cultural en Europa. *Estudios turísticos*, N° 150, pp. 3-13.
- SEITZ, M. (1968). *Los alemanes del Volga y sus descendientes*. Buenos Aires: editorial Guadalupe.
- TOSELLI, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2 (4), pp. 175-182.
- TRESSERRAS, J. (2002). *El turismo cultural en países en vías de desarrollo*. En actas del Congreso Internacional del Turismo Cultural (Salamanca, noviembre 2002). Turespaña.
- TRESSERRAS, J. (2013). *La gestión del Turismo Creativo*. En Curso de posgrado en gestión de ciudades y emprendimientos. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba.
- TRESSERRAS, J. (2014a). *La gestión del Turismo Creativo*. Material curso de posgrado: “Turismo cultural-creativo”. Prof. J. Tresserras. Universidad Nacional de Córdoba.
- TRESSERRAS, J. (2014b). El color del turismo cultural y creativo. *Revista Santiago creativo* (1), pp. 51-53.
- TRONCOSO, C. y ALMIRÓN, A. (2005). Turismo y patrimonio. Hacía una relectura de sus relaciones. *Aportes y Transferencias*, 9 (1), pp. 56-74.

UNESCO (1972). *Convención sobre la protección del patrimonio mundial*. Disponible en: <http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>

UNESCO (2003). *Convención para la salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial*. Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/intangible-heritage/convention-intangible-cultural-heritage/>

VÁZQUEZ, C. (2014). “Puesta en valor de los recursos culturales de Pueblo San José a través de un circuito religioso”. Director José María Zingoni. (Tesina de grado). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

VELASCO GONZÁLEZ, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. *Cuadernos de turismo*, 23, pp. 237-253.

ZAMORA ACOSTA, E. (2011). Sobre Patrimonio y desarrollo. Aproximación al concepto de patrimonio cultural y su utilización en procesos de desarrollo territorial. *Revista Pasos*, 1 (9), pp. 102-113.

Informantes clave entrevistados

LANG, A. (2019. Abril 13). Entrevista personal a Albino Lang, músico.

HIPPENER, J. (2019, septiembre 24). Entrevista personal a Juan Hippener, organizador de eventos.

RESER, R. (2020, julio 27). Entrevista virtual a la Técnica en Turismo Rocío Reser.

GERK, S. (2020, agosto 10). Entrevista virtual a la Lic. En Turismo Sofía Gerk.

6. Anexos

Anexo 1: Modelo de entrevista a informantes clave

- 1- ¿Cuántos años tiene?
- 2- ¿Cuánto hace que vive en la colonia?
- 3- ¿Cuándo surge el interés por la música alemana?
- 4- ¿Qué significa la música para usted?
- 5- ¿Cómo ve la música en la actualidad?
- 6- Desde hace unos pocos años cobraron mayor importancia las fiestas típicas, ¿considera esto como algo positivo? ¿Cómo ve la concurrencia de visitantes de toda la zona?
- 7- ¿Considera que el turismo puede servir como herramienta para revalorizar la música alemana?
- 8- Para finalizar y a modo de reflexión, ¿cómo ve a las nuevas generaciones con respecto a este legado cultural propio de los alemanes?
- 9- ¿Qué propondría para valorar la música como parte del patrimonio cultural?

Anexo 2: Modelo de encuesta dirigida a residentes de Coronel Suárez y Pueblos Alemanes: Santa Trinidad, San José y Santa María.

Género

FEMENINO

MASCULINO

OTRO

Edad

-Menos de 12 años

-Entre 12 a 18 años

-Entre 19 a 59 años

-Más de 59 años

¿Cuál es su profesión?

¿Pertenece a la colectividad alemana?

SI

NO

NO SABE/NO CONTESTA

(Si te responde que sí) ¿Participa activamente en la colectividad?

SI

NO

NO SABE/NO CONTESTA

(Si te responde que sí) ¿En qué actividades?

¿Conoce la música perteneciente a las colectividades alemanas?

SI

NO

NO SABE/NO CONTESTA

¿Qué géneros musicales de las colectividades alemanas conoce?

VALS

POLKAS

HIMNOS

MARCHAS ALEMANAS

FOLKLORE ALEMAN

FOXTROT

OTROS. Especificar

¿Dónde suele escuchar este tipo de música?

¿En qué eventos suele escuchar/ bailar este tipo de música?

¿Sabe tocar este tipo de música?

SI

NO

NO SABE/NO CONTESTA

(Si responde que sí) ¿A través de qué instrumentos?

(Si responde que si) ¿Quién le enseñó?

En caso de no saber tocar ¿Le gustaría aprender?

En caso de no ¿Qué instrumento/s?

¿Participa en las fiestas típicas alemanas?

SI

NO

En caso de ser afirmativo, mencione en cuáles.

¿Qué nueva alternativa propondrías para que se fomente de una forma más amplia la música alemana?

¿Le gustaría aprender más sobre la música alemana?

SI

NO

NO SABE/NO CONTESTA

¿Consideras suficientes los eventos realizados en los pueblos alemanes para conocer su música?

SI

NO

En caso de que la respuesta sea negativa, ¿qué otro evento sugerís?