

UNIVERSIDAD PÚBLICA DE EL ALTO
VICERRECTORADO
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES LINGÜÍSTICAS Y POSTGRADO
LINGÜÍSTICA E IDIOMAS



**LA RELACIÓN TOPONOMÁSTICA LINGUO-CULTURAL COMO
IMAGEN DE MARCA HACIA EL DESARROLLO TURÍSTICO-
COMUNITARIO ANDINO-INTERANDINO DE LA PAZ, 2022**

Resolución HCC N° 139/2022

EQUIPO DE INVESTIGADORES:

Lic. Zacarías Alavi Mamani
Univ. Camila Alejandra Mujica
Univ. Oscar René Flores Villegas

EL ALTO – BOLIVIA

2022

UNIVERSIDAD PÚBLICA DE EL ALTO

AUTORIDADES

Dr. Carlos Condori Titirico
RECTOR

Dr. Efrain Chambi Vargas Ph. D.
VICERRECTOR

Dr. Antonio López Andrade Ph. D.
DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Lic. Adrián Huanca Laura
DECANO DE ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES

Lic. Teodosia Nicolasa Tancara Callecusi
DIRECTORA DE CARRERA DE LINGÜÍSTICA E IDIOMAS

Lic. Cinthia Valle Navarro
COORDINADORA INSTITUTO DE INVESTIGACIONES

REGISTRO SENAPI: NRO: 1-2875/2022

DERECHOS RESERVADOS: Universidad Pública de El Alto

Dirección UPEA: Av. Sucre s/n Zona Villa Esperanza

Diciembre. 2022
El Alto – Bolivia

PRESENTACIÓN

La Coordinación del Instituto de Investigaciones Lingüísticas y Postgrado de la Carreras de Lingüística e Idiomas de la Universidad Pública de El Alto tiene el placer de presentar el reporte de Investigación "La Relación Toponomástica Linguo-cultural como Imagen de Marca hacia el Desarrollo Turístico Comunitario Andino-Interandino del departamento de La Paz" a la comunidad universitaria, público interesado y estudiosos de la Toponomástica y su ligazón con las prácticas de la industria de Turismo en sus disímiles realidades.

El estudio tiene como objetivo fundamentar una estrategia de empoderamiento de las comunidades que ostentan las potencialidades de las toponimias con contenido cultural, cosmovisión, filosóficas, antropológicas, arqueológicas, históricas y otros afines como una pedagogía turística en la región andina e interandina paceña. En este marco logra una tarea muy novedosa por su condición de ser única en su género cual es la ligazón de la toponomástica con las prácticas turísticas, por su originalidad y la significación práctica.

El estudio concluye con un plan estratégico turístico con alternativas de viaje en casos de emergencia social. Focaliza dos regiones característicamente turísticas. La primera comprende el complejo turístico náutico y la zona verde de los pies de monte también con alguna tradición turística. La segunda región alcanza a regiones con potencialidad turística, pero sin tradición en esta actividad. El estudio evidencia la riqueza de los patrimonios tanto natural como cultura.

Sin entrar a mayores consideraciones se invita al público interesado deleitar con su contenido eminentemente educativo y proyectivo en la industria turística como factor de desarrollo sustentable, además de los puntos mencionados.

Para finalizar esta presentación, la Coordinación del Instituto felicita efusivamente al equipo de investigación conformado por el Lic. Zacarías Alavi Mamani, la Univ. Camila Alejandra Mujica y Oscar René Flores. ¡Felicitaciones!

Lic. Cinthia Valle Navarro
COORDINADORA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES LINGÜISTICAS Y POSTGRADO

AGRADECIMIENTOS INSTITUCIONALES

Un sincero reconocimiento al Instituto de Investigaciones Lingüísticas y Postgrado de la Carrera de Lingüística e idiomas de la Universidad Pública de El Alto, por facilitar la oportunidad de realizar esta aventura que se llama la “producción de conocimientos científicos y tecnológico”. Mismo implica el aporte a la significación práctica a los atingentes problemas mediante la puesta en marcha de las prácticas de la industria de turismo en sus disímiles modalidades.

Celebro un profundo reconocimiento al señor decano del Área de Ciencias Sociales, Lic. Adrián Huanca Laura, a la Directora de la Carrera de Lingüística e Idiomas Lic. Teodocia Nicolasa Tancara Callecusi, a la Coordinadora del Instituto de Investigaciones Lingüística y Postgrado Lic. Cinthia Valle Navarro, a los docentes investigadores del Instituto, a los auxiliares de Investigación: Univ. Oscar Flores Villegas y Univ. Camila Mujica, a las señoritas secretarías: Univ. Tania Colque Siñani y Univ. Vania Machaca Siñani. Y también un afectuoso agradecimiento al Univ. Oswaldo Arismendi, quien colaboró desinteresadamente en la difícil tarea de la edición de imágenes.

Un cordial y un sincero agradecimiento a todas las Autoridades Originarias de los diferentes municipios involucrados en el empeño de rescatar y revalorizar la potencial riqueza natural y cultural de nuestros ancestros que signifique y oriente el ecoturismo y turismo comunitario al desarrollo socioeconómico y sociocultural.

Pay suma. ¡Jallalla!

Zacarías Alavi Mamani
INVESTIGADOR PRINCIPAL
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES LINGÜISTICAS Y POSTGRADO

INDICE

	PÁG.
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	1
1. EL PROBLEMA.....	10
1.1 PROBLEMÁTICA TOPONÍMICA-TURÍSTICA.....	10
1.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	11
1.2.1 PREGUNTA GENERAL.....	11
1.2.2 PREGUNTAS COMPLEMENTARIAS.....	12
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
2.1. OBJETIVO GENERAL.....	12
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
3. HIPÓTESIS (IDEAS CIENTÍFICAS A SUSTENTAR).....	13
4 JUSTIFICACIÓN.....	15
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	16
1 MENCIÓN DE OTROS ESTUDIOS RELATIVOS AL TEMA.....	16
1.1 LAS TEORÍAS LINGÜÍSTICA-TOPONOMÁSTICAS Y TURÍSTICAS EN LA IMAGEN DE LAS MARCAS TERRITORIALES.....	16
1.2 MARCO NORMATIVO LEGAL.....	17
1.2.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA (CPEPB)	17
1.2.2 LEY GENERAL DE DERECHOS Y POLÍTICAS LINGÜÍSTICAS (LEY Nª 369 DE 02 DE AGOSTO DE 2012).....	19
1.2.3 LEY GENERAL DEL TURISMO. BOLIVIA TE ESPERA (LEY N° 292).....	19
1.2.4 LEY DE MEDIO AMBIENTE (LEY N° 1333, DEL 27 DE ABRIL DE 1992).....	22
2 MENCIÓN DE PUNTOS DE VISTA DE OTROS INVESTIGADORES.....	23
2.1 ANTECEDENTES DE ESTUDIO (LA INVESTIGACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN).....	23
2.2 ESTADO DE ARTE LATINOAMERICANO.....	23
2.3 ESTADO DE LA CUESTIÓN BOLIVIANA.....	30
2.4 CONTEXTO HISTÓRICO TOPONOMÁSTICO.....	33
2.4.1 LA TOPONOMÁSTICA Y EL TURISMO EN EL DEVENIR DEL TIEMPO.....	33
2.4.2 LA TOPONIMACIÓN Y EL SISTEMA EDUCATIVO.....	35
2.5 CONTEXTO HISTÓRICO DEL TURISMO.....	36
2.5.1 HISTORIA DEL TURISMO INTERNACIONAL EN EL MUNDO.....	36

2.5.2 EL TURISMO EN LA REALIDAD LATINOAMERICANA (SIGLOS XIX Y XX).....	40
EL TURISMO EN AMÉRICA Y EL CARIBE.....	40
2.5.3 BREVE REFERENCIA HISTÓRICA DEL TURISMO EN BOLIVIA	43
3. CORRIENTE O ENFOQUE ELEGIDO POR EL INVESTIGADOR.....	46
3.1 BASES TEÓRICAS DE LA TOPONOMÁSTICA: LA TOPONOMÁSTICA (CA*)	46
3.1.1 LA TOPONIMIA.....	46
3.1.2 LA ETIMOLOGÍA DE LA TOPONIMIA.....	47
3.1.3 LA TOPONIMIA AYMARA Y TURISMO	50
3.1.4 CLASIFICACIÓN TIPOLOGICA DE LAS TOPONIMIAS.....	52
3.1.5 LA RELACIÓN DE LA GEOGRAFÍA Y EL TURISMO = EL DESARROLLO SUSTENTABLE	55
3.1.6 EXPANSIÓN DEL TURISMO INTERNACIONAL EN EL MUNDO	55
3.1.7 TIPOS DE TURISMO MUNDIAL EN LA ACTUALIDAD.....	56
3.2 TEORÍAS LINGÜÍSTICAS EN LA TOPONIMIA Y TURISMO.	57
3.2.1 LINGÜÍSTICA Y LEXICOGRAFÍA	57
3.3 TEORÍAS DEL TURISMO	58
3.3.1 PATRIMONIO CULTURAL	59
3.3.2 MODELOS DE PRÁCTICAS TURÍSTICAS	59
3.3.3 COMPONENTES DEL TURISMO	65
3.3.3 IMPACTOS DEL TURISMO	67
3.4 LA IMAGEN DE LAS MARCAS TERRITORIALES	68
4. IDENTIFICACIÓN DE LAS FUENTES	69
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	71
1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	71
2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	71
2.1 ESTUDIO DOCUMENTAL.....	72
2.2 EL MÉTODO DE TRABAJO DE CAMPO	73
2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO	73
2.4 VENTAJAS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO	73
3. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	74
4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	74
5 AMBIENTE DE LA INVESTIGACIÓN	75
6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	75

6.1 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO	75
7 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	77
7.1 PROCESO DE CATEGORIZACIÓN.....	77
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	80
1. ECOTURISMO Y TURISMO COMUNITARIO ANDINO INTERNADINO DE LA PAZ .	80
1.1 MANIFESTACIONES CULTURALES COMO MARCAS TERRITORIALES	81
1.2 PATRIMONIO CULTURAL	82
1.3 RECURSO TURÍSTICO ANDINO INTERANDINO	84
1.4 PRODUCTO TURÍSTICO.....	85
1.5 IMPORTANCIA ECONÓMICA Y SOCIAL DEL TURISMO	87
1.6 ECOTURISMO Y TURISMO COMUNITARIO: EL ECOTURISMO	87
1.7 EL TURISMO COMUNITARIO	88
1.8 TEORÍAS DE DESARROLLO Y TURISMO.....	89
1.8.1 UNA ALTERNATIVA DEL DESARROLLO	89
1.8.2 EL TURISMO COMO INSTRUMENTO DE DESARROLLO.....	89
1.8.3 DESARROLLO SOSTENIBLE.....	89
1.8.4 TURISMO SOSTENIBLE Y SUSTENTABLE EN OMT	90
1.8.5 TURISMO SOSTENIBLE.....	91
2. DESTINOS TURÍSTICOS: ANDINO- INTERANDINO DEPARTAMENTO DE LA PAZ	91
2.1 LA NACIÓN QUT ZH ZHUÑI O QHWAZ ZH ZHUÑI (HOMBRES ACUÁTICOS)	91
LA LENGUA Y CULTURA DE LOS QUT ZH ZHUÑI O QHWAZ ZH ZHUÑI:	91
2.2 SITIO TURÍSTICO: RÍO AWLLAQA. NACIÓN QUT ZH ZHUÑI O QHWAZ ZH ZHUÑI	92
2.3 LA TURÍSTICA EN JESÚS DE MACHACA	94
2.3.1 ORGANIZACIÓN SOCIOCOMUNITARIA DE JESÚS DE MACHAQA.....	95
2.3.2 IGLESIA JESÚS DE MACHACA – LA PAZ	96
2.3.3 LA FESTIVIDAD DEL NIÑO JESÚS.....	97
2.3.4 WANKANI (CENTRO ARQUEOLÓGICO)	98
2.3.5 LA QINA QINA Y QINAYA QINAYA	100
2.3.6 LOS MONUMENTOS FUNERARIOS Y PUKARAS.....	102
2.3.7 LA CERÁMICA Y LA ALFARERÍA.....	104
2.3.8 OTROS ATRACTIVOS TURÍSTICOS (RELEVAMIENTO DEL SECTOR TURISMO)	
2.3.9 ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES.....	107

3. Q'UMA JANCHI.....	110
3.1 LA PUYA T'IKHA TANKA.....	110
3.2 PUYA T'IKHA TANKA LA ATRACCIÓN DE Q'UMA JANCHI	111
3.3 ARTE EN PIEDRA GRANITO Q'UMA JANCHI	112
4. TURISMO EN IMÁGENES DE SORATA PROV LARECAJA LA PAZ BOLIVIA.....	121
5 CHOLETS, LOS PALACIOS AYMARAS	121
6 WAYNA POTOSÍ KHAKHA JAQI O JAQHI	124
7 RAPPEL, DESCENSO DESDE LAS ALTURAS	126
8 CHOLITAS LUCHADORAS.....	128
9 GASTRONOMÍA	129
9.1 COCINAR, SERVIR COMIDA Y COMER	129
9.2 GASTRONOMÍA EN IMÁGENES RICO O DELICIOSOS PLATOS DE TRUCHA (VARIEDAD)	131
132	
10 COPACABANA TURÍSTICA.....	132
10.1 PLAYA DE COPACABANAA.....	132
11 TURISMO INTERANDINO COROICO	133
11.1 MAPA DE UBICACIÓN DEL MUNICIPIO DE COROICO MAPA DE UBICACIÓN DEL MUNICIPIO DE COROICO	134
11.2 LA TOPONIMIA TURÍSTICA INTERANDINA	137
11.2.1 SUPAY PUNKU, 'LA PUERTA DEL DIABLO'	137
11.2.2 HIDROTOPÓNIMOS: LA JALANCHA	141
11.2.3 LA SENDA VERDE, UNA SELVA COTIDIANA'.....	145
11.2.4 ACTIVIDADES PARA HACER EN COROICO.....	148
12. DISCUSIÓN (PRELIMINAR)	149
13 RED ESTRATÉGICA DE TURISMO ANDINO-INTERANDINO DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ.....	151
13.1 EPICENTRO TURÍSTICO: CIUDAD DE EL ALTO-LA PAZ	152
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES.....	154
CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES	156
BIBLIOGRAFÍA	158

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Modelo Turístico.....	59
Figura 2 Modelo Turístico.....	60
Figura 3 Modelo Turístico.....	61
Figura 4 Modelo Turístico.....	61
Figura 5 Modelo Turístico.....	62
Figura 6 Modelo Turístico.....	63
Figura 7 Diseño Técnico	74
Figura 8 Diseño de Categorización	75
Figura 9 Organización sociocomunitaria tradicional Machaca	92
Figura 10 Cuadro de Discusión: triangulación	144

INDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Templo de Jesus de Machaca	93
Imagen 2 Templos en proceso de deterioro en los ayllus de Jesus de Machaca.....	94
Imagen 3 Pusi qala, tata qala	95
Imagen 4 Tata qala	95
Imagen 5 Jach'a mallku de Jesus de Machaca, fiesta del Rosario, 2022	97
Imagen 6 Torres funerarias	98
Imagen 7 Cerámica precolonial.....	101
Imagen 8 T'ikha tanka	106
Imagen 9 Preparando material de piedra granito y tallado.....	108
Imagen 10 Héroes de pueblos originarios	109
Imagen 11 Sapo de la suerte junto a un héroe indígena	109
Imagen 12 Vista de la casa de ex hacienda Q'uma Janchi.....	109
Imagen 13 Vista de l casa de ex hacienda y una vista interior.....	110
Imagen 14 Tanque de agua del FFCC, Arica, La Paz	110
Imagen 15 Material granito listo para emprender trabajos artísticos.....	110
Imagen 16 Tupak Katari	111
Imagen 17 Bartolina Sisa	111
Imagen 18 Ch'utas carnavaleros	112
Imagen 19 Dios de la abundancia	112

Imagen 20 Búho de la suerte y la mala suerte.....	113
Imagen 21 Utensilio doméstico.....	114
Imagen 22 Achachil qala	115
Imagen 23 Puente colgante y gruta de San Pedro Sorata	116
Imagen 24 Cholets	118
Imagen 25 Huayna Potosí	120
Imagen 26 Laguna colorada.....	120
Imagen 27 Laguna esmeralda.....	121
Imagen 28 Laguna esmeralda.....	121
Imagen 29 Cholitas escaladoras y cementerio de Milluni	122
Imagen 30 Gastronomía lacustre	126
Imagen 31 Platos en base a pecesillo ispi.....	127
Imagen 32 Gastronomía lacustre	127
Imagen 33 Turismo lacustre Copacabana	128
Imagen 34 Hagioturismo	128
Imagen 35 Coroico.....	129
Imagen 37 Jalancha	137
Imagen 38 Jalancha	138
Imagen 39 Senda verde	140
Imagen 40 Senda verde trayecto.....	140
Imagen 41 Senda verde fauna	141
Imagen 42 Senda verde hotel	142
Imagen 43 Monos en su habitat Senda verde	142
Imagen 44 Turismo de aventura Coroico.....	143
Imagen 45 Red estratégica de turismo andino internadino del deprtamento de La Paz	147

RESUMEN

“La relación toponomástica linguo-cultural como imagen de marca hacia el desarrollo turístico comunitario en el ámbito andino-interandino del departamento de La Paz” indagó en el contexto de una problemática caracterizado por la inexistencia de una oferta turística definida y una promoción exhaustiva y sostenible. El problema se agrava con el desplazamiento lingüístico léxico-toponomástica-turístico. Es objetivo de estudio fundamentar la oferta toponomástica linguo-cultural como imagen de marca territorial turística hacia el empoderamiento de una estrategia de prácticas alternativas de ecoturismo y turismo comunitario en una red estratégica turística en el mundo andino-interandino. Este propósito fue corroborado con las evidencias de ligazón del contenido semántico-cultural, histórico, antropológico, arqueológico y afines. Ha sido la disciplina Onomástica Geográfica la que se encargó del registro, catalogación y estudio etimológico de los nombres propios de un lugar, con ello se trascendió la limitada etimología griega τόπος (tópos, «lugar») y ὄνομα (ónoma, «nombre»). (Barreto Bedoya, S. J. Díaz Casallas, E. s/a). La investigación fue realizada en el marco del paradigma interpretativo hermenéutico del enfoque cualitativo, mirando el sentir, el pensar, el actuar de las personas en el escenario social y cultural. (Erlandson, 1993, pág. 79). En conclusión, los pueblos Andinos e Interandinos tuvieron y tienen, todavía, una cultura característicamente desbordante y con acreditados valores, disímiles de los otros. El proyecto capacitó investigadores junior en el rubro de la investigación Lingüística y Turismo.

ABSTRACT

"The linguo-cultural toponomastic relationship as a brand image towards community tourism development in the Andean-inter-Andean area of the department of La Paz" was investigated in the context of a problem characterized by the lack of a defined tourist offer and an exhaustive and sustainable. The problem is aggravated by the lexical-toponomastic-tourist linguistic displacement. The objective of the study is to base the linguo-cultural toponymous offer as an image of a territorial tourism brand towards the empowerment of a strategy of alternative practices of ecotourism and community tourism in a strategic tourism network in the Andean-inter-Andean world. This purpose was corroborated with the linking evidence of the semantic-cultural, historical, anthropological, archaeological and related content. The Geographical Onomastics discipline has been in charge of the registration, cataloging and etymological study of the proper names of a place, thereby transcending the limited Greek etymology τόπος (tópos, «place») and ὄνομα (ónoma, «name») (Barreto Bedoya, S. J. Díaz Casallas, E. s/a). The research was carried out within the framework of the hermeneutic interpretive paradigm of the qualitative approach, looking at the feelings, thoughts, and actions of people in the social and cultural scenario. (Erlandson, 1993, p. 79). In conclusion, the Andean and Inter-Andean peoples had and still have a characteristically overflowing culture with famous values, different from the others. The project trained junior researchers in the field of Linguistics and Tourism.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

La relación toponomástica linguo-cultural como imagen de marca hacia el desarrollo turístico comunitario en el ámbito andino-interandino del departamento de La Paz tiene por objeto el estudio de la ligazón de las toponimias con conocimientos y prácticas de turismo en la perspectiva interdisciplinar y compleja. Es la Onomástica Geográfica, la disciplina que se encarga del registro, catalogación y estudio etimológico de los nombres propios de un lugar. Y no solo eso, sino trascender la limitada etimología toponímica griega τόπος (tópos, «lugar») y ὄνομα (ónoma, «nombre»). Todo esto en la perspectiva de que el hombre “hace su propia geografía” y también “hace su historia”, Giddens (1984, en Pérez Gómez y cols, 1998), ahí se inscribe, precisamente, el turismo en sus disímiles prácticas, miradas desde la visión del método del embudo.

La toponomástica no solamente devela las configuraciones espaciales de la vida social que son una cuestión de importancia fundamental en una indagación como esta, sino también las dimensiones de la temporalidad (Hargreaves en Pérez Gómez y cols, 1998). Por ello se considera imprescindible describir aquel contexto situacional y delimitativo desde un texto internacional hasta un plano local, ya que el espacio en sí mismo es una característica importante de las instituciones e interacciones humanas, al igual que lo es el tiempo, tal ocurre en las practicas turísticas.

Las toponimias además de develar su semantismo permiten conocer datos de interés de una zona concreta, por ejemplo, el topónimo Poopó, es ilustrativo, que viene de la lengua pukina; pūpu ‘omblijo’ con el sucesivo desplazamiento del significante, cuya evidencia es la imposición puquina, aymara, quechua y castellano, con una clara evidencia de sucesivos periodos históricos sin afectar el significado ‘omblijo’. Por último, es la castellanización Poopó que elimina no solo el significante, sino el significado ‘omblijo. Con ello se descarta también la cosmovisión andina: “el centro de vida”, la vida y la muerte, (Alavi, 2010). Aquí es crucial el fenómeno descubrir el pensamiento y la cosmovisión que guardan los topónimos, para una oferta turística, (Alavi, 2010).

Los topónimos son parte de nuestro patrimonio natural y cultural, permiten descubrir, comprender e interpretar el vínculo entre la lengua, la cultura. El lenguaje y la cultura se desarrollan juntos y se influyen mutuamente. Lenguaje es cultura y la cultura es lenguaje. Van de la mano. La cultura es una reacción de la interacción de los humanos y la comunicación, permite que esta interacción ocurra. Dependiendo de los idiomas que hable una persona, también afecta a la forma en que piensa y percibe el mundo. Esto significa que si una persona habla más de un idioma le permite ser capaz de percibir las cosas desde diferentes perspectivas. Estas son las motivaciones que el turista desea conocer, la *suma qamaña*, el 'buen vivir'.

La lingüística y el turismo, esto el quid de la problemática de estudio, tanto en el contexto internacional, latinoamericano, nacional y local. El turismo, el solitario *utan uyun jamp'atu*, abogando por el crecimiento económico y un desarrollo incluyente, y a la sostenibilidad ambiental, maximizar la contribución socioeconómica sostenible, cuyo propósito sería reducir la pobreza, hacer del turismo una herramienta eficaz de desarrollo y progreso de la humanidad, fiel a los postulados del supra instancia regulador, la OMT (2019). El contexto problemático nos ofrece tanto el giro lingüístico-ontológico desde un perspectivismo subconsciente andino. Así de modo general, nuestro estudio abogará en específico por el turismo comunitario sostenible en sus disímiles prácticas. Los cuales se orientan hacia el uso óptimo de los recursos naturales, el respeto a la identidad socio-cultural de las comunidades anfitrionas y la viabilidad de las actividades económicas a mediano y a largo plazo. (UNWTO, 2019).

La importancia del turismo. Las puntualizaciones precedentes tiene por objeto relieves la importancia del turismo por su importancia como sector económico significativo con el aprovechamiento y uso de sus recursos naturales y culturales existentes en su geografía regional. Esta importancia gravita la actividad turística en diversas fases de consumo de un producto que guardan relación con el medio ambiente. La actividad turística está relacionada con los diferentes tipos de producto que dependen en mayor o en menor medida del estado de conservación de los recursos que son su razón de ser, desde unas playas limpias o un medio urbano

adecuado para el descanso y el ocio del turista, hasta espacios protegidos con elevada calidad ambiental.

Es cierto e indiscutible, el turismo es una industria de un impacto altamente efectivo, es el motor de desarrollo en el conjunto de la economía, proporciona una fuente directa de ingresos para la conservación, a partir de la valoración de los recursos naturales y culturales. Aporta al desarrollo de las comunidades locales, contribuyendo beneficios económicos derivados de la prestación de servicios, como la gastronomía, alojamiento, guías turísticos, transporte, entre otros. Frente a esto, los destinos receptores tienen la necesidad de buscar vías alternativas de desarrollo que permitan reducir los efectos negativos del turismo sobre el medio ambiente. Su importancia está en asegurar una más amplia diversidad de formas turísticas y, sobre todo, que integren de forma más armónica las necesidades del turista y de la población local, (La Organización Mundial de Turismo, 2019).

El impacto turístico. El impacto es significativo, la inyección de dinero foráneo que trae aparejada la actividad turística. Y esto tiene tres tipos de impactos, a saber: impactos directos, indirectos e inducidos. Los **impactos directos** ocurren cuando las empresas turísticas (hoteles, parques, restaurantes, centros de entretenimiento, casinos, transportistas, agencias de viajes, etc.), gastan sus ingresos localmente, comprando y consumiendo diversos bienes y servicios ofrecidos por empresas del país. Los **impactos indirectos** son los que se producen cuando esas empresas del país, a su vez, contratan personal y adquieren bienes y servicios en la economía local para poder atender dicha demanda. Finalmente, los **impactos inducidos** son aquellos gastos corrientes e inversiones de capital realizados por las empresas del país a partir del dinero obtenido de las empresas turísticas.

Antecedentes. Marco normativo legal boliviano está reglado por la Constitución Política del Estado Plurinacional y sus respectivas Leyes jurisdiccionales. Los derechos y deberes consagrados en la Constitución se interpretarán de conformidad con los tratados internacionales de derechos humanos ratificados por el Estado Plurinacional de Bolivia. 11). El patrimonio cultural del pueblo boliviano es inalienable, inembargable e imprescriptible. Los recursos económicos que generen se regularán por la ley, para

atender prioritariamente a su conservación, preservación y promoción. 2) El Estado garantizará el registro, protección, restauración, recuperación, revitalización, enriquecimiento, promoción y difusión de su patrimonio cultural, de acuerdo con la ley. 3). La riqueza natural, arqueológica, paleontológica, histórica, documental, y la procedente del culto religioso y del folklore, es patrimonio cultural del pueblo boliviano, de acuerdo con la ley (Art. 99). 4). Es patrimonio de las naciones y pueblos indígena originario campesinos las cosmovisiones, los mitos, la historia oral, las danzas, las prácticas culturales, los conocimientos y las tecnologías tradicionales. Este patrimonio forma parte de la expresión e identidad del Estado. Las normativas específicas son la Ley General de Turismo, “Bolivia te espera”, la Ley de Políticas y Derechos Lingüísticos y la Ley del Medio Ambiente.

Otro antecedente se refiere al estado de arte que configura desde lo internacional, latinoamericano y nacional y local. Trabajado a través del método de embudo tanto en la parte toponomástica como en la parte de turismo.

El turismo sustentable. El turismo sustentable es una forma de turismo que pone en práctica los principios de sostenibilidad, ofreciendo sus servicios y satisfaciendo las necesidades de los visitantes pero sin descuidar las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y ambientales. «El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.». Turismo Responsable. El Turismo Responsable se define como un movimiento social que busca establecer modelos de desarrollo turístico sostenibles y específicos para cada zona de destino. Turismo solidario, agroturismo, turismo ecológico. Las nuevas tendencias de los nuevos turistas es la preferencia de espacios con menor impacto sobre el medio y con una mayor integración de las características sociales y culturales locales

<https://www.ostelea.com › blog-turismo › sostenibilidad>

La actividad turística, es el desplazamiento de viajeros hacia lugares de explotación de recursos turísticos que requieren de un alojamiento, manutención y actividades

complementarias relacionadas, gira en torno a tres conceptos básicos: por un lado, el transporte de viajeros, el alojamiento de viajeros (incluida la manutención en ciertos casos) y los recursos turísticos de cada lugar. Estos pilares del fenómeno turístico generan actividades de ocio, de consumo de servicios, de gestión de estos servicios, de planificación del sector económico y dan lugar a un espacio comunicativo caracterizado tanto por la relación asimétrica entre cliente y gestor del servicio turístico, como simétrica entre los propios organizadores y gestores del producto.

Relación entre el turismo y el medio ambiente. Las actividades que realizan los turistas, durante sus desplazamientos, generan una serie de repercusiones positivas y negativas en los lugares que visitan, conocidos como impactos del turismo en la economía, la sociedad y la cultura local, y en consecuencia en el ambiente. Paradójicamente, existe una relación muy especial entre los problemas ambientales y el turismo, ya que la actividad ocasiona impactos negativos en el medio ambiente, aunque también los cambios en el ambiente afectan en gran medida al turismo.

La construcción de infraestructura y facilidades recreativas, la práctica no controlada de actividades deportivas o de aventura, perturban el entorno natural, dañando la calidad del suelo, generando erosión, deforestación y deteriorando el paisaje. El uso intensivo de áreas naturales puede degradarlas, desestabilizando su habilidad para afrontar desastres naturales y agudizando la pérdida de la biodiversidad, que está llevando a la extinción a numerosos ejemplares de flora y fauna.

Turismo y medio ambiente, equilibrio entre el turismo y el cuidado del medio ambiente. La fortaleza del turismo depende, en gran medida, de la salud ambiental; dado que un entorno de calidad es un ingrediente fundamental del producto turístico. Además de su crecimiento constante y dinámico, otra razón para prestar una atención especial al turismo en el contexto de la política ambiental, es la relación compleja que existe entre esta actividad y su impacto en el ambiente. Debemos postular, el turismo puede y debe convertirse en un aliado del ambiente en el que se desarrolla; en una fuerza económica y política de apoyo que asegure la conservación de los espacios y medios que utiliza; así como en un elemento coadyuvante de regulación y control de su propia actividad que tiende a la depredación.

Se constata que, durante mucho tiempo, ni los interesados en la preservación del ambiente se ocuparon del turismo, ni el turismo se preocupó por el ambiente, convirtiéndose así en mundos que transcurrían en sus propias órbitas. Por lo mismo, en las últimas décadas, las amenazas desde el punto de vista ambiental, la posibilidad de que éstas se multiplicaran, sumadas a una percepción cercana de la destrucción de recursos fundamentales para el producto turístico, hicieron que estos mundos confluyeran hacia objetivos comunes, vinculación que actualmente se encuentra en pleno desarrollo.

Por lo señalado, y a esto se debe que, en los últimos quince años, el turismo haya pasado a formar parte de la agenda de la sustentabilidad, sea cual fuere el foro o la reunión de que se trate; y como complemento esencial, la sustentabilidad es, a su turno, una referencia cada vez más ineludible del sector turístico, internacional y local, público y privado.

Las actividades que realizan los turistas, durante sus desplazamientos, generan una serie de repercusiones positivas y negativas en los lugares que visitan, conocidos como impactos del turismo en la economía, la sociedad y la cultura local, y en consecuencia en el ambiente. Paradójicamente, existe una relación muy especial entre los problemas ambientales y el turismo, ya que la actividad ocasiona impactos negativos en el medio ambiente, aunque también los cambios en el ambiente afectan en gran medida al turismo.

La construcción de infraestructura y facilidades recreativas, la práctica no controlada de actividades deportivas o de aventura, perturban el entorno natural, dañando la calidad del suelo, generando erosión, deforestación y deteriorando el paisaje. El uso intensivo de áreas naturales puede degradarlas, desestabilizando su habilidad para afrontar desastres naturales y agudizando la pérdida de la biodiversidad, que está llevando a la extinción a numerosos ejemplares de flora y fauna.

Como contra partida también se pueden destacar los impactos positivos del turismo en el ambiente. El turismo proporciona una fuente directa de ingresos para la conservación, a partir de la valoración de los recursos naturales y culturales; colabora

en el desarrollo de las comunidades locales, aportando beneficios económicos derivados de la prestación de servicios, como gastronomía, alojamiento, guías turísticos y venta de artesanías; aumenta la concientización, tanto en los visitantes como en los pobladores locales, sobre la necesidad de preservar la calidad ambiental y sus valores sociales, culturales y económicos. (Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD).

Turismo comunitario. Se trata de un turismo vivencial, basado en el intercambio cultural, donde los visitantes acceden a experiencias únicas. Este turismo, además de ser respetuoso con el medioambiente y las costumbres locales, tiene un impacto positivo en la vida de las comunidades donde se desarrolla. El turismo comunitario tiene un enorme potencial para ayudar a mejorar las condiciones de vida de comunidades más vulnerables, convirtiéndose en un catalizador del progreso y crecimiento. Las Agencias Internacionales de desarrollo consideran este turismo con suficiente potencial para ayudar en: la reducción de la pobreza, protección del medio ambiente y en las relaciones interculturales, a fin de crear sociedades más tolerantes.

El turismo comunitario es un modelo de gestión turística basado en la propiedad y la autogestión de los recursos naturales y culturales de los pueblos originarios (indígenas, mestizos, afrodescendientes...), bajo un enfoque de compromiso social, respeto al medio ambiente y distribución equitativa de beneficios.

Esta parte es conflictiva, se requiere mucho tino No debemos olvidarnos que para poder hablar de turismo comunitario es necesario que los derechos de gestión (explotación) de los recursos sean por parte de la misma comunidad o pueblos, ya que si no fuera así, la actividad turística no repercutiría en el desarrollo de la comunidad.

Para el diseño y desarrollo de un proyecto de turismo comunitario existen instituciones que apoyan la implementación de este tipo de actividades como es por ejemplo CODESPA. Según esta institución son necesarias cuatro fases principalmente:

1. Formación y asistencia técnica, dándoles habilidades y accesos a recursos a las comunidades para una adecuada gestión del patrimonio.

2. Desarrollo de la actividad turística, donde es necesario poner en práctica lo aprendido. Las mismas comunidades —gracias al apoyo de la ONG— desarrollan los servicios turísticos, se organizan para la gestión de patrimonios, y generan estructuras que les permiten comercializar su oferta.
3. Comercialización, para crear alianzas con operadoras y agencias de viaje, gracias a la cuales aumentan el flujo de turistas para que sea una actividad sostenible.
4. Por último, se mide el impacto, observando una mejora real en la calidad de vida de las personas, ya que crea crear empleo e ingresos que repercuten directamente en la comunidad.

Estos ingresos, que la comunidad obtiene, permiten impulsar el desarrollo de la comunidad, ya que las personas los invierten en sus necesidades básicas como son: el acceso a medicamentos, la compra de alimentos y llevar a sus hijos al colegio. Al mismo tiempo, la población rural no se ve obligada a migrar yendo a los suburbios de las ciudades, donde aumenta su condición de pobreza. Otros de los beneficios que la comunidad obtiene es la recuperación de sus culturas y costumbres, protegiendo y cuidando el entorno que les rodea (CODESPA).

El problema, la relación toponomástica linguo-cultural como imagen territorial de marca tiene un carácter reduccionista a una visión economicista cuantificadora, sin tomar en cuenta el desarrollo turístico comunitario. Al respecto, una revisión documental rápida permite establecer la conceptualización del turismo y lo turístico centrado “siempre” en lo económico y lo estadístico, solamente. Una práctica así, no satisface las necesidades y las expectativas de los turistas que llegan al país trayendo divisas. El turismo puede ser o debe ser autopoietico¹ en su lengua, en el área económica-

¹ El turismo ya demanda su propia identidad por lo que es una necesidad imperiosa esta búsqueda, es desde la complejidad que esto es posible, creando una conceptualización autopoietica...Término derivado de “la palabra autopoiesis (de *auto*: por sí mismo y *poiesis*: creación) ha obtenido carta de nacionalidad en el campo de las ciencias...

administrativa, en la mercadotecnia y en otras áreas desde donde puede definir su autenticidad e identidad interdisciplinaria.

Es objetivo es explicar la relación toponomástica linguo-cultural como imagen de marca territorial en la perspectiva de desarrollo turístico comunitario en el ámbito andino-interandino del departamento de La Paz. Para este propósito se propone la descripción y análisis de la red intrincada amorfa hacia la transformación de la realidad de las prácticas turísticas. Para el logro de este propósito, el proyecto de investigación se fundamenta en la legislación de las leyes de Derechos y Políticas lingüísticas, la Ley General de Turismo “Bolivia te espera”. El colchón académico constituye el meta análisis respecto de los disímiles estudios sobre la compleja realidad turística. Las teorías lingüísticas como la Lexicología y lexicografía, las teorías toponomásticas, las teorías turísticas, la cosmovisión andina aymara y el pensamiento aymara andino fundamentan la indagación lingüístico-turística.

El estudio tiene un alcance metodológico descriptivo interpretativo, multidimensional interdisciplinaria. Las técnicas e instrumentos son coherentes y correlacionales a los métodos señalados, particularmente, la observación participante, la entrevista a profundidad, análisis documental y otras del enfoque cualitativo. La información de datos turísticos será el resultado del meta análisis y examen de documentos, que será la consistenciación de la información y su correspondiente categorización de datos. Se espera como resultado un documento de estudios turísticos linguo-cultural andino-interandino que oriente la significación práctica de desarrollo de turismo comunitario.

Paralelo a la ejecución del proyecto de investigación se realizará la capacitación de recursos humanos en investigación: docentes investigadores adscritos, auxiliares de investigación y la comunidad de investigadores de Lingüística e Idiomas, pudiendo ser extensivo al Área Social.

1. EL PROBLEMA

1.1 PROBLEMÁTICA TOPONÍMICA-TURÍSTICA

Dos antecedentes de la realidad de las prácticas y experiencias turísticas visibilizan la situación problemática toponímica-turística. 1) Las prácticas turística observadas y experiencia vivida en los centros turísticos como Coroico, Copacabana y la región centro occidental del departamento de La Paz que se caracterizan por su potencial del patrimonio turístico, natural y cultural ¿Qué conocimiento tenemos?; 2) las inquietudes, expectativas y demanda de turistas fundamentalmente extranjeros (ante todo europeos y otros) que manifiestan el deseo de conocer Bolivia ¡Quiero conocer Bolivia! ¡**Quíííero** conocer Bolivia!, Resultado, insatisfacción general, una forma de frustración a dicha demandas.

Incluir también como incide la Lingüística a reducir la pobreza en la región,

A estos se complementan con la revisión documental: la normativa legal, la toponomástica, la lexicografía linguo-cultural y turística. Una rápida equiparación permite establecer que lo económico y lo estadístico han definido siempre la conceptualización del turismo y lo turístico. Todo desde la economía porque fue desde esa ciencia que se identificó la presencia del fenómeno turístico que generaba recursos económicos incluyendo las divisas y con la posibilidad de generar riqueza a la comunidad involucrada. Y ¿las otras ciencias? El turismo puede ser autopoietico² en su lengua, en el área económica-administrativa, en la mercadotecnia y en otras áreas desde donde puede definir su autenticidad e identidad.

En suma, se establece como fuente la economía y tangencialmente, la lengua a nivel comunicación no desde la lingüística. Y, qué es el problema. No existe ni la menor idea de la relación de la lingüística y el turismo, en especial las toponimias y los atractivos turísticos. Los turistas llegan con una serie de expectativas y necesidades: estudio, recreaciones y deportes, conocimiento, vacaciones, y otras. Todo ello según la cohorte

² El turismo ya demanda su propia identidad por lo que es una necesidad imperiosa esta búsqueda, es desde la complejidad que esto es posible, creando una conceptualización autopoietica...Término derivado de "la palabra autopoiesis (de *auto*: por sí mismo y *poiesis*: creación) ha obtenido carta de nacionalidad en el campo de las ciencias...

de edad y género. La oferta a dichos requerimientos natural y cultural es nula. Es de imaginar, las consecuencias son manifiestas, tanto para los turistas como a la comunidad receptora. De manera muy abreviada pero esencial, la problemática se sintetizar en que sigue:

- a. Inexistencia de una oferta turística definida, una promoción exhaustiva y sostenible desde la Lingüística en el paradigma interdisciplinario intra de investigación como respuesta a las expectativas e inquietudes de los turistas.
- b. Carencia substancial de conocimiento de los contenidos: cultural y natural de los atractivos topónimos desde la lingüística, arqueología, historia, geografía, filosofía, etc. (recursos humanos).
- c. Fenómeno del desplazamiento sucesivo del léxico de las toponimias ocurridas en el devenir del tiempo como consecuencia de lenguas contacto con la lengua dominante y políticas lingüísticas.
- d. Ausencia de estrategias metodológicas de investigación integral tendente a la solución de la complejidad problemática y la transformación de la realidad en el marco de la interdisciplinariedad, transdisciplinariedad y complejidad.
- e. Falencias en la capacitación y formación de recursos humanos para la gestión, administración de las redes turísticas y atención a los turistas.
- f. Carencia de infraestructura turística y deterioro del medio ambiente.

1.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.2.1 Pregunta general

¿Cuáles son las características de la oferta toponomástica linguo-cultural como imagen de marca territorial turística hacia el empoderamiento de una estrategia de prácticas alternativas de ecoturismo y turismo comunitario en una red turística en el mundo andino-interandino del departamento de La Paz?

1.2.2 Preguntas complementarias.

Las cuestiones específicas pueden redondearse en las siguientes:

- ¿Qué contenido linguo-cultural (histórico, arqueológico, cosmológico, filosófico) y afines encierran las toponimias de la zona Andina e Interandina del departamento de La Paz para el desarrollo de ecoturismo y turismo comunitario?
- ¿Cuál es la lengua de procedencia y los fenómenos de desplazamiento lingüístico, y los efectos de lenguas en contacto a la naturaleza linguo-cultural, del significante y significado de los topónimos turísticos en el devenir del tiempo?
- ¿Cuál es la oferta y la promoción de turismo como programa sostenido desde la toponomástica y disciplinas afines a la ciencia lingüística y práctica turística en la región Andina e Interandina en el departamento de La Paz?
- ¿Cuáles son las estrategias de oferta turística basada en estudios toponomásticas encaminadas al aprendizaje pedagógico linguo-cultural y prácticas turísticas como alternativas de empoderamiento proyectiva de las comunidades involucradas?
- ¿Cuáles son las características de la idoneidad profesional de los recursos humanos en la gestión, administración de la atención de las actividades turísticas. ¿Cuál es la calidad de los recursos humanos y profesionales en la gestión, administración en la atención de las redes turísticas?
- ¿Cuáles son las condiciones físicas y funcionales de la infraestructura turística (camino, restaurante, alojamiento) y la conservación del medio ambiente en las regiones turísticas?

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Objetivo general

Fundamentar la oferta toponomástica linguo-cultural como imagen de marca territorial turística hacia el empoderamiento de una estrategia de prácticas alternativas de ecoturismo y turismo comunitario en una red turística en el mundo andino-interandino del departamento de La Paz

2.2 Objetivos específicos

Las cuestiones específicas pueden redondearse en las siguientes:

- Describir el contenido linguo-cultural (histórico, arqueológico, cosmológico, filosófico) y afines que encierran las toponimias de la zona Andina e Interandina del departamento de La Paz para el desarrollo de ecoturismo y turismo comunitario.
- Establecer la lengua de procedencia y los fenómenos de desplazamiento lingüístico, y los efectos de lenguas en contacto a la naturaleza linguo-cultural, del significante y significado de los topónimos turísticos en el devenir del tiempo.
- Establecer la oferta y la promoción de turismo como programa sostenido desde la toponomástica y disciplinas afines a la ciencia lingüística y práctica turística en la región Andina e Interandina en el departamento de La Paz.
- Argumentar las estrategias de oferta turística basada en estudios toponomásticas encaminadas al aprendizaje pedagógico linguo-cultural y prácticas turísticas como alternativas de empoderamiento proyectiva de las comunidades involucradas.
- Determinar la idoneidad profesional de los recursos humanos en la gestión, administración de la atención de las actividades turísticas.
- Establecer las condiciones físicas y funcionales de la infraestructura turística (camino, restaurante, alojamiento y la conservación del medio ambiente en las regiones turísticas).

3. HIPÓTESIS (IDEAS CIENTÍFICAS A SUSTENTAR)

Existe una inexperiencia ostensible en el conocimiento y práctica de la relación toponomástica linguo-cultural como imagen de marca hacia el desarrollo turístico comunitario que la investigación propiciará un Plan Estratégico de Desarrollo y su

correspondiente Guía Turística en el ámbito andino-interandino del departamento de La Paz.

No existe un plan estratégico de oferta y la promoción de turismo como programa sostenido desde la toponomástica y disciplinas afines a la ciencia y práctica turística, el resultado de la investigación propiciará la viabilidad y sostenibilidad turística en la región Andina e Interandina en el departamento de La Paz.

La inexperiencia y falta de conocimiento del contenido semántico, cultural, histórico, arqueológico, paleontólogo, cosmológico, filosófico y afines que encierran las toponimias, esta carencia se solucionará con la viabilizarían hacia la significación práctica turística comunitaria en la zona Andina e Interandina del departamento de La Paz.

Se desconoce la lengua de procedencia predominante y el fenómeno de desplazamiento sucesivo del léxico y las consecuencias de los topónimos en el devenir del tiempo como consecuencia de lenguas en contacto que la investigación se dotará de un estudio sistemático linguo-cultural como la ilustración científica.

Completo desconocimiento en el manejo de las estrategias metodológicas que caracterizan los estudios toponímicos y las prácticas turísticas encaminados como alternativas proyectivas de solución a futuro, que la investigación propiciará herramientas estratégicas para el desarrollo turístico.

No existe un relevamiento acerca de las características de atención y profesionalidad de los recursos humanos en la agestión, administración de las redes turísticas que la investigación visualizará hacia la solución de estas carencias.

No existe el relevamiento de la infraestructura turística necesaria ya adecuada y la conservación del medio ambiente en las redes turísticas que con la investigación se visualizará para la búsqueda de las posibilidades de solución pertinente.

4 JUSTIFICACIÓN

Conveniencia social. Existe la necesidad de contar con un estudio de la relación lingüística y turismo interdisciplinar, que permita revelar las características de la problemática del turismo comunitario; cuyo propósito sea la proyección de la implementación del programa de desarrollo turístico comunitario en la zona Andina-interandina del departamento de La Paz.

La relevancia social responde a la inusitada demanda de las prácticas turísticas de carácter internacional, nacional, regional y local. Está dirigida a un potencial contingente de beneficiarios: de las comunidades de destino hacia el relevamiento de los atractivos turísticos de la diversidad riqueza en el rubro. Relevamiento de la importancia por las comunidades de destino en cuanto a la conservación, potenciamiento con la toma de conciencia tanto de las autoridades cuanto por las comunidades que ostentan esta fuente de desarrollo socio comunitario y otros. Está implícita la valoración de la lengua y la cultura

La significación práctica es múltiple, no solamente económico ni estadístico, sino social, cultural, educativo, infraestructura física y otras. Además, y lo fundamental, la promoción y gestión de programas de ecoturismo comunitario, con una estrategia linguo-cultural turístico de REDES cuyo beneficio se da por descontado.

Otro argumento de fundamental importancia es el valor teórico en Lingüística Aplicada al Turismo como también el desarrollo de las teorías turísticas, que apoyen el desarrollo sustentable del turismo ecoturístico comunitario, cuya proyección a futuro sea la *suma qamaña* 'el buen vivir, el paradigma de vida comunitaria andino'.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

1 MENCIÓN DE OTROS ESTUDIOS RELATIVOS AL TEMA

1.1 LAS TEORÍAS LINGÜÍSTICA-TOPONOMÁSTICAS Y TURÍSTICAS EN LA IMAGEN DE LAS MARCAS TERRITORIALES

La toponomástica como naturaleza lingüística refleja la visión del mundo de una comunidad de hablantes, al abordar las toponimias y el turismo fulguran la visión del mundo y su realidad en toda su complejidad, junto a la imagen de las marcas territoriales. El componente toponomástica en la particularidad léxica-semántica sintetiza creencias: Identifica las creencias, sean estas religiosas o valóricas. Este componente, también tiene que ver con la construcción lingüístico-cultural de la realidad: Así por ejemplo, en la lengua y la cultura aymara: “lo visto y no visto”, constituye un principio valórico. Es así como la lengua refleja su entrono sociocultural y natural a través de los deícticos, clasificadores y topónimos. En suma, el lenguaje del turismo comprende, además de un núcleo de terminología relativa a las estructuras y organización en las normativas, académicas y estratégicas de desarrollo reguladoras. En este contexto, se consigna un marco normativo legal, integrada por las principales leyes atinentes al tema. Toda la significación práctica se sustenta en un cuerpo de antecedentes: la investigación de la investigación, generado por un cuerpo de hechos históricos toponomástica-turístico en tiempo y espacio internacional, latinoamericana (S XIX y XX) y por supuesto, la boliviana plurinacional. Los cuales se conectan y conforman el cuerpo de las bases teóricas de sustento y referencia al proceso de indagación toponímica-turística.

Los pedestales teóricos conformados fundamentalmente por las teorías toponomásticas y lexicográfico-enciclopédico reflejan la filosofía y la cosmovisión del mundo. Aspecto ni siquiera remotamente imaginado en las diferentes actividades de la industria del turismo, tanto internacional, latinoamericana como en la boliviana. La diversidad toponímica natural y cultural y la geografía toponímica generan también pluralidad de atractivos turísticos que a su vez ofrecen una gran variedad de prácticas turísticas desde las comunitarias a las más complejas y atrevidas como son el turismo

de aventura. Justo la gama de atractivos turístico aymara y otras, ofertan la sabiduría, los conocimientos, los valores y la cosmovisión del territorio andino-interandino.

Bolivia en su diversidad geográfica ostenta valores culturales, filosofía, la visión de la vida y del mundo como contenido semántico, cultural y natural. Esta diversidad del territorio andino-interandino, conformado por vistosos paisajes y comarcas, en la perspectiva de la lingüística diacrónica encierra los valores que fueron la base filosófica de los pueblos que los habitan. El estudio toponímico de los nombres de lugar nos ayuda a recuperar virtualmente aquellos rasgos naturales y culturales del paisaje – unos vigentes y otros desaparecidos o desplazados– que propiciaron la creación de dichos topónimos motivan curiosidades a propios y extraños, sobre todo al turista extranjero.

1.2 Marco normativo legal

El marco normativo legal boliviano está reglado por la Constitución Política del Estado Plurinacional y sus respectivas Leyes jurisdiccionales. Los derechos y deberes consagrados en la Constitución se interpretarán de conformidad con los tratados internacionales de derechos humanos ratificados por el Estado Plurinacional de Bolivia.

1.2.1 Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia (CPEPB)

“En tiempos inmemoriales se erigieron montañas, se desplazaron ríos, se formaron lagos. Nuestra amazonia, nuestro chaco, nuestro altiplano y nuestros llanos y valles se cubrieron de verdes y flores. Poblamos esta sagrada Madre Tierra con rostros diferentes, y comprendimos desde entonces la pluralidad vigente de todas las cosas y nuestra diversidad como seres y culturas. Así conformamos nuestros pueblos, y jamás comprendimos el racismo hasta que lo sufrimos desde los funestos tiempos de la colonia”, reza el Preámbulo de la CPEPB (2009).

“El pueblo boliviano, de composición plural, desde la profundidad de la historia, inspirado en las luchas del pasado, en la sublevación indígena anticolonial, en la independencia, en las luchas populares de liberación, en las marchas indígenas, sociales y sindicales, en las guerras del agua y de octubre, en las luchas por la tierra y territorio, y con la memoria de nuestros mártires, construimos un nuevo Estado. el reto

histórico de construir colectivamente el Estado Unitario Social de Derecho Plurinacional Comunitario, que integra y articula los propósitos de avanzar hacia una Bolivia democrática, productiva, portadora e inspiradora de la paz, comprometida con el desarrollo integral y con la libre determinación de los pueblos”. (CPEPB, 2009).

- I. El patrimonio cultural del pueblo boliviano es inalienable, inembargable e imprescriptible. Los recursos económicos que generen se regularán por la ley, para atender prioritariamente a su conservación, preservación y promoción.
- II. El Estado garantizará el registro, protección, restauración, recuperación, revitalización, enriquecimiento, promoción y difusión de su patrimonio cultural, de acuerdo con la ley.
- III. La riqueza natural, arqueológica, paleontológica, histórica, documental, y la procedente del culto religioso y del folklore, es patrimonio cultural del pueblo boliviano, de acuerdo con la ley (Art. 99).
- I. Es patrimonio de las naciones y pueblos indígena originario campesinos las cosmovisiones, los mitos, la historia oral, las danzas, las prácticas culturales, los conocimientos y las tecnologías tradicionales. Este patrimonio forma parte de la expresión e identidad del Estado.
- II. El Estado protegerá los saberes y los conocimientos mediante el registro de la propiedad intelectual que salvaguarde los derechos intangibles de las naciones y pueblos indígena originario campesinos y las comunidades interculturales y afro bolivianas (Art.100).

Las manifestaciones del arte y las industrias populares, en su componente intangible, gozarán de especial protección del Estado. Asimismo, disfrutarán de esta protección los sitios y actividades declarados patrimonio cultural de la humanidad, en su componente tangible e intangible (Art 101).

La diversidad cultural constituye la base esencial del Estado Plurinacional Comunitario. La interculturalidad es el instrumento para la cohesión y la convivencia armónica y

equilibrada entre todos los pueblos y naciones. La interculturalidad tendrá lugar con respeto a las diferencias y en igualdad de condiciones. II. El Estado asumirá como fortaleza la existencia de culturas indígena originario campesinas, depositarias de saberes, conocimientos, valores, espiritualidades y cosmovisiones. I. Es nación y pueblo indígena originario campesino toda la colectividad humana que comparta identidad cultural, idioma, tradición histórica, instituciones, territorialidad y cosmovisión, cuya existencia es anterior a la invasión colonial española (CPEPB, 2009). .

En suma, Bolivia intercultural, pluricultural, plurilingüe ostenta un patrimonio cultural, lingüístico, antropológico, sobre todo filosófico, la riqueza toponomástica, que sustenta a la presente investigación.

1.2.2 Ley General de Derechos y Políticas Lingüísticas (Ley N° 369 de 02 de agosto de 2012).

Toda comunidad lingüística tiene derecho a usar en forma oral y escrita las toponimias, zoonimias, fitonimias y otras en la lengua propia del territorio y en los ámbitos privados, públicos y oficiales. Estas denominaciones no podrán ser suprimidas, sustituidas, alteradas o adaptadas arbitrariamente (Art. 25). Recuperar y usar términos toponímicos en idiomas indígenas en los lugares públicos a nivel regional, municipal, departamental y plurinacional, en el marco del principio de territorialidad. 4. A recuperar y utilizar terminología propia de los idiomas en el ámbito artístico, académico, medicinal, musical, espiritual y otros. 5. A preservar los derechos intelectuales en la producción oral y escrita de los conocimientos, ciencia, tecnología, sabiduría y literatura como propiedad colectiva de las naciones y pueblos indígena originario campesinos.

Interculturalidad. Es el reconocimiento de la expresión y convivencia de la diversidad cultural lingüística, institucional, normativa, y el ejercicio y respeto de los derechos individuales y colectivos

1.2.3 Ley General del Turismo. Bolivia te espera (Ley N° 292).

La Ley es exhaustiva en su normativa legal del turismo en la Bolivia Plurinacional, configuradas en siete capítulos y 30 artículos, más tres disposiciones generales. Comprende desde las disposiciones generales iniciales, Derechos y obligaciones,

políticas generales de turismo, sistema de registro, categorización y certificación de prestadores de servicios turísticos, sistema de información sobre la oferta turística nacional, la demanda y la calidad de actividades turísticas, Marco institucional y Régimen financiero para la actividad turística.

La Ley N° 292, de 25 de septiembre de 2012, Ley General de Turismo “Bolivia Te Espera” presenta normativas respecto de las políticas turísticas, promoción y difusión en los diferentes sectores de la actividad turística público, privado y pone énfasis el modelo del turismo comunitario. La presente Ley tiene por objeto establecer las políticas generales y el régimen del turismo, a fin de desarrollar, difundir, promover, incentivar y fomentar la actividad productiva de los sectores turísticos público, privado y comunitario. En el artículo 2, se determina el ámbito de aplicación: “todas las actividades públicas, privadas, mixtas y comunitarias”. (LGTB; 2012).

La mencionada Ley en su artículo 3 se señala los objetivos del turismo: a) Promover, desarrollar y fomentar el turismo interno, para fortalecer la identidad plurinacional y las riquezas inter e intraculturales; b) Fomentar, desarrollar, incentivar y fortalecer el turismo receptivo y emisivo a partir de la gestión territorial y la difusión del “Destino Bolivia”, sus atractivos y sitios turísticos para la generación de ingresos económicos y empleo que contribuyan al crecimiento de la actividad turística y al Vivir Bien de las bolivianas y bolivianos, fortaleciendo el turismo de base comunitaria; c) Promover, desarrollar y fortalecer los emprendimientos turísticos de las comunidades rurales, urbanas, naciones y pueblos indígena originario campesinas para el aprovechamiento sustentable, responsable, diverso y plural de patrimonio natural y cultural.; d) Establecer mecanismos de coordinación interinstitucional entre los niveles territoriales del Estado, para la captación y redistribución de ingresos provenientes de la actividad turística, destinados al desarrollo, fomento, promoción y difusión del turismo; e) Fortalecer la capacidad operativa, financiera y de planificación del Estado Plurinacional de Bolivia, sobre la base de la implementación y actualización constante de un sistema de información y estadísticas del sector turístico; f) Implementar mecanismos de regulación a la actividad turística; g) Proteger los lugares y símbolos sagrados,

conservar los recursos naturales y respetar la identidad de los pueblos indígena originario campesinos,

ARTÍCULO 3. (OBJETIVOS DEL TURISMO). El turismo es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable, respondiendo a los siguientes objetivos:

- a) Promover, desarrollar y fomentar el turismo interno, para fortalecer la identidad plurinacional y las riquezas inter e intraculturales.
- b) b Fomentar, desarrollar, incentivar y fortalecer el turismo receptivo y emisivo a partir de la gestión territorial y la difusión del “Destino Bolivia”, sus atractivos y sitios turísticos para la generación de ingresos económicos y empleo que contribuyan al crecimiento de la actividad turística y al Vivir Bien de las bolivianas y bolivianos, fortaleciendo el turismo de base comunitaria.
- c) Promover, desarrollar y fortalecer los emprendimientos turísticos de las comunidades rurales, urbanas, naciones y pueblos indígena originario campesinas para el aprovechamiento sustentable, responsable, diverso y plural de patrimonio natural y cultural.
- d) Establecer mecanismos de coordinación interinstitucional entre los niveles territoriales del Estado, para la captación y redistribución de ingresos provenientes de la actividad turística, destinados al desarrollo, fomento, promoción y difusión del turismo.
- e) Fortalecer la capacidad operativa, financiera y de planificación del Estado Plurinacional de Bolivia, sobre la base de la implementación y actualización constante de un sistema de información y estadísticas del sector turístico.
- f) Implementar mecanismos de regulación a la actividad turística.
- g) Proteger los lugares y símbolos sagrados, conservar los recursos naturales y respetar la identidad de los pueblos indígena originario campesinos, comunidades interculturales y afro bolivianas.

1.2.4 Ley de Medio Ambiente (Ley N° 1333, del 27 de abril de 1992)

Sabido es, toda actividad de desplazamiento humano genera repercusiones no solo positivas, sino también negativas en los lugares de destino, para ello es imperativo las prácticas de la normativa del cuidado y buenas relaciones de turismo y medio ambiente. He aquí la normativa legal: La Ley que tiene por objeto la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales, regulando las acciones del hombre con relación a la naturaleza y promoviendo el desarrollo sostenible con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la población.

OBJETO DE LA LEY Artículo 1. La Ley tiene por objeto la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales, regulando las acciones del hombre con relación a la naturaleza y promoviendo el desarrollo sostenible con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la población. Artículo

2. Para los fines de la presente Ley, se entiende por desarrollo sostenible, el proceso mediante el cual se satisfacen las necesidades de la actual generación, sin poner en riesgo la satisfacción de necesidades de las generaciones futuras. La concepción de desarrollo sostenible implica una tarea global de carácter permanente.

Artículo 3. El medio ambiente y los recursos naturales constituyen patrimonio de la Nación, su protección y aprovechamiento se encuentran regidos por Ley y son de orden público.

Artículo 4. La presente Ley es de orden público, interés social, económico y cultural.

Artículo 81. El Ministerio de Educación y Cultura, las Universidades de Bolivia, la Secretaría Nacional y los Consejos Departamentales del Medio Ambiente, definirán políticas y estrategias para fomentar, planificar y desarrollar programas de educación ambiental formal y no formal, en coordinación con instituciones públicas y privadas que realizan actividades educativas.

2 MENCIÓN DE PUNTOS DE VISTA DE OTROS INVESTIGADORES

2.1 Antecedentes de estudio (la investigación de la investigación)

Se considera esta sección como la parte fundamental por constituir el colchón académico de la investigación. Consiste en una exhaustiva revisión documental de estudios o investigaciones relacionados con nuestro tema de investigación. Comprende tres partes: una primera relacionada con las indagaciones de carácter internacional del mundo, la segunda parte revisa las investigaciones correspondientes a Latinoamérica comprendidos desde México al extremo Sur de Chile. La tercera parte está referida a las indagaciones realizadas en la Bolivia Plurinacional, con una breve referencia perteneciente al departamento de La Paz. Además, incluye la Estrategias Nacionales de Turismo Chile, Bolivia y Perú.

2.2 Estado de arte latinoamericano

República Dominicana

Identificación	Objetivo General	Categorías/variables	Instrumentos recolección de la información	Resultados
----------------	------------------	----------------------	--	------------

<p>Autor(s): Francisco Orgaz Agüera</p> <p>Universidad de UTESA, España</p> <p>Salvador Moral Cuadra</p> <p>Universidad de Córdoba, España</p> <p>Título: El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso.</p> <p>El Periplo Sustentable, vol. 31, 2016.</p> <p>Institución: Universidad Autónoma del Estado de México.</p> <p>Dimensión espacial: Dajabón (República Dominicana).</p> <p>Población: 63.955, muestra aleatoria: simple.</p>	<p>Analizar las potencialidades turísticas de un destino en vías de desarrollo localizado en una zona fronteriza (turismo fronterizo), en concreto, la provincia de Dajabón (República Dominicana).</p> <p>Otro objetivo: conocer la percepción de los residentes ante el turismo y elementos que pueden afectar a este sector.</p> <p>La finalidad: elaborar propuestas para mejorar el turismo en este destino, cuya misión es fomentar el desarrollo sostenible en esta área geográfica.</p>	<p>Potencialidades turísticas; destino en vías de desarrollo.</p> <p>La percepción de los residentes ante el turismo y elementos que pueden afectar a este sector.</p>	<p>La metodología: una combinación de entrevistas, grupos de discusión y encuestas.</p> <p>Escala Likert. Valoración de las percepciones de los residentes.</p>	<p>Los resultados muestran que la provincia de Dajabón tiene un gran potencial turístico.</p> <p>La percepción de los residentes hacia la actividad turística es muy baja.</p> <p>Acciones propuesta: Capacitación, motivación, investigación, planificación, otros.</p> <p>Turismo en el mundo: Principal factor de desarrollo sustentable.</p>
---	---	--	---	--

Colombia

Identificación	Objetivo General	Categorías/variables	Instrumentos recolección de la información	Resultados
<p>Autor(s): Orlando Salcedo Valencia.</p> <p>Título: Educación en procesos de turismo comunitario con enfoque ambiental.</p> <p>Institución:</p>	<p>Identificar lineamientos educativos generales para la implementación de procesos de turismo comunitario (TC) con enfoque ambiental.</p>	<p>Lineamientos educativos generales para la implementación de procesos de turismo comunitario (TC).</p> <p>Turismo comunitario</p>	<p>Un proceso de investigación cualitativa con enfoque ambiental.</p> <p>La información</p>	<p>Los resultados obtenidos se enmarcan en lineamientos procedimentales, axiológicos y conceptuales orientados a la</p>

<p>Universidad Nacional de Colombia.</p> <p>Dimensión espacial: integrantes de la Asociación de Protectores de los Recursos Naturales y del Ambiente de Tibacuy - Cundinamarca, la</p> <p>Dimensión social: Asociación de Protectores de los Recursos Naturales y del Ambiente de Tibacuy - Cundinamarca (APRENAT).</p> <p>Dimensión espacial: Yarumo Blanco - Risaralda y DESCUBRIR ONG – Boyacá.</p> <p>Asociación Comunitaria Yarumo Blanco – Risaralda.</p>	<p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar una disertación epistemológica del concepto de turismo comunitario. • Identificar elementos pedagógicos y didácticos para el desarrollo de una propuesta educativa de turismo comunitario con enfoque ambiental. • Generar lineamientos conceptuales, axiológicos y procedimentales para un currículo de formación en turismo comunitario.. 	<p>(TC).</p> <p>Enfoque ambiental.</p> <p>Educación Ambiental (EA),</p>	<p>se recolecto usando entrevistas a profundidad y el análisis se realizó por medio del programa Atlas ti.</p>	<p>construcción de procesos educativos con comunidades rurales con potencial de turismo de naturaleza interesada en desarrollar programas de turismo comunitario.</p>
--	--	---	--	---

Chile

Identificación	Objetivo General	Categorías/variables	Instrumentos recolección de la información	Resultados
<p>Autor Alberto Moreno Doña</p> <p>Institución: Universidad del Mar, Sede Serena-Chile.</p> <p>Título: La toponimia de la Vicuña.</p> <p>Revista Electrónica de Estudios Filológicos N° VI</p>	<p>Búsqueda de los nombres de los accidentes geográficos de la comuna de Vicuña, comuna situada al medio del Valle de Elqui, al interior de La Serena (IV Región de Chile).</p> <p>Análisis toponímico de las lenguas aborígenes presentes en el</p>	<p>Topónimos de los accidentes geográficos indígenas.</p> <p>Presencia o ausencia de los topónimos en la comuna de Vicuña.</p> <p>Distribución cuantitativa y cualitativa de los topónimos indígenas de la comuna de Vicuña.</p>	<p>La metodología: La metodología utilizada para intentar rescatar, de alguna manera, valores indígenas a partir de la presencia de nombres de lugares amerindios en Vicuña ha consistido en realizar, a partir de una carta geográfica de la zona, un listado</p>	<p>Presencia de topónimos derivados; tipo de accidente geográfico; etimología y significado; nombre científico si se trata de plantas o animales; citas de los autores más importantes.</p> <p>Glosario toponomástica:</p>

<p>Comuna de Vicuña, situada al medio del Valle de Elqui, al interior de La Serena (IV Región de Chile).</p> <p>En este espacio, según Ampuero (1986), vivieron los diaguitas chilenos desde el siglo X DC hasta finales del siglo XVII..</p>	<p>lugar.</p> <p>Explicitar la distribución cuantitativa y cualitativa de los topónimos indígenas de la comuna de Vicuña.</p> <p>Análisis etimológico y semántico de los topónimos encontrados.</p>		<p>toponomástica.</p>	<p>Nº de topónimos fichados y porcentaje.</p> <p>Nº de topónimos no indígenas (españoles más fichados y porcentaje.</p> <p>Nº de topónimos indígenas fichados y porcentaje..</p>
---	---	--	-----------------------	--

Brasil

Identificación	Objetivo General	Categorías/variables	Instrumentos recolección de la información	Resultados
<p>Greicy Kelly Pfeif</p> <p>Isabelle Cristina Moraes de Souza</p> <p>Ismael Matos da Silva.</p> <p>Turismo y desarrollo local sustentable</p> <p>Factores limitantes y potencialidades de la playa de Ajuruteua en el Estado de Pará, Brasil.</p> <p>Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 27, núm. 3, pp. 716-736, 2018</p> <p>Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.</p>	<p>Analizar la infraestructura y los servicios ofrecidos a los turistas en la playa de Ajuruteua</p> <p>Finalidad: resaltar el potencial turístico basado en las condiciones ambientales que la región ofrece y proponer medidas para desarrollar el potencial ecológico y social de la región, valorando el turismo local. Ajuruteua.</p>	<p>Infraestructura y los servicios ofrecidos a los turistas</p> <p>El potencial turístico basado en las condiciones ambientales</p> <p>Desarrollo del potencial ecológico y social de la región, valorando el turismo local Ajuruteua.</p>	<p>Se aplicó un abordaje cuantitativo con la realización de 450 cuestionarios a los turistas y 15 cuestionarios a los propietarios de las posadas. Los mismos fueron analizados por los métodos descriptivos y SWOT respectivamente</p>	<p>Los resultados encontrados indicaron que el 62% de los entrevistados no consideraron que la playa estuviera limpia y organizada, aunque el 92% de los turistas recomendaría la playa de Ajuruteua a los amigos y familiares, por ser un lugar calmo y con bellezas naturales.</p>

El turismo es la segunda mayor actividad económica del mundo, detrás de la industria del petróleo y sus derivados, en cuanto a generación de empleo e ingresos (Mariani et al., 2014

Por ejemplo en China el turismo es utilizado como herramienta de desarrollo de algunas regiones y provincias para combatir la pobreza en comunidades atrasadas o minorías étnicas (Rezende, 2011). El desarrollo del turismo aporta beneficios económicos a las áreas de influencia del lago en la comuna de Panguipulli en Chile, así como protección a los territorios aborígenes amenazados, valorización de la cultura y una alternativa sustentable para el uso de la tierra (Vera, 2016).

México

Identificación	Objetivo General	Categorías/variables	Instrumentos recolección de la información	Resultados
Luis G. Ortega Muñiz ^[a] , Sonia Gayosso-Mexia ^[b] , Aide M. Carrizal Alonso ^[a] , Fernando Benitez Leal ^[d] Título: Turismo idiomático como mecanismo de internacionalización y movilidad académica en la UAEH. Estudio de caso: español para extranjeros. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo-México.	Dar a conocer ampliamente el significado de turismo idiomático y los efectos que ha tenido en otros lugares del mundo. Diagnosticar la realidad del sector turístico, desde las perspectivas de la imagen, oferta y demanda asociadas a la enseñanza de español para extranjeros, y por otro, proponer estrategias directamente orientadas a impulsar el desarrollo del mismo en Pachuca, como destino sostenible y de calidad desde el conocimiento previo del mismo (OMT Organización Mundial de Turismo, 2017).	Aprendizaje de idioma español. Turismo idiomático Internacionalización del turismo idiomático. Oferta del idioma español para extranjeros. Aprendizaje de idiomas.	Se expone un estudio de caso en la Universidad Autónoma de Estado de Hidalgo la cual es una institución que promueve la internacionalización.	Dirección de Educación Continua y a Distancia regulados por el Centro de Lenguas. Lenguas ofertadas: Inglés, francés Alemán, Italiano, Chino-Mandarín, Español para extranjeros. Potenciamiento e internacionalización del Centro de idiomas de UAEH.

Argentina

Identificación	Objetivo General	Categorías/variables	Instrumentos recolección de la información	Resultados
<p>Autores. Marta Sammarchi</p> <p>Marta Sammarchi* Univ.ersidad del Salvador. Buenos Aires. Argentina</p> <p>Título. Situación actual del turismo en la Argentina. período 1990-98 de un 116,8%</p> <p>Cuadernos de Turismo, 8 (2001), 129-144.</p> <p>Cuadernos de Turismo, núm. 8, julio-diciembre, 2001, pp. 129-144 Universidad de Murcia Murcia, España.</p>	<p>Realizar un diagnóstico actual del turismo en la Argentina y detectar las fortalezas y debilidades, sector en crecimiento representado por un aumento en el período 1990-98 de un 116.8%.</p> <p>Análisis del incremento del Turismo receptivo e interno en la Argentina, la oferta hotelera, el número de plazas y los recursos humanos empleados en esta actividad.</p> <p>Análisis interrelacionado de los diferentes fenómenos físicos, humanos, económicos, culturales, etc.</p> <p>Rescate y valorización de los elementos, fenómenos y /o recursos del potencial para la «industria sin chimeneas»</p>	<p>Turismo receptivo, turismo interno, oferta hotelera, plazas hoteleras, centros receptores de turismo, recursos humanos.</p>	<p>Estudio documental comparativo con países, sobre todo europeos.</p> <p>Presentación cuantificada en cuadros cuantitativos.</p>	<p>Desarrollo dinámico de los estudios geográficos dedicados al turismo, ocupando espacios cada vez mayores en la producción académica como en países europeos en especial España, Francia, Alemania y en América del Norte: Canadá y Estados Unidos.</p> <p>Transformación del sector económico complejo, gracias a la gestión informática de las reservas, las estancias, los desplazamientos y los procesos publicitarios. Políticas y estrategias patrimoniales; de prácticas sistemáticas y refinadas de búsqueda de emplazamiento turístico.</p>

Perú

Identificación	Objetivo General	Categorías/variables	Instrumentos recolección de la información	Resultados
<p>Autor: Jorge Mario Chávez</p>	<p>Analizar la existencia y utilización de</p>	<p>I. Marco</p>	<p>El estudio desarrollado con</p>	<p>I. Marco conceptual "Coordinación":</p>

<p>Salas, consultor de la División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos de la CEPAL, en el marco del proyecto "Promoción del desarrollo económico mediante la integración de políticas ambientales y sociales en América Latina y el Caribe", GER/02/070.</p> <p>Publicación de las Naciones Unidas ISSN impreso 1564-4189 ISSN electrónico 1860-8886.</p> <p>CEPAL - SERIE Medio ambiente y desarrollo.</p> <p>Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), en su rol de ente regulador y promotor, fomenta la inversión en turismo.</p> <p>Remitirse al documento original*</p>	<p>mecanismos de coordinación por parte de las entidades de gobierno para el desarrollo del turismo en el Perú. Este análisis considera la coordinación horizontal entre los distintos sectores, y también considera la coordinación en eje vertical que realiza la autoridad competente con un nuevo nivel de gobierno, recientemente creado: El análisis comprende: 24 gobiernos regionales, cada uno de ellos con una Dirección Regional de Turismo. ¿Cómo pueden conciliarse las políticas nacionales de turismo con los intereses regionales? ¿Además, cómo se puede insertar el aspecto ambiental en las acciones de desarrollo turístico a todo nivel? En el presente estudio se hacen propuestas para mejorar la relación turismo-ambiente en el Perú.</p>	<p>conceptual</p> <p>Tres grandes circuitos: Norte-Nor Oriental, Centro y Sur.</p> <p>Turismo sostenible. Pilares de la sostenibilidad: económica. Ambiental, social y cultural.</p> <p>Turismo sostenible y población local.</p> <p>Operación turística sostenible.</p> <p>Concepto de "competencias": Principio de legalidad, Principio de autonomía. Los gobiernos regionales y los gobiernos locales.</p>	<p>base en el análisis de información secundaria, entrevista con funcionarios clave (en el ámbito turístico y ambiental, como autoridades), desarrollo de encuestas (Consultas y cuestionarios) y estudio de casos particulares en tres diversos lugares del país con diferentes grados de desarrollo turístico.</p> <p>Presenta tres estudios de caso de situaciones diversas de coordinación en el interior del país, a diferentes niveles de desarrollo turístico: el Santuario Histórico de Machu Picchu (Centro-Sur) y las regiones de La Libertad (Norte) y Junín (Centro).</p>	<p>implicancias de la falta de coordinación en el contexto organizacional.</p> <p>II. Rol de instituciones clave en turismo y ambiente en Perú.</p> <p>A nivel de gobierno central. A nivel de gobierno local, Otros actores vinculados a la actividad turística y ambiental. Municipal, local.</p> <p>III. Factores que retrasan el desarrollo del turismo sostenible en el Perú y su relación con el ambiente.</p> <p>Principales problemas ambientales en relación al turismo en el Perú.</p> <p>IV. Fallas de coordinación de los actores clave en el turismo sostenible en el Perú. Históricas, conceptuales, Políticas, económicas, institucionales, Políticas.</p> <p>Problemas en normatividad.</p>
--	--	---	---	---

Chile

Identificación	Objetivo General	Categorías/variables	Instrumentos recolección de la información	Resultados
----------------	------------------	----------------------	--	------------

<p>Autor: Gobierno de Chile.</p> <p>Título: Estrategia Nacional de Turismo 2012 – 2020.</p> <p>Publicación: Gobierno Chileno</p> <p>Visión y Misión</p> <p>Ranking 12 de Reglas de Política y Regulación del Foro Económico Mundial.</p> <p>Reconocimiento a nivel internacional.</p> <p>Reconocimiento turístico a como destino turístico de clase mundial.</p>	<p>Lograr cuatro millones de turistas extranjeros al 2014.</p> <p>Duplicar los ingresos generados por el turismo como porcentaje del PIB de 3.2 % al 6% al 20220.</p> <p>Generar 40 mil empleos directos y 160 mil indirectos, con metas cuantificadas por año.</p>	<p>Cinco pilares:</p> <p>Promoción, sustentabilidad, Inteligencia de mercado (Diagnóstico).</p> <p>Inversión y competitividad.</p> <p>Calidad.</p> <p>y capital humano y (líneas de acción).</p> <p>Inteligencia de mercado</p> <p>Modelo productivo.</p> <p>Caracterización geofísico del territorio-</p> <p>Patrimonio de la Humanidad: parque</p> <p>, iglesias, áreas históricas.</p> <p>etc.</p> <p>producción interno bruto, exportaciones, importaciones</p>	<p>Análisis, identificación, agrupación, talleres de discusión, generación y selección</p> <p>Con el apoyo de actores nacionales e internacionales; de los sectores públicos y privados; académicos, trabajadores y empresarios.</p> <p>un proceso de levantamiento de información en el que fueron revisados múltiples estudios nacionales e internacionales, informes de prestigiosas organizaciones mundiales vinculadas al turismo y estrategias de turismo de países referentes líderes.</p>	<p>Descripción de los cinco principio en forma detallada.</p> <p>Cinco estrategias de desarrollo turística.</p> <p>Marco de acción textual en este mismo documento.</p> <p>Ver también otros documentos especialmente sobre el marketing.</p>
--	---	---	---	---

Nota: La Estrategia Nacional de Turismo 2020, surge con el fin de desarrollar el potencial que tiene esta industria para aportar al desarrollo de Chile

2.3 Estado de la cuestión boliviana

LA PAZ-UMSA

Identificación	Objetivo General	Categorías/variables	Instrumentos recolección de la información	Resultados
----------------	------------------	----------------------	--	------------

<p>Angela Loayza Céspedes</p> <p>Universidad Mayor de San Andrés, 2013.</p> <p>Turismo Comunitario en el Lago Titicaca</p> <p>Un Análisis Comparativo de su Desarrollo</p>	<p>Analizar comparativamente las características de la gestión y conceptualización del Turismo Comunitario en Bolivia y la región de Puno en Perú.</p> <p>Determinar las características de la gestión del Turismo Comunitario</p> <p>Identificar los alcances y limitaciones del</p>	<p>Modelo de gestión, participación de la comunidad, gestión territorial turística, cadena turística, infraestructura turística, emprendimientos comunitarios servicios turísticos, beneficios, promoción y comercialización turística, criterios de calidad, principios del turismo.</p>	<p>Guía de entrevista y fichas de observación</p>	<p>El Turismo Comunitario, aún en crecimiento sobre todo en la región de Bolivia, se guía por principios mundiales e intentan condicionarse al marco legal de su respectivo país. Perú recibe flujos más elevados que Bolivia</p>
--	---	---	---	---

LA PAZ-UMSA

Identificación	Objetivo General	Categorías/variables	Instrumentos recolección de la información	Resultados
<p>Gisela Mary Parisaca Nina</p> <p>Universidad Mayor de San Andrés, 2015.</p> <p>Bases para el establecimiento de una red e turismo comunitario en el municipio de Coroico.</p>	<p>Proponer las bases para el establecimiento de una Red de Turismo Comunitario, que constituya una estructura organizativa comunitaria, asociando a los múltiples actores del turismo del municipio de Coroico permitiendo una mejor gestión de la actividad.</p>	<p>Variables externas: ventajas competitivas, municipio y actividad turística.</p> <p>Variables internas: capacidad del municipio, recursos de los que carece el lugar</p>	<p>Cuaderno de notas, depósitos mecánicos y fichas de observación-</p>	<p>Con la elaboración e implementación de la presente propuesta se obtendrán impactos</p> <p>Positivos para todo el municipio y los emprendimientos comunitarios que formen parte de esta Red. Los cambios serán a nivel social.</p>

LA PAZ - UMSA

Identificación	Objetivo General	Categorías/variables	Instrumentos recolección de la información	Resultados
----------------	------------------	----------------------	--	------------

<p>Cana Vila Monje, Lorena Susan Esprella Chuquimia Universidad Mayor de San Andrés, 2009 Agro-ecoturismo como nuevo producto turístico en el parque nacional y área natural de manejo integrado Cotapata.</p>	<p>Fomentar el turismo sostenible, como un instrumento de desarrollo integral que al ser democratizado en la base comunitaria se convierta en motor de la economía, el rescate de la identidad cultural y la conservación medio ambiental, a través de una planificación y gestión territorial adecuada desde el Estado en coordinación con los actores sociales y privados, generando múltiples beneficios para que los habitantes de nuestro país puedan vivir bien.</p>	<p>Tendencias que existen a nivel internacional, afluencia de turistas, área de influencia del proyecto. -</p>	<p>Entrevistas, historias orales, encuestas, fuentes documentales (libros, revistas, publicaciones periódicas)-</p>	<p>Se diseñaron bases para la implementación del turismo comunitario para el desarrollo socio-económico de la comunidad de Chissi, a base de 7 proyectos, también se busca unir las comunidades de Chissi, Tiquina y Sampaya</p>
--	--	--	---	--

Identificación	Objetivo General	Categorías/variables	Instrumentos recolección de la información	Resultados
<p>Ruth Herminia Alejo Mendoza Universidad Mayor de San Andrés, 2014 Bases para la implementación del turismo comunitario en la comunidad de Chissi.</p>	<p>Diseñar bases para implementar el turismo comunitario en la comunidad de Chissi, siendo herramientas de incentivo hacia la actividad turística, donde los pobladores serán participes, generando actividades socio-económicas.</p>	<p>Tendencias a nivel internacional, afluencia de turistas, área de influencia del proyecto.</p>	<p>Encuestas, entrevistas.</p>	<p>El turismo ecológico puede generar una mayor conciencia sobre la conservación ambiental de la zona, además de incentivos para los gobiernos y los habitantes dentro y alrededor de áreas y así los protejan y preserven, además altos ingresos económicos para la economía local y regional.</p>

2.4 CONTEXTO HISTÓRICO TOPONOMÁSTICO

2.4.1 La toponomástica y el turismo en el devenir del tiempo

La toponomástica de los sitios geográficos seguramente surge junto con los primeros habitantes de los pueblos que se asentaron en dichos parajes, y/o los viajeros o aventureros que pasaron por esos lugares. Así, por ejemplo, en el Antiguo Testamento, los topónimos ocupan un lugar destacado en su explicación (Génesis 11: 9; 16:14; 19:22; etc.). Para los escritores bíblicos los nombres de los lugares transmitían significados o se esperaba que lo hicieran. Desde el siglo II D.C. en adelante, los peregrinos cristianos (y luego judíos) llegaron a Tierra Santa con el propósito de establecer contacto físico con los lugares de la Historia Sagrada, acto que presupone la identificación de lugares contemporáneos y sus nombres con los antiguos.

Los nombres de lugares fueron y son la fuente principal (y con frecuencia la única) para las identificaciones de sitios, que se cree que continúan real o supuestamente la tradición de los nombres bíblicos. A fines del siglo XIX, el interés inspirado por la religión en Tierra Santa había llevado al registro de la toponimia palestina sin precedentes en el Cercano Oriente en su amplitud y profundidad (Rainey 1978). Los nombres de lugares, que se cree que continúan real o supuestamente la tradición de los nombres bíblicos, fueron y son la fuente principal (y con frecuencia la única) para las identificaciones de sitios. A fines del siglo XIX, el interés inspirado por la religión en Tierra Santa había llevado al registro de la toponimia palestina sin precedentes en el Cercano Oriente en su amplitud y profundidad (Rainey 1978).

Rainey, AF (1978). Los toponímicos de Eretz Israel. BASOR 231: 1-17.

En cambio, en las tierras de Abya Yala ocurre todo lo contrario. Con el tropezón de Cristóbal Colón (1492) inmediatamente comienza y arrasa con la castellanización y cristianización de los topónimos, cada isla con un nuevo nombre: San Salvador, Santa María de Concepción Fernandina, La Isabela, Juana, seguido de la cristianización de la onomástica acorde con el santoral católico. Se instituye una política de monolingüismo-

monocultural de lingüicidio-etnocida y genocidio, todo un holocausto, asestó a los pueblos indígenas y lenguas o

originarias con la extinción de cientos de ellas³. Se impone la política lingüística el uso exclusivo del español como lengua oficial y de comunicación, (Carta de Cristóbal Colón, 1492).

Al mismo tiempo, se impone también una política de aprendizaje compulsivo de la lengua española a los nativos en tiempo breve, para que presten servicios en los curatos, con una severa prohibición de hablar la lengua nativa, agravada con el repartimiento y la encomienda de servicio gratuito. Las lenguas indígenas son convictas a la situación diglósica⁴ y extinción, en muchos casos sin rastro alguno, como son los casos de las lenguas de la familia jaqi.

Se produce la descalificación de la condición humana a los nativos, también la toponomástica geográfica y el patrimonio cultural ([Carta de Colón, 1492] 2005. Aunque, el Concilio Límense ordenó la enseñanza del aymara, ante las serias dificultades en la labor de evangelización por los sacerdotes. Sin embargo y por supuesto, la ordenanza no era para el desarrollo ni para la valorización de las lenguas nativas, sino para una efectiva tarea de evangelización y mayor control de sometimiento a los nativos. La Ordenanza eclesiástica fue duramente combatida por los colonizadores. En este contexto, la lengua aymara no era ni siquiera considerada como lengua, sino un simple dialecto⁵, dialecto en sentido despectivo (Ginés de Sepúlveda, [1550] 1941)

³ Desaparición de cientos de lenguas en los territorios de Abya Yala y también en el mundo (UNESCO, 2009).

⁴ Diglosia. Es una situación donde coexisten dos lenguas en una comunidad, una de las dos lenguas se considera menos importante. Moreno Fernández, Francisco: Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje. Ariel de Barcelona 1998.

⁵ La Real Academia Española (RAE 2012) define la diglosia como sinónimo de bilingüismo en especial cuando una de las lenguas goza de prestigio o privilegios sociales o políticos superiores. Hoy en día, la diglosia se extiende a una situación lingüística en donde dos lenguas diferentes coexisten, siendo una la de valor alto de la política, la educación, los medios de comunicación; y la otra, la de valor bajo, la de la familia, los amigos y la vida diaria, de uso informal y más personal.

Topónimos históricos, en las tierras de Abya Yala, se refieren a la toponimación que Cristóbal Colon nominara en las tierras de América que hoy perduran por más de 500 años: Antigua y Barbuda, Costa Rica, Cuba, Dominica, Jamaica, La Española, Puerto Rico, Santa Lucía y otros. Actualmente existe una isla en Bahamas que se llama San Salvador (Watling, en inglés), pero hay un gran debate entre los historiadores sobre si es la misma que pisó Colón. Cada topónimo guarda una historia, como ejemplo se señala la de Cuba.⁶

2.4.2 La toponimación y el sistema educativo

El sistema educativo que fue universalizado en 1955 ha afectado a las toponimias con dos formas de toponimación: a) La nuclearización de la educación rural y/o la cantonización o creación de nuevos pueblos con la denominación de “villa” a veces con la combinación santoral, ejemplos: Villa Mercedes, Villa San Antonio, Villa Santiago de Wariphuju, Villa Chocorosi, etc. y b) con el desplazamiento del léxico español como una forma de traducción de los topónimos nativos: Phult’u Jukhu ‘ojos de agua’ “Puerto Villa”, Pallqa por ‘Playa Verde’, Janq’u chuqu por “Rama Blanca”, Vertiente de agua dulce por “Agua Rica”. Son procesos de toponimación dado a título de modernización civilizatoria. Hay otros atribuidos a los militares que participaron en la Guerra del Pacífico: General Pando, General Campero, General Pérez, Eduardo Abaroa, y otros.

En suma, los topónimos contienen información histórica, lingüística y cultural valiosa, el registro y catalogación de los topónimos del territorio local, departamental y nacional es una tarea urgente, como recomendara Thompson et al. (1988). El estudio de por qué y cuándo se conservan (o no) los nombres están todavía en su infancia afirma Negev, 1976. En esta breve referencia se ha evidenciado la interacción entre la toponomástica y la lingüística diacrónica como objetos de estudio cuyo principal interés está dado por la necesidad de desentrañar sus orígenes etimológicos, el reporte aspectos históricos /o antropológicos de la sociedad que los generó la información. Es más, sale la importancia de su valor a la hora de visualizar e identificar ciertas pautas lingüísticas que han

⁶ Lo que pasó con el nombre Cuba es algo gracioso, porque él la nombra (a la isla) Juana y los nativos la llamaban 'Colba' y la próxima vez que él nombra a la isla, la llama Cuba", explica el historiador Rosa, autor de varios libros sobre la vida de Cristóbal Colón.

intervenido en mayor o menor medida en la configuración de una variedad lingüística concreta.

Así, la toponomástica de enfoque histórico o diacrónico, presenta muchas otras posibilidades y abre campos de estudio en base a las conexiones con otras disciplinas tan diversas como la geografía, la sociología, la cosmovisión, la edición de textos o la lingüística histórica. En lo que se refiere a las potenciales relaciones entre lingüística histórica y toponomástica, merece especial atención el análisis de los registros escritos de los nombres de lugar, y más en concreto de los registros plasmados en documentos de épocas históricas o a históricas, a menudo los más antiguos que conocemos para dichos ítems. Esta circunstancia los convierte en un recurso imprescindible a la hora de formular hipótesis etimológicas, de cuestionar las ya existentes o de acometer la restitución de las formas gráficas correctas de no pocos topónimos, pero también abre otras vías tanto o más interesantes y que, al menos en el ámbito de las lenguas originarias, aún no trabajadas, no sistematizadas ni siquiera se sospecha la relación de la toponomástica y el turismo.

2.5 CONTEXTO HISTÓRICO DEL TURISMO

2.5.1 Historia del turismo internacional en el mundo

La historia del turismo es amplia y variada puesto que este ha ido cambiando con el pasar del tiempo de generación en generación, al mismo tiempo han ido sucediendo innovaciones, además de ser un aporte a la economía de cada país. Por mucho tiempo los profesionales no dieron la atención que la historia del turismo requería, no fue hasta finales de los años noventa cuando comenzaron a cuestionarse acerca de este aspecto. En sí, se ha reconocido a la historia del turismo recientemente como especialidad y es ahora apreciada por su enorme potencial ya que de esta ha derivado una industria global para los científicos sociales. (Moreno)

Es difícil precisar cómo arrancó la historia del turismo, sin embargo, si se tiene registros de las primeras prácticas turísticas. Fue en el siglo XIX, en Europa, durante la industrialización cuando apareció la máquina de vapor, el ferrocarril, el automóvil y el avión, los cuales fueron de gran ayuda para el turismo como tal a lo largo de su historia

representaron aportes importantes en la evolución histórica del turismo. El turismo comenzó como una actividad para promover el descanso, la salud y el conocimiento. Fue aquí cuando los historiadores dieron mayor valor a la historia de las localidades y se dio más importancia a los lugares donde habían ocurrido hechos resaltantes en la historia.

Del turismo histórico surgió la “turisficación”, lo que se refiere a la creación de estereotipos y lugares construyéndolos en herramientas de una gigantesca industria de alcance global (Moreno). De este modo se dio una manera distinta de ver las cosas y los lugares. Al provocar interés en el pasado, se llegó a utilizar el turismo en los discursos políticos. De esta forma se convirtió a lugares míticos en emblemas. Estos emblemas lograron movilizar a millones de personas haciendo del turismo un verdadero fenómeno social.

Es también importante mencionar el hecho de que el turismo tiene una gran importancia económica. Como se menciona, el turismo pone en relieve aspectos culturales antropológicos y sociales, pero también es un enorme negocio mundial, puesto que mostrar un lugar como turístico provoca un movimiento económico alrededor de este. El turismo ha tenido una evolución y un avance a lo largo de la historia, como ser las cruzadas templarias en la Tierra Santa hasta llegar a la aparición del avión, podemos decir que el turismo se ha posicionado como uno de los mayores sectores económicos de cada país.

El turismo surgió desde la edad media impulsado por la necesidad innata del hombre de conocer y aprender de lugares nuevos. El turismo se vio más promocionado desde la segunda guerra mundial, pero sí de sus inicios se trata, a continuación, se presenta la evolución del turismo:

- a. **El turismo en la edad antigua** (Inicia con la aparición de la escritura hasta la caída del Imperio Romano). El turismo nace en el siglo XIX con la revolución industrial con fines muy variados, la guerra, el ocio, la conquista, comercio y otros fines a medida que se iban desarrollando la aparición del transporte. Sin embargo, el turismo ha existido desde los inicios de la edad antigua quienes tenían sus

calzadas que lo usaban para realizar viajes, también en la Grecia clásica se realizaba viajes, los juegos olímpicos por ejemplo era una manera de que las personas vayan o de trasladen para ir a ver esas actividades.

Hechos que fueron importantes para el turismo durante esta época:

- Los atractivos turísticos eran los paseos hacia el campo, las orillas del mar, baños termales y templos religiosos.
- Durante el auge del Imperio Romano, el lugar más turístico fue Grecia; producto de estas visitas aparecen los “Exegetal”, que hoy se conocen con el nombre de “Guías”.
- En esta época el cristianismo aumenta su popularidad por lo que Tierra Santa se convierte en el lugar turístico más visitado (2014).

b. **El turismo en la edad media** (Inicia en el siglo V hasta el siglo XV. Desde 1.000 hasta 1.459 D.C.). En la edad media el turismo se paralizó con la caída del imperio Romano, pero el imperio islam se puede decir que sí hubo turismo porque tenía un territorio amplio por lo cual hacían peregrinación a la Meca lo que fomentaba el traslado de personas, también hacían caminata a la Tierra Santa, pero todo esto era más por el lado religioso.

Hechos que fueron importantes para el turismo durante esta época:

- Como la religión había adquirido un papel importante, aumenta el turismo hacia lugares religiosos. Se da lugar a las peregrinaciones, dando seguridad a los viajeros y brindando la oportunidad de visitar destinos importantes para su religión, como lo era Canterbuy, Santiago de Compostela y la Tierra Santa.
- En Florencia en el año 1282 se crea el primer “gremio de posaderos” impulsado por la gran cantidad de visitantes y turistas que recibía el lugar. Impulsando así, la economía de este sector (2014).

- c. **El turismo en la edad moderna** (Inicia en el siglo XV hasta casi mediados del siglo XIX (de 1450 hasta año no definido). En la edad moderna el turismo volvió a tener grandes avances por la aparición o creación de Estado, y también por la aparición del hotel, por lo cual el turista ya podía quedarse a dormir en el lugar de destino, en la edad moderna las personas se dedican más al ocio: diversión, recreación y descanso.

En la edad moderna los británicos impulsaron lo que se llamaba “el Grand Tour” ahí los jóvenes británicos daban un viaje por todo Europa, con el motivo de culturizarse, y también formarse en el arte, la lengua y también el comercio.

Hechos que fueron importantes para el turismo durante esta época:

- Cristóbal Colón descubre América en este periodo, hecho que permite contemplar una tierra y una cultura nueva.
- La navegación se perfecciona para los viajes largos.
- A diferencia del anterior perdido, en este, el turismo cultural se convierte en el principal, dejando de lado el turismo religioso (2014).

- d. **El turismo en La edad contemporánea** (Inicia a mediados del siglo XIX hasta nuestros días). En la edad contemporánea aparece el afianzamiento de la burguesía y también la consolidación de los territorios coloniales, hace que haya Miles de migraciones hacia los Estados Unidos.

James Wat fabrica la máquina del vapor con ello impulsa lo que es la industria del ferrocarril y luego la navegación marítima y con Henry Ford que fabricó el automóvil, y luego el avión, el turismo se acrecentó llegando a ser uno de los mayores sectores de la economía de un país.

Hechos que fueron importantes para el turismo durante esta época:

- El 27 de septiembre de 1825 el primer ferrocarril con máquina de vapor se inaugura, lo que impulsa la construcción de albergues y hoteles.

- En 1872, Thomas Cook & Son dirigió la primera vuelta al mundo con un grupo de 9 personas, quienes viajaron durante 222 días.
- En 1878, aparece el suizo César Ritz, considerado como el 'Padre de la hotelería moderna'.
- En 1885, el alemán Karl Benz, hace funcionar el primer motor útil de combustión interna.
- En 1906, los hermanos Wilburth y Oliver Wright logran volar por 12 segundos el primer aeroplano.
- La Revolución Industrial impulsa grandes acontecimientos como la inauguración de grandes cadenas de hoteles, la apertura de líneas aéreas, y la construcción de grandes proyectos turísticos (Acapulco, Sao Paulo, Punta del Este) (2014).

2.5.2 El turismo en la realidad latinoamericana (siglos xix y xx)

El turismo en América y el Caribe

A comienzos de la mitad del siglo pasado, el turismo internacional ha registrado una gran expansión, tanto en movimiento de viajeros como en generación de ingresos y puestos de trabajo, situándose como uno de los sectores líder de la economía mundial. El turismo ha favorecido la participación de los Países en desarrollo en el mercado global, y el Caribe ha aumentado el peso del sector en la economía de muchos países de América Latina durante más de 30 años el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) ha financiado inversiones públicas dirigidas a fomentar el desarrollo turístico en los países de la región y, en los últimos años, ha registrado un aumento de la demanda de apoyo en este ámbito que refleja el interés de los gobiernos por aprovechar las oportunidades que ofrece el turismo como sector de desarrollo. Además, a través del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) y de la Corporación Interamericana de Inversiones (CII), Que son parte del grupo BID, se ofrece cooperación técnica y financiación al sector privado. (Altés).

Con este informe el BID pone en evidencia su interés en profundizar el conocimiento del turismo en la región y reconoce la importancia de apoyar a los países en su uso efectivo como herramienta de desarrollo sostenible. El informe destaca la relevancia adquirida por el turismo en el debate internacional sobre desarrollo sostenible, presenta datos sobre la demanda turística y la contribución del turismo a la economía de los países prestatarios, e incluye un breve diagnóstico del sector a nivel regional. Asimismo, por primera vez, se publican datos agregados sobre las actividades del grupo BID en turismo en el Periodo 1969-2005, incluyendo lecciones aprendidas. (Altés)

Se trata de un primer documento sectorial que no pretende ser exhaustivo, sino crear conciencia sobre la Importancia del sector en los países de la región y los retos que enfrentan para lograr un desarrollo turístico sostenible y mantener la competitividad en un mercado global. Otro objetivo aquí es situar, en un marco común, la propia actividad del Banco en el sector, que se encuentra repartida entre diferentes departamentos regionales de operaciones y divisiones.

Los datos sobre la demanda y de nivel macroeconómico proceden de fuentes secundarias que permiten Establecer comparaciones entre todos los países; y deben ser interpretadas teniendo en cuenta las definiciones de las diferentes variables que se han incluido en el anexo. El Banco es consciente de los esfuerzos de muchos países de la región para mejorar sus estadísticas de turismo y preparar Cuentas Satélite De Turismo. Para ese fin, el BID espera poder trabajar con los países para reunir y generar datos más Detallados en el futuro, lo cual ayudará a tomar mejores decisiones para el desarrollo del turismo y establecer relaciones entre actividad turística, desarrollo sostenible y reducción. (<https://publications.iadb.org>).

El turismo en Latinoamérica ha sufrido bastantes cambios que han afectado tanto a los turistas como a los residentes, algunos de los factores que se pueden mencionar son los siguientes: “cambios en las motivaciones o preferencias de los turistas, la elevación de sus rentas, la inflación, el sistema cambiario, las tensiones culturales, las nuevas

infraestructuras, la sobreexplotación y el deterioro ambiental” (Pastoriza, Campodónico & Larrinaga, 2019).

Diferentes autores de algunas nacionalidades han realizado investigaciones realizados en América Latina estudios sobre la situación del turismo en los diferentes países, cuyos resultados se muestran a continuación:

Pablo Bianchi (Argentina) expone el tema de las leyes para el fomento a la construcción hotelera en el período 1932-1943, donde el Estado asume la función de promotor de la provincia de Mendoza como destino turístico, a través de publicaciones en guías y artículos en prensa, y desde las acciones llevadas adelante por la casa de Mendoza en Buenos Aires.

Daniela Castellucci analiza la acción pública municipal de Mar del Plata en el período 1976-1983, donde estudia la actuación del Estado, lo que implica también indagar en la relación que se establece con los actores socio-políticos del campo local vinculados al turismo, y con los poderes estatales provincial y nacional en los procesos de construcción y ejecución de políticas públicas que inciden en la actividad turística.

Víctor Pegoraro analiza el retroceso y la desaceleración de la industria de la construcción en el periodo 1975-1989, tratando de recuperar las variables naturales y artificiales más importantes que rubricaron el mercado inmobiliario local.

Concluyendo con los trabajos que refieren a la Argentina, está Marcelo Pedetta aborda la cuestión de las políticas públicas, los trabajadores y las prácticas sociales en los casinos nacionales en el período 1955-1970.

Por su parte Uruguay con Martín Fabreau presenta la historia del turismo sobre el el cual manifiesta una serie de características propias y poco comunes que merecen ser abordadas detenidamente. Fruto del loteo de una estancia familiar que abarcaba desde una región serrana hasta el mar, el balneario surgió en 1912 como un ambicioso

proyecto turístico forestal administrado por una sociedad anónima que perduró cincuenta años, hasta 1962.

Rossana Campodónico analiza el comienzo de un proceso de planificación siguiendo las orientaciones comunes de la CEPAL, a partir de la labor de la Comisión de Inversiones y Desarrollo Económico (CIDE) con la regionalización turística en Ecuador. Por su lado, con Carlos Garrido y Enrique Cabañilla Vascones presentan a Ecuador como un país que ha desarrollado su modelo económico basado en productos agrícolas, siendo el cacao el primero y el más importante producto desde la colonia hasta el primer tercio del siglo XX.

2.5.3 Breve referencia histórica del turismo en Bolivia

Periodo pre incaico e incaico

Esta época fue en la que los aymaras, antes conocidos como Jaymayas (Chopitea, 2010) invadieron el territorio Qulla, hecho que provocó el mestizaje de ambas razas y también la necesidad de ampliar el territorio que habitaban. De la mezcla de ambas, se produjo una civilización que posteriormente fue desplazada por la aparición de los Incas.

Los incas tenían ciertas características como cultura:

- Su estructura era piramidal.
- Los líderes eran electos cada cierto periodo.
- Los ayllus eran la parte fundamental de su comunidad.
- Respecto al aspecto económico se establece que se trabajaban las tierras con base en lazos familiares. Las tierras eran dadas por El Gran Inca a cada familia.
- Practicaban la mita.

Los Incas realizaban grandes desplazamientos para conquistar más territorios. Estos grupos de desplazamientos estaban conformados por súbditos del inca (Betanzos, 1992). El trabajo de adaptación era tan bien realizado por este grupo que lograban la

simpatía y cohesión de los pueblos conquistados. Las rutas por las que llegaban a los distintos territorios a conquistar, son denominadas ahora como “rutas del inca”, recorridos turísticos actualmente (Chopitea, 2010).

El turismo en este periodo fue “informal”, puesto que los incas no realizaban desplazamientos para visitar lugares nuevos por placer o el puro interés de conocer tierras nuevas, sino que lo realizaban por la necesidad de conquistar nuevos territorios.

El turismo en la colonia

Este periodo inicia con la llegada de los españoles a nuestro territorio en 1535, el primer español que ingresó a nuestro territorio fue Diego de Almagro quién fundó las dos primeras poblaciones: Paria y Tupiza; desde este momento hasta la creación de la Audiencia de Charcas es denominado como “Conquista” (Morales, y otros, 2019). Con la llegada y el establecimiento de los españoles se dio paso a la organización de las autoridades quienes se organizaron de forma equilibrada y dependiente, es decir, existía un control recíproco entre ellos. El turismo en esta época fue impulsado por las conquistas. La mayoría de los viajes fueron hacia el continente americano con el afán de apropiarse de nuevas riquezas. Además de extender el comercio entre las colonias y la metrópoli. Otros de los factores que provocaban el desplazamiento de los habitantes fueron los siguientes: “expediciones territoriales invasoras, expediciones mineras, migraciones y nacimiento de ciudades coloniales, traslado de botines minerales a España, huida de indios y evangelización cristiana” (Mendoza, 2006).

Después del descubrimiento de América se realizaron desplazamientos por Cabot (1497), Cabraf (1500), Solís (1506) para entender la geografía, flora y fauna de América, en su mayoría los viajes se realizaron por barco, caballo o en mula (Chopitea, 2010).

Además de los conquistadores, también estaban los viajeros, quienes recorrían el territorio americano con el afán de conocer y realizar narraciones de sus travesías. Las expediciones realizadas en Bolivia fueron dirigidas por Fray Tomas de San Martin. Las expediciones de Diego de Almagro también fueron importantes. Al igual que las realizadas por Gonzalo y Francisco Pizarro. En diferentes épocas se realizaron viajes

expedicionarios en caravanas por Humboldt, Tadeo Haenke, Foucet y muchos otros que recorrieron nuestro territorio palmo a palmo (Ibíd.).

El turismo en la república

A causa del despotismo con el que los españoles gobernaban, se provocaron levantamientos de parte de los americanos, numerosas luchas se desarrollaron en el territorio boliviano, si bien las batallas de Junín (6 de agosto de 1824) y Ayacucho (9 de diciembre de 1824) no consolidan la independencia del Alto Perú, en honor a la primera se fija la fecha de independencia en nuestro país acabando de esta manera con la época de la colonia, dando paso a la república (Morales, y otros, 2019). La república nació autónoma rigiéndose por un gobierno representativo republicano. Durante esta época los desplazamientos también estuvieron presentes, sin embargo, el móvil para estos eran diferentes: “organización política, comercio interno e internacional, construcción de caminos carreteros y redes ferroviarias internas y explotación de riquezas naturales y minerales” (Mendoza, 2006).

El turismo en nuestros días

El año 1930, se funda el primer ente oficial del turismo en Bolivia, la que finalmente le da importancia a esta actividad. El primer ente del turismo tiene como objetivo velar por el cuidado de los atractivos turísticos, su difusión y otorgar apoyo a los turistas que arriban al país. (Chopitea, 2010).

El turismo organizado fue iniciado por Darius Morgan, quien embelesado por la belleza de los paisajes bolivianos decidió organizar viajes al Lago Titicaca. Este hombre fue un precursor para las agencias de viaje y guías turísticos, porque tomando su iniciativa como punto de partida, muchas personas se animaron a seguir sus pasos. Actividades que benefician a la economía de las comunidades además de otros aspectos.

Al presente, el turismo en Bolivia tiene un contexto normativo legal que corresponde a la ley No. 292 denominado ley general de turismo “Bolivia te espera” y su respectiva reglamentación que norma todas las actividades turísticas en Bolivia.

3. CORRIENTE O ENFOQUE ELEGIDO POR EL INVESTIGADOR

3.1 BASES TEÓRICAS DE LA TOPONOMÁSTICA: La Toponomástica (CA*)

El acto de nombrar es una expresión descriptiva llamada tradicionalmente “denominaciones populares” o “apelativos”. Al nombrar algún lugar se toma en cuenta el contexto situacional, es decir, qué rodea al lugar. De este acto de nombrar específicamente lugares, nace la Toponomástica, una rama de la onomástica. (Castrillón, Cano, & Rincón, 2013)

La toponomástica es el estudio científico de la toponimia, investiga todos los aspectos de la vida de los nombres de lugar, desde su creación hasta su desaparición, también estudia las “fuentes orales y escritas, ordenación taxonómica, ubicación geográfica, documentación histórica, análisis lingüístico, estudio etimológico y clasificación semántica.” (Pockington).

La toponomástica, como ciencia independiente, ha sido objeto de estudio de numerosas investigaciones desde el siglo XIX, se puede mencionar al lingüista alemán Wilhelm von Humboldt (1767-1835), cofundador de la Universidad de Berlín, como su más próximo antecedente. En lo que se refiere a España, se puede destacar como introductores y precursores de la toponomástica científica a figuras tan notables como Eugenio Coseriu (1921-2002), Ramón Menéndez Pidal (1869-1968), Antonio Tovar (1911-1984), Joan Coromines (1905-1997) y Manuel Alvar (1923-2001). (Sanz)

3.1.1 La toponimia

La toponimia geográfica es una disciplina que se encarga del registro, catalogación y estudio etimológico de los nombres propios de un lugar. Es el estudio del origen y el significado de los nombres propios de un territorio. Dichos nombres que se le atribuyen a un lugar, región o país son motivados por sus características físicas o materiales del espacio. Se trata de un grupo de nombres de lugar que tienen algo en común. Puede referirse a los nombres pertenecientes a un área geográfica o también puede referirse al conjunto de topónimos procedentes de una misma lengua o período histórico. La toponimia es como un espejo que refleja fielmente y traduce en palabras, la andadura, las ideas y los

criterios del hombre que habita en ese medio o de los aventureros que hubo pasados por estos lares.

Por ello, acercarse a la toponimia de una zona determinada es aproximarse a la diversidad cultural y lingüística de los pueblos que se han establecido en ella desde las fechas más antiguas [...]. Los topónimos nos pueden informar de la motivación que los hizo surgir, de las referencias físicas que les dieron significación en el momento de su formación, del marco espacio-temporal en que nacieron. Los topónimos poseen la cualidad de decirnos quiénes fueron sus creadores, en qué sistema se expresaban y también proporcionan pistas sociolingüísticas por medio de las cuales se pueden reconstruir las diferentes actitudes de los pueblos y las culturas. Por ello los nombres de lugar [...] nos muestran, al igual que los fósiles, los estratos más antiguos de la formación cultural de un pueblo. (Caridad, 2003)

La toponimia se centra en la etimología de los topónimos, es decir el estudio concreto de los nombres de lugar, la toponimia se compone de tres áreas:

- La toponomástica pura. Se refiere a la investigación que se realiza acerca de los aspectos universales de la toponimia: el origen, naturaleza y comportamiento de los topónimos.
- La etimología toponímica. Hace referencia a la etimología que se utiliza para la reconstrucción de la historia de cada topónimo.
- La toponomástica aplicada. Se relaciona con la utilidad y validez de la aplicación de los resultados en otras áreas. (Pockington)

3.1.2 La etimología de la toponimia

El griego τόπος “lugar” y ónoma “nombre” viene del griego “el nombre propio de un lugar”.

“La razón de ser de los topónimos viene definido por la necesidad que tiene el hombre de nombrar de alguna manera el espacio físico en el que se mueve con el fin de poder reconocerlo y diferenciarlo de los demás. En estos nombres se suelen reflejar características específicas que ayudan a identificar ese espacio físico. Así, puede tratarse de referencias a la forma y color del terreno, a la flora,

a la fauna, a procedimientos agropecuarios, a acontecimientos históricos, a nombres de personas.” (Torrez)

Los topónimos suelen darse de manera natural y espontánea, todos los topónimos se referían, en el momento de su creación, a algo que caracterizaba el lugar. La creación toponímica comienza cuando alguien desea referirse a un lugar que todavía no tiene nombre. Cuando la persona se encuentra cerca del lugar no tienen más necesidad que señalarlo; no necesita darle nombre. El problema se genera cuando no se está cerca, lo que crea la necesidad de inventar un nombre. Este nombre no puede ser arbitrario o al azar, porque la persona con quien está hablando seguirá sin saber de qué lugar se trata, esta situación deja una sola opción: utilizar una expresión, un signo lingüístico complejo, capaz de evocar el lugar sin ambigüedad. (Pockington, s/a).

Una vez que los topónimos han sido aceptados como puntos de referencia, permanecen indefinidamente en el tiempo, hasta que dejen de ser útiles o sean reemplazados. En el transcurso posterior, los topónimos pueden sufrir cambios, por ejemplo, la aparición de una lengua distinta en el lugar, lo que podría provocar que sus sonidos se adapten a los fonemas del nuevo sistema lingüístico. (Pockington, *ivid.*).

La muerte de los topónimos se pueden dar por varios motivos: el olvido, el abandono del lugar por factores sociales, porque dejan de usarse para referirse al lugar, esta última situación puede darse por la aparición de un nuevo elemento en el paisaje (un puente, un edificio...); o como resultado de un acontecimiento importante (una muerte, una batalla...); o por la intervención directa del hombre (nombres de nuevas urbanizaciones, cambios en los nombres por motivos políticos, normalización lingüística, etc.). “En definitiva, el nacimiento, la consolidación y mantenimiento o desaparición de los topónimos es un proceso natural, espontáneo y normalmente inconsciente, que está ocurriendo constantemente dentro de todas las lenguas. (...) Si queremos reconstruir la historia de los topónimos y averiguar el origen y significado de los nombres ya opacos, nuestras soluciones deben ser compatibles con los procesos fonéticos conocidos para las diferentes lenguas por las que han pasado.” (Pockington)

La motivación para dar nombre a un lugar puede ser de dos índoles: “Principio de evidencia semántica (los topónimos tienen significado en las lenguas en que fueron creados) y principio de motivación objetiva (los nombres con frecuencia se deben a alguna característica de los lugares a los que dan nombre)” (Dirección General del Instituto Geográfico Nacional, 2005). También se evidenció que, a la hora de analizar los topónimos, se vio mayor incidencia de la mención de un rasgo de la flora o de un accidente geográfico en comparación con la fauna, puesto que las primeras dos tienen mayor permanencia.

A causa de cambios culturales, sociales y lingüísticos, los factores y las motivaciones que influyeron en el nombre de un lugar se pueden llegar a desvanecer. Lo que da paso a la reinterpretación del hablante actual. (Galmes de Fuentes, 1996 como se citó en Castrillón et al., 2013). De esta manera aparecen dos tipos de topónimos: los topónimos transparentes que serán los que tengan una correcta interpretación por hablantes conocedores de la lengua de origen, y los topónimos opacos, que fueron reinterpretados siendo asociados de manera forzosa a un nuevo origen etimológico o simplemente se trata de palabras provenientes de una lengua desconocida o en desuso. (Dirección General del Instituto Geográfico Nacional, 2005).

*Más criterios de toponomación Los topónimos pueden tener diversos orígenes. En ocasiones, derivan de los nombres de un individuo, ya sea que los mantengan intactos o no (éstos se denominan antropónimos). También hay topónimos que se encargan de la descripción de la apariencia física del espacio, haciendo por lo general hincapié en algún rasgo que lo caracterice; por ejemplo: la ciudad mexicana Ocotlán tiene una toponimia interesante, ya que en su nombre se encuentra la idea de estar «junto a los pinos» o, según otra interpretación, en un «sitio de pinos u ocotes».

La pronunciación, el léxico, la morfología y la sintaxis de las lenguas evolucionan lentamente a través del tiempo. Los cambios fonéticos afectan a los sonidos, los sonidos afectados modifican poco a poco su punto o forma de articulación hasta convertirse en sonidos distintos. Los topónimos sufren los mismos cambios fonéticos que el resto de las palabras de la lengua. (Pockington).

3.1.3 La toponimia aymara y turismo

Son muy escasos los estudios de la toponomástica aymara, casi nada. Algunos estudios corresponden al historiador Roberto Choque, quien hace un abordaje desde la etnohistoria, la lingüística (1982 p.2). Un último trabajo hace un intento de análisis epistemológico (2006, en Estudios Bolivianos, 2008). Otro estudio es la toponimia de la ciudad de La Paz y de El Alto, con enfoque linguo-cultural de Z. Alavi. Esta investigación se remonta a la época de los inkas cómo éstos, a su paso, asignaron nombres a ciertos accidentes geográficos al momento de ingresar desde Zongo [sunqu] bajando por el río del mismo nombre hasta llegar a Guanay (Z. Alavi, 1998-2000). Otro estudio es La toponimia ritual aymara con un enfoque interdisciplinario, realizado por Z. Alavi (lingüista y educador), María Eugenia Pareja (psicóloga psicoanalista), Roberto Choque (Historiador) y Rodrigo Urioste (psicólogo). Dicho estudio todavía es inédito y se encuentra en los archivos del IEB.

Ermo Valeriano publicó en Actas del XII Reunión Anual de Etnología un artículo con algo más de treinta casos, entre topónimos, hidrotopónimos y antrotopónimos. El trabajo no especifica las condiciones en que fueron acopiados el corpus lingüístico ni el espacio sociogeográfico a que corresponde. Este breve estudio presenta un análisis morfema-lexema de las lenguas aymara y quechua, por sus características lingüísticas pertenecería a la variedad dialectal del aymara de la región oriental del lago Poopó del Depto. de Oruro (1998).

Samuel Coronel también ha publicado el artículo titulado "La Toponimia Qullana en Sud América", en Actas de la XII Reunión Anual de Etnología (1998). Sostiene que la etimología de Qullana proviene de los accidentes geográficos de los Andes. El tributo a las intrincadas serranías que en aymara viene a ser qullu qullu, entonces la declinación sería Qullana. El estudio sostiene que en lenguaje figurado de las toponimias significa escribir con letras de piedra" que implica una escritura imborrable. Así la toponimia "Qullana es un patrimonio protocolizado como en archivos de piedra". Según Samuel Coronel la toponimia no sólo encierra un significado, sino también "una filosofía de la vida". En este sentido, "el pueblo aymara de hoy es la sucesión legítima del pueblo

Qullana que construyó la Villa megalítica de Taypi Qala de Tiwanaku y la lengua aymara es también la sucesión legítima de la lengua qullana" (1998).

Señalamos también el estudio toponímico de Mauricio Mamani, con un abordaje cultural-histórico. Para este autor, "al igual que los individuos también los pueblos tienen nombre e identidad. Esta es el/alma' profunda de una sociedad; es su riqueza y su característica. Gracias a esta identidad los pueblos pueden diferenciarse unos de otros y afirman su derecho existir de manera diferente" (2004, pp. 13-14). Este estudio tiene la pretensión de un abordaje a nivel macro de las toponimias de nuestro medio.

Otro estudio toponímico es la tesis de Licenciatura de Artemio Cáceres, de la Carrera de Lingüística e Idiomas de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la UMSA. El abordaje toponímico tiene un enfoque lingüístico y se ubica en el espacio Geográfico de la parte occidental del Depto. de Oruro (1995). Una síntesis de dicho trabajo fue presentado a la Reunión Anual de Etnología donde se recalca la vital importancia del estudio de la toponimia aymara frente a la castellanización, el cambio de nombres de lugares y pueblos antiguamente nombrados (A. Cáceres, 1995: 139). En este sentido, se puntualiza con énfasis la necesidad de la revalorización de la lengua y la cultura, aunque el autor no profundiza en el análisis de las toponimias.

Otro estudioso es Gregorio Loza, quien señala que a través del estudio de la toponimia hoy sabemos que el pueblo aymara se expandió desde el Norte de Perú hasta el noreste argentino, Atacama y gran parte de Bolivia (citado por Roberto Choque, Op. cit: 2).

Un reciente trabajo es el estudio léxico-semántico toponímico del Municipio de Chuma y sus cantones Tuyluni y Lukisanr', de la Prov. Muñecas, del Depto. de La Paz, de Ana María Patzi Bautista. El estudio evidencia el paso de varias culturas y la superposición de lenguas, el sincretismo entre la pukina, la aymara, la quechua y la castellana. Según este estudio, el desplazamiento y la superposición data desde la época de la precolonia. El análisis de carácter lingüístico cuali-cuantitativo se fundamenta en la lingüística histórica, los cambios lingüísticos, la morfología-léxica, la lexicología y la semántica. Patzi señala: "el hombre mira en primer orden lo fisogeográfica, en segundo lugar, los vegetales (flora), en tercer lugar, la existencia de animales (fauna); y por último, el

hombre mira su propia accionar". El estudio toponímico establece también los sustratos, la superposición y el desplazamiento lingüístico (2008).

3.1.4 Clasificación tipológica de las toponimias

Muchos factores influyen al momento de nombrar un lugar, el aspecto situacional se verá plasmado en el nombre que se le asigne al lugar, es por esta razón que cuando se analiza un nombre se llegan a encontrar datos relacionados con distintos componentes de la naturaleza, los que serán denominados tomando en cuenta el objeto al que hacen referencia. Además de estos, no se puede dejar de lado el aspecto afectivo, social y cultural, conjuntamente, influyen también los hechos previos y el momento mismo del nombramiento. Y es que todos estos aspectos en su totalidad permitirán comprender los intereses y las motivaciones de las personas o del grupo social que impulsaron a dar un nombre. (Castrillón, Cano, & Rincón, 2013). Entre los tipos de topónimos se puede mencionar:

Hidronimia	Es el conjunto de todos los hidrónimos, es decir de los nombres de las fuentes, lagos y ríos.
Oronimia	Se refiere al conjunto de orónimos, o nombres de montañas y accidentes geográficos.
Talasonimia	Se refiere a todos los talasónimos, es decir, los nombres de lugares situados en o junto al mar.
Macrotoponimia	Se refiere al conjunto de macrotopónimos. Los macrotopónimos son los nombres de lugares grandes y muy conocidos.
Microtoponimia	Es el término colectivo de todos los microtopónimos, al contrario de los macrotopónimos, esta se refiere a los nombres de lugares o parajes pequeños y poco conocidos.

Otros términos agrupan los topónimos tomando en cuenta la procedencia etimológica de sus nombres, dejando de lado el tipo de lugar que designan, entre estos se pueden mencionar:

Fitotoponimia	Es la agrupación de todos los fitotopónimos, topónimos derivados de nombres de árboles y plantas.
Zootoponimia	Se refiere al colectivo de zootopónimos, topónimos que contienen nombres de animales o sus hábitats.
Hagiotoponimia	El conjunto de hagiotopónimos, reúnen los nombres de lugar derivados de los nombres de santos, junto con los relacionados con lo sagrado y la religión en general.

Otros factores que se toman en cuenta al momento de nombrar un lugar son los siguientes:

Fenómenos atmosféricos o astronómicos: viento; tormenta y precipitación; orientación astronómica, solana y umbría; calor y frío; hora; ruido natural.

Instalaciones: poblado, viviendas; instalación pública o privada; instalación militar; instalación religiosa.

Agricultura, caza y pesca y otra actividad que se realice en el lugar.

Construcciones: caminos, puente, cuesta u otro accidente, empalme, peaje, estación, puerto.

Otros objetos, fenómenos o sucesos asociados al lugar: muerte, batalla, pleito, hallazgo, vista. (Pockington).

También se puede mencionar topónimos creados o modificados fuera del contexto toponímico natural, es decir, un topónimo impuesto por una autoridad o propietario. Los que se menciona en lo que sigue son: la toponimia como etiqueta publicitaria y eslogan territorial; la toponimia como instrumento de marketing; la toponimia como imagen de la marca territorial; el topónimo como atractivo turístico, el topónimo como recurso turístico.

**La toponimia estudia los nombres de lugar, es una disciplina de síntesis donde convergen diferentes campos de conocimiento que interactúan de manera complementaria (Tort, 2001). Poirier (1965) se refiere a las tres grandes ciencias auxiliares de la toponimia: historia, geografía y lingüística, y dentro de esta última especialmente la dialectología y la fonética. Dauzat (1971), por su parte, destaca la vertiente sociológica y filosófica de la toponimia, afirmando que la creación a lo largo de la historia de nombres para designar lugares nos permite comprender mejor las preocupaciones reales y místicas de las personas que los crearon. Dorion (1984) considera que los estudios toponímicos pueden emparentarse con la geografía, historia, lingüística, sociolingüística, psicolingüística y psicología social. La investigación toponímica se centra en el espacio geográfico (función toponímica) y en el tiempo histórico (memoria toponímica). El análisis morfológico y semántico de un topónimo, tanto su origen como su evolución, se emparenta con la lingüística (semántica, morfología). El análisis de grandes conjuntos de topónimos está vinculado a la sociolingüística. La psicolingüística destaca que un topónimo es un signo lingüístico y como tal de interés para la semiótica. La toponimia puede ser estudiada también como la expresión de una percepción de un lugar, lo que la relaciona con la psicología social. Querol (1995) defiende que la casuística que encierra la toponimia es tan variada que hay infinitas maneras de abordarla, sin que ninguna deba prevalecer sobre el resto. Aparte de los campos de conocimiento propuestos por Dorion, podemos añadir otros tan aparentemente alejados de la toponimia como la teledetección (Membrado-Tena, 2016).

La riqueza de las distintas modalidades lingüísticas de Bolivia es un patrimonio cultural que será objeto de especial respeto y protección». Hay que destacar, en primer lugar, la presencia de diversas lenguas y pueblos, y los dialectos del castellano con rasgos fonéticos y léxicos diferenciados: extremeño, andaluz, murciano y canario, que comparten los rasgos meridionales característicos de las hablas del sur de la península. En el Anexo 1 se recoge la legislación básica sobre toponimia y lenguas de España. De estas leyes citamos a continuación los párrafos en los que se indica la lengua o lenguas en que debe oficializarse la toponimia de cada Comunidad Autónoma con legislación propia sobre este ámbito. En la tabla 1, incluida en el apartado 3, se citan las principales instituciones lingüísticas y toponímicas que existen en la zona andina – interandina

Para los que trabajamos en el ámbito de la cartografía estas páginas deberían tener una mayor significación y servir como acicate para abordar los topónimos como elementos fundamentales del mapa y para transmitir a la sociedad el gran legado cultural de la toponimia a través de la cartografía.

3.1.5 La relación de la geografía y el turismo = el desarrollo sustentable

La geografía permite obtener un conocimiento integral del turismo, por la convergencia de las vertientes sociales y ecológicas de otras disciplinas, ha permitido alcanzar una visión integrada del mercado turístico. La actividad turística se ha desarrollado rápidamente en el contexto internacional durante los últimos 50 años. Según la Organización Mundial del Turismo. En Bolivia, el turismo es uno de los sectores económicos más dinámicos en la captación de divisas, después del gas natural y de la soya. Tiene un efecto multiplicador sobre las áreas financiera, comunicaciones, transporte, artesanía, restaurantes, producción de artículos de primera necesidad, centros de diversión y otros, constituyéndose en una gran dinamizador de la economía.

****Según la Organización Mundial del Turismo, el volumen de viajeros internacionales pasó de 25 millones en 1950 a 763 millones el 2004. En Bolivia, en los últimos años, la actividad del turismo ha cobrado mayor importancia con un impacto significativo en la economía nacional, registrándose para el año 2004 más de 404 mil visitantes que reportaron ingresos de \$us187.7 millones.**

Las potencialidades que tiene Bolivia son grandes, debido a que sus atractivos turísticos tienen capacidad para cubrir casi la totalidad de las demandas frecuentes: turismo receptivo, recreativo, ecológico, histórico, de aventura y otros.

3.1.6 Expansión del turismo internacional en el mundo

El turismo internacional, al momento, es un fenómeno social y económico que está en continuo crecimiento. Los datos señalan que entre los años 1950 y 2000 el record de número de viajes internacionales ha pasado de 25 millones a casi 700 millones con una tasa media anual de crecimiento del 7%. En el mismo período, los ingresos por turismo internacional crecieron anualmente en un 11%. En los años noventa, a pesar de que el

ritmo de crecimiento fue menor, el aumento de las llegadas internacionales alcanzó un 4,3% anual (UNWTO)

En más de 50 años, la tendencia al crecimiento se ha interrumpido sólo en dos ocasiones, aunque el descenso fue inferior al 1%. La primera fue en 1982, cuando se registró una disminución del 0,4% en los viajes internacionales debido al impacto de algunos conflictos armados y la crisis del petróleo. La segunda inflexión fue la experimentada en 2001, un año marcado por la crisis económica y los atentados del 11 de septiembre en Estados Unidos. No obstante, las llegadas turísticas apenas disminuyeron un 0,6%, aunque se registró un recorte del gasto. En realidad, los efectos de la crisis se dejaban sentir desde principios de 2001. La tasa de crecimiento del turismo internacional antes del 11 de septiembre de 2001 estaba en 1,5 puntos porcentuales por debajo de la tasa media de la década de los noventa y muy por debajo del elevado crecimiento del año 2000 (6,8%).

La información del aumento del turismo mundial abre nuevas expectativas para las empresas en sus relaciones con los turistas. La organización Mundial del Turismo (UNWTO) comparte datos de crecimiento en el sector turístico internacional en el marco de una economía relativamente fuerte, una clase media en aumento, un abaratamiento de costes y el comienzo de nuevos modelos de negocio surgidos gracias a la tecnología. Los datos lo corroboran: la llegada de visitantes internacionales ha aumentado un 5% en 2018 con un total de 1.400 millones de llegadas de turistas y un crecimiento del 4% de ingresos por exportaciones por el turismo, alrededor de 1,7 trillones de dólares.

3.1.7 Tipos de turismo mundial en la actualidad

Viajes pedagógicos y aprendizaje vivencial

Los turistas tienen mayor preferencia por los viajes con enseñanzas de vida. Estos visitantes priorizan el componente educativo y la cultura local de los lugares que visitan. Además, los viajes también se han convertido en una motivación para conocer territorios inexplorados o realizar actividades relacionadas con voluntariado. Con este fin existe un fuerte componente emocional que se mantiene en las fases de planificación y

organización de una aventura que va más allá del hecho de conocer un nuevo lugar, señala la compañía Booking en su información de 2019.

Esta investigación tiene como objetivo estudiar la importancia de los nombres (topónimos y corónimos) en el discurso publicitario de balnearios de agua o ciudades termales para promover su potencial turístico. El nombre del lugar utilizado por la industria del turismo puede convertirse en el nombre de un "producto". Para estudiar el discurso publicitario turístico y analizar el topónimo como marca, estudiamos la relación entre turismo, espacio y topónimo. Para este análisis, elegimos el balneario acuático de Águas de São Pedro, ubicado en São Paulo. Realizamos investigación documental y de campo, entrevistando a familiares del denominador, residentes, turistas y hoteleros. Estudiamos también el desarrollo histórico del lugar, incluyendo la denominación de sus barrios, pueblos, lugares y sus motivaciones toponímicas. A través del estudio onomástico, encontramos coroninos, como el nombre de los hoteles en la ciudad de Águas de São Pedro, sus atractivos turísticos y la relación entre el nombre de los hoteles y el nombre de la ciudad. Por tanto, a través de estudios teóricos interdisciplinarios, mostramos cómo el topónimo es tratado como "marca registrada" en el discurso publicitario turístico.

3.2 TEORÍAS LINGÜÍSTICAS EN LA TOPONIMIA Y TURISMO.

3.2.1 Lingüística y lexicografía

“La lexicografía permite registrar unidades léxicas, generalmente palabras o giros, y su significado” (Haensch, G., 1982, p. 12). Por otro lado, “la lexicografía vendría a ser el proceso que implica la recolección y organización de los materiales con vistas a la elaboración de diccionarios (Josselson, H., 1966, p. 73). Por tanto, podemos considerar que la lexicografía es el método y técnica que permite organizar, elaborar diccionarios en el marco científico. Por lo dicho, “es una técnica especial, fuera de lo específicamente lingüístico, encaminada exclusivamente a la confección de diccionarios” (Ullmann, J., 1965, p.34).

3.3 TEORÍAS DEL TURISMO

“Turismo: “El turismo se define como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estadías en lugares diferentes a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado (OMT, 1999),

Salinas Chávez (2002) explica que el turismo no nació de una teoría, sino de un fenómeno social cuyo punto de partida es la existencia de tiempo libre o de ocio. Por su parte, para Jafari: El turismo se define como el estudio del ser humano (el turista) cuando se encuentra lejos de su hábitat normal, de los equipamientos, las infraestructuras y las redes de servicios que han de satisfacer sus diversas necesidades y de los mundos “ordinario” (del que procede el turista) y Padilla, N. A. 4 OBSERVATORIUM: Revista Eletrônica de Geografia, v. 10, n. 1, p.2 -15. jan./abr.2019 “extraordinario” (al que viaja el turista), así como las relaciones dialécticas que se establecen entre ambos contextos (JAFARI, 2000, p.635)

Es un conocimiento producido en las empresas turísticas y dirigido hacia las empresas turísticas, es decir, un conocimiento que surge de un contexto particular, con teorías y estructuras teóricas distintas, métodos de investigación y prácticas que no se encuentran ubicados en un mapa disciplinar conceptual.

El turismo es una práctica social que abarca mucho más que el desplazamiento físico entre dos lugares. La relación recíproca entre la sociedad y la naturaleza se hace presente y aparecen los efectos territoriales, incluyendo los impactos de tipo social y ambiental en el espacio. Desde el punto de vista ambiental, esta situación coincide con la aparición del Informe Brundtland de 1987 y la posterior Declaración de Río del año 1992, donde se introduce el concepto de Desarrollo Sustentable. Desde el punto de vista social ello se corrobora con los paradigmas críticos de la Geografía que cobran predominancia a partir de la década de los años setenta con el surgimiento de la Geografía Radical. En la actualidad la influencia de una Geografía posmoderna y la reinscripción de lo espacial en las ciencias sociales, incluyendo el turismo.

3.3.1 Patrimonio cultural

El patrimonio cultural se define como todo tipo de bienes que socialmente se consideran dignos de conservación y cuyo conjunto define la identidad de un pueblo.

Las diversas manifestaciones de la cultura, cómo ser: en su materialidad (monumentos, edificios etc.) o su inmaterialidad (artes, tradiciones, modos de vida, lenguas, etc.), pasan a formar parte del patrimonio cultural de una sociedad en tanto y en cuanto son valoradas y reconocidas por el ser humano quien le otorga una carga simbólica que determina la necesidad de preservar y conservar ese patrimonio. En los últimos años, esta noción se ha ido ampliando considerablemente, adoptando una visión que incluye además las manifestaciones culturales intangibles, como las tradiciones orales, las lenguas, las festividades y la música. La UNESCO, ha definido al Patrimonio Cultural como: “los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia, - los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia, de este modo, es posible distinguir dos tipos de patrimonio cultural: el tangible (monumentos, conjuntos y lugares) y el intangible o inmaterial, definido por la UNESCO como: “...los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. El patrimonio cultural, tanto tangible como intangible, puede convertirse en la materia prima para el desarrollo de la actividad turística. Al motivar la visita de turistas, se configura como un recurso turístico, que al ser articulado con una serie de servicios en destino constituye un producto turístico capaz de satisfacer las demandas específicas de los visitantes. (UNESCO, 2003).

3.3.2 Modelos de prácticas turísticas

Modelo de Jhon Tribe. Este modelo propuesto por Jhon Tribe plantea al turismo como una disciplina que requiere de otras disciplinas para generar un conocimiento completo.

Coloca en el centro “el mundo del turismo” y de este se genera lo que él denomina como el “campo del turismo”, de este último surgen las ciencias que complementarán al turismo. Algunas de las disciplinas que complementan al turismo, según este autor, son: ciencias políticas, geografía, sociología, etc. (Panosso & Lohmann, 2012).

Figura 1 Modelo Turístico

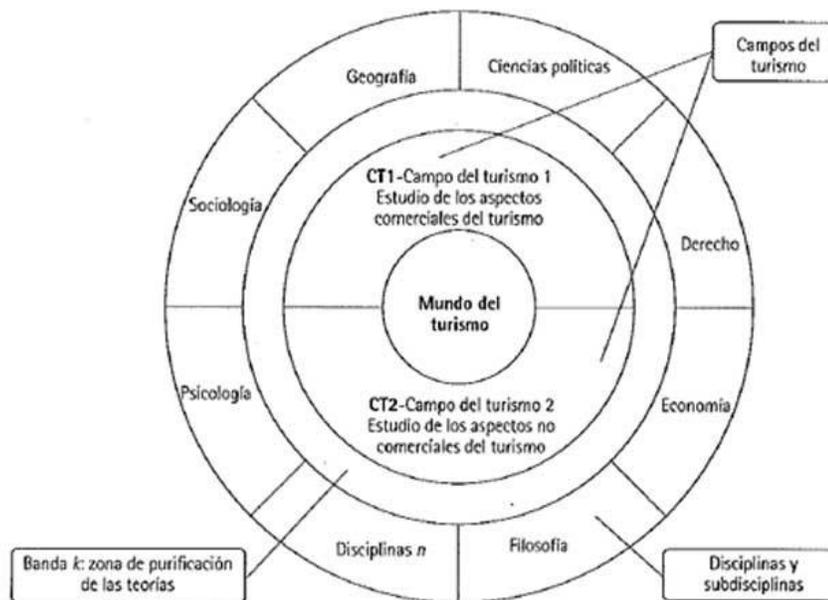


Figura 1.1. Creación del conocimiento en el turismo de acuerdo con la visión de John Tribe. Fuente: Adaptada de Tribe (1997).

Fuente: Tomado de Panosso & Lohmann, (2012)

Sistema turístico de Cuervo. Raymundo Cuervo propone un análisis del turismo basándose en la teoría de sistemas. Para Cuervo el turismo es un conjunto compuesto por varios componentes:

- a) Los medios de comunicación aérea, automovilística, ferroviaria, marítima, fluvial, etc.
- b) Establecimientos de hospedaje, hoteles, albergues y hoteles.

- c) Agencias de viajes.
- d) Guías de turismo.
- e) Restaurantes, cafés y demás establecimientos en los que una población flotante obtiene los servicios de alimentación y bebidas.
- f) Los establecimientos comerciales dedicados a la venta de recuerdos, artículos de viaje y demás artículos del consumo usual de los viajeros.
- g) Fabricantes de cuadros y demás artículos de consumo usual de los viajeros.
- h) Artesanos dedicados a la producción de objetos típicos.
- i) Centros de diversión, cuya clientela está formada por una cantidad significativa de población flotante. (Cuervo, 1967 citado por Panosso & Lohmann, 2012).

Sistema Turístico de Leiper. El modelo de Leiper está compuesto de cinco elementos, de los cuales dos son compuestos geográficos, el segundo elemento es de tránsito, y los últimos dos elementos se conforman por el turista y la industria del turismo. Como se puede ver en el gráfico, el primer compuesto geográfico es la región de donde viene el turista y la segunda se refiere al lugar a donde va el turista. El lugar de donde viene el turista debe tener ciertos servicios disponibles, como ser: operadores turísticos, agencias de viajes, etc. Y, el lugar a donde va debe tener sector de alojamiento, industria de animación, servicios turísticos, etc. El último elemento que es tránsito, hace referencia a los canales de transporte que el turista utilizará para desplazarse de un lugar a otro. (Leiper, 1990, citado por Panosso, 2012).

Figura 2 Modelo Turístico

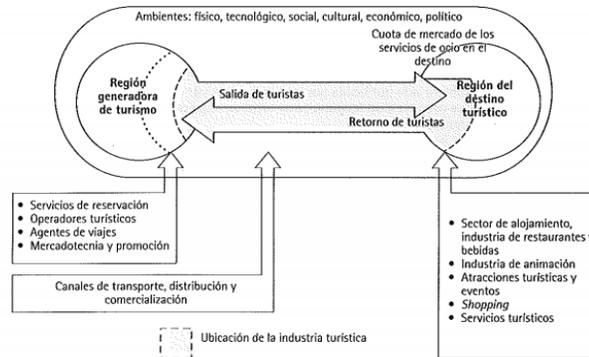
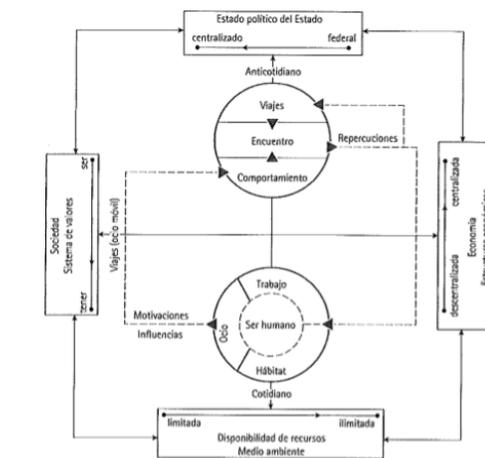


Figura 1. 2. Modelo del sistema turístico de Leiper. Fuente: Adaptada de Leiper (1990).

Fuente: Tomado de Panosso & Lohmann, (2012)

Modelo existencial de la sociedad industrial, de Krippendorf. Krippendorf comenzó analizando a la sociedad, lo que lo llevó a ver el ocio, los viajes y el turismo. Al llegar a este punto, el autor optó por dar énfasis a las motivaciones que hacen que una persona o un grupo de personas viajen, visiten a amigos, o conozcan lugares nuevos. Por lo tanto, el diagrama da énfasis a las motivaciones y las influencias que impulsan al ser humano a hacer turismo. (Krippendorf, 2000 citado por Panosso & Lohmann, 2012).

Figura 3 Modelo Turístico



. Modelo existencial para la sociedad industrial de Krippendorf. Fuente: Krippendorf (2000, p. 26).

Figura 5 Modelo Turístico

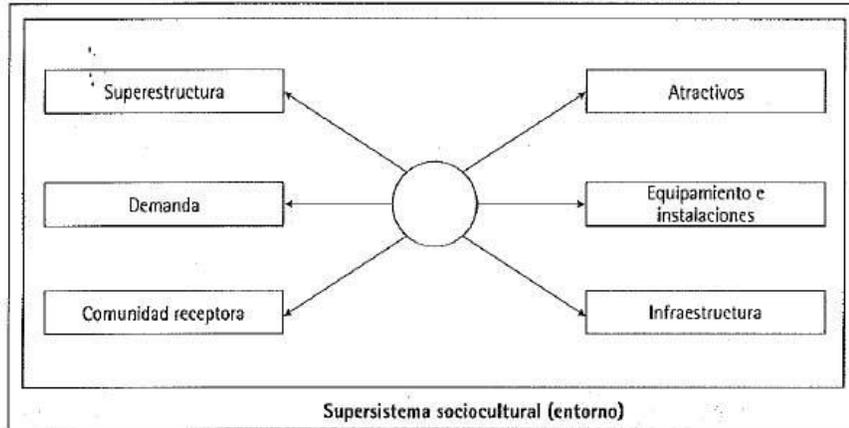


Figura 1.6. Sistema turístico de Molina. FUENTE: Molina (1991).

Fuente: Tomado de Panosso & Lohmann, (2012)

Sistema turístico de Beni. Este modelo es utilizado sobre todo en Brasil. Mário Carlos Beni buscaba realizar un diagrama que explicara los subsistemas que integran al turismo para poder explicar a los estudiantes el fenómeno del turismo. Un dato importante de este modelo es que este implementa aspectos como la demanda, el mercado y la oferta. (Beni, 2001 citado por Panosso & Lohmann, 2012).

Figura 6 Modelo Turístico

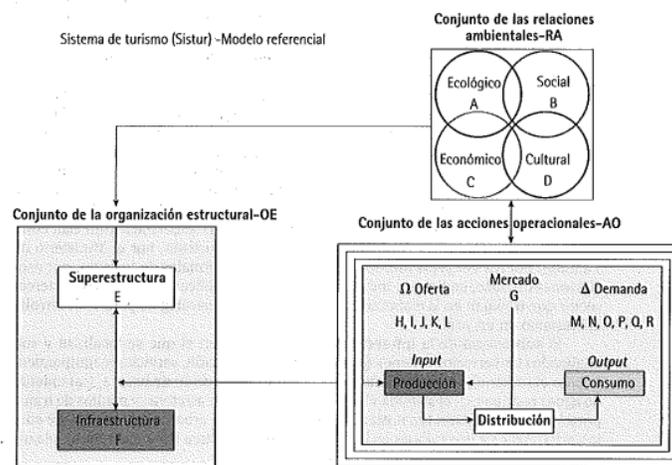


Figura 1.7. Sistema de turismo (Sistur) de Beni. Fuente: Beni (2001).

Fuente: Tomado de Panosso & Lohmann, (2012)

3.3.3 Componentes del turismo

El turismo está conformado por ciertos componentes, todos igual de importantes para impulsar la actividad turística, puesto que, para que el turismo exista se debe tomar en cuenta otros factores, por ejemplo:

- a) Hospitalidad. La hospitalidad es un elemento importante que el turista buscará en sus viajes. La hospitalidad se convertirá en un elemento fundamental para el buen desarrollo del turismo en el lugar que sea.
- b) Ocio. El ocio es un conjunto de ocupaciones a las que el individuo se entrega voluntariamente. Se puede mencionar tres funciones del ocio: descanso; diversión, recreación y entretenimiento; y desarrollo.
- c) Entretenimiento. El entretenimiento tiene relación con el ocio y el turismo, ya que el entretenimiento será todo aquello que provoque distracción. En el turismo el entretenimiento que se ofrece en los paquetes turísticos será importante para incrementar el turismo. Usualmente las actividades de entretenimiento tienen un costo adicional.
- d) Recreación. La recreación tiene como objetivo el alivio de las tensiones diarias, usualmente se la asocia con actividades al aire libre. La recreación se da en parques o reservas, por lo que esta actividad a diferencia de la anterior, es gratuita.
- e) El turista. Un turista es una persona que viaja hacia un determinado sitio, generalmente lejano y de forma temporal, para realizar actividades turísticas. Estas actividades pueden ser de carácter recreativo, cultural, gastronómico, etc. Los turistas a su vez pueden ser clasificados según la actividad que realizan. Se puede mencionar los siguientes tipos:
 - Turista recreativo. Se refiere al turista que tiene como propósito entretenerse o divertirse.
 - Turista cultural. Es el turista motivado por conocer y aprender de las cualidades culturales de un sitio turístico. Es lo que se conoce como Turismo cultural, y

dentro de esta tipología, existen muchas más, tal como el turismo etnográfico y el turismo de idiomas.

- Turista gastronómico. Es aquel que se enfoca en la cultura culinaria de un sitio turístico. Consiste principalmente en la degustación de la comida gastronómica de un destino, así como el estudio de sus platillos típicos.
 - Turista ecológico. Se refiere al turista que realiza actividades al aire libre mientras preserva el medio ambiente. Se conoce como Turismo ecológico o Ecoturismo.
 - Turista religioso. Es aquel que lleva a cabo prácticas de carácter religioso. Por ejemplo, se puede mencionar: visitas a lugares sagrados, participar de celebraciones religiosas, etc.
- f) El destino turístico. Un destino turístico es una localidad, que atrae a un gran número de viajeros o turistas en una época del año o durante todo el año, ya sean turistas nacionales o internacionales. Los viajeros pueden visitar estos destinos para ver sitios históricos, maravillas naturales, o monumentos. Algunas de las atracciones turísticas pueden ser numerosas actividades, como paseos, juegos, deportes, retiros espirituales, o novedades inusuales. A menudo se venden recuerdos en los destinos turísticos, y muchas de estas localidades dependen económicamente de los ingresos generados por los turistas.
- g) Las agencias de turismo. Las agencias son empresas privadas que cumplen el papel de intermediario entre los clientes y los proveedores que componen el rubro de los viajes, como, por ejemplo: los hoteles, las aerolíneas, los cruceros, etc. Todas las actividades y funciones que realizan las agencias de turismo están enfocadas en simplificarle al cliente todos los trámites y gestiones relacionados con las compañías de vuelo, los traslados, los hoteles, las excursiones, etc.
- h) El guía de turismo. Un guía de turismo es quien debe orientar en todo momento a los turistas que tiene a cargo, desde colaborar con el idioma si es que el turista lo desconoce, como aconsejar sobre lugares para descubrir. Además, que debe tener

conocimiento de los lugares que recomienda, como su cultura, su historia, etc. (Panosso & Lohmann, 2012.).

3.3.3 Impactos del turismo

Las actividades que realizan los turistas durante su viaje generan una serie de impactos positivos y negativos en los lugares que visitan, estos impactos pueden darse en diferentes ámbitos: impacto económico, impacto social, impacto económico entre otros, siendo el más importante el impacto en el medio ambiente. (Peralta, s/d.).

- a) Económico. La cantidad del dinero que gasten los turistas en los viajes, tiene un impacto directo con la cantidad de ofertas de empleos en el ámbito turístico. Puesto que un lugar turístico involucra, hoteles, paseos, recuerdos, artesanías y demás, la cantidad de dinero que gaste un turista significará el ingreso más importante para estos servicios.
- b) Sociales. Este se encuentra relacionado con los turistas y los habitantes del lugar turístico, el principal impacto social es el crecimiento en la población y el desarrollo urbano del lugar turístico.
- c) Cultural. La gran llegada de turistas a un lugar puede provocar destrucción o mestizaje de la cultura por el proceso de aculturación.
- d) Político. El turismo genera una gran entrada monetaria, lo que impulsó la creación de una cartera en el gobierno, sin embargo, esta cartera está ocupada por personas sin interés o preparación en el ámbito del turismo, lo que provoca un impacto negativo para desarrollar la industria del turismo.
- e) Ambiental. Este es el aspecto más afectado en los destinos turísticos, puesto que en cuanto más turístico es un lugar, más gente lo visita, lo que desemboca en varias consecuencias para el medio ambiente, se podría mencionar: las construcciones de infraestructuras e instalaciones recreativas, las prácticas deportivas o las cosas de aventura que deterioran el entorno natural, reducción de la calidad del suelo, provocación de la erosión, destrucción de los bosques y degradación de los paisajes. El uso excesivo de áreas naturales conduce a su degradación,

desestabilizan y aceleran la pérdida de biodiversidad, lo que lleva a la extinción de muchas especies animales como también vegetales. (Peralta, s./d.). Los principales lugares que se ven afectados por el turismo son los siguientes:

- La vegetación. La vegetación de los paisajes representa un importante atractivo para los turistas, paradójicamente esta se ve afectada por la industria del turismo. La tala, por ejemplo, es una práctica que se realiza para la construcción de instalaciones turísticas o la recogida de leña para el alojamiento. La tala de árboles no solo afecta a la vegetación, sino que también implica la eliminación completa del hábitat de algunas especies animales. Por si fuera poco, la vegetación también puede verse afectada por el aprovechamiento de especies destinadas a parques o jardines turísticos. Por ejemplo, algunas flores han sido trasladadas y trasplantadas a áreas completamente diferentes de su hábitat para que puedan exhibirse en lugares con fines turísticos. La basura y los desechos que se generan también alteran la vegetación. (Umpierre, 2020).
- El agua. La contaminación del agua es otro impacto negativo del turismo. La cantidad de botellas, bolsas y basura en general son algunos de los contaminantes que las personas suelen dejar cuando visitan ríos, playas, lagos, etc. (Umpierre, 2020).
- La geología. La construcción de hoteles, restaurantes u otros lugares de entretenimiento para los turistas pueden destruir características únicas del paisaje. Estas acciones provocan cambios irreversibles en el territorio debido al movimiento de suelos, cambiar la circulación del agua o cambiar el paisaje.

3.4 La imagen de las marcas territoriales

La imagen de las marcas territoriales está signada por la toponomástica que conforma un repertorio de valores, creencias, pensamientos y la visión del mundo de quienes los habitan y/o los viajeros aventureros que pasaron por estos sitios. Estas marcas constituyen la identidad de los pueblos o territorios que en el devenir histórico ha construido su identidad. Esta identidad refleja su economía, su política, sus leyes, su cultura y sobre todo el comportamiento de su gente. En este sentido, la denominación

toponímica no es un hecho casual; implica una relación directa entre sociedades, naturaleza y la visión del mundo de los pueblos que viven en estos parajes. Estas marcas territoriales constituyen la identidad de los pueblos que desarrollaron su repertorio cultural.

Por lo general, la imagen de las marcas territoriales constituye una diversidad de atractivos turísticos y su práctica. Las cuales posibilitan ser reconocidos por las especialidades en labores, producciones, oficios entre otras que las caracterizan ante el mundo; es por esto, que, a través de la construcción de marcas territoriales, las regiones adoptan un nombre y una imagen que les permite destacarse y diferenciarse: su identidad, (Barreto Bedoya, S. J., Díaz Casallas, E. s/a). He aquí la importancia que constituye una implicancia directa con la esencia de lo denominado como marketing territorial, una estrategia que logra consolidar los valores y creencias de un colectivo en una representación gráfica que enmarca las posibilidades y oportunidades que mueven fronteras y activan comercios.

Una visión histórica y legendaria configura los saberes, conocimientos y valores dignos de ser conocido, valorado y practicado. Por ejemplo, en las comunidades de la Isla del Sol y la de la Luna, la visión de género: 'masculina y femenina', una visión cósmica ni remotamente imaginado por los visitantes. Es por esto, que la competitividad se mide en la actualidad bajo diferentes parámetros, pero uno de los factores vigentes es la capacidad que tienen los gobiernos nacional, regional y local y sus empresarios de liderar procesos que crean identidad territorial que, a su vez, les permitan a sus comunidades el crecimiento sostenido de sus gentes, la suma qamaña. Es así como los países, regiones, ciudades y comarcas del mundo, tienen que diseñar estrategias enfocadas a promocionar ante los futuros clientes sus territorios para ser competitivos en el entorno global (Ibíd.).

4. IDENTIFICACIÓN DE LAS FUENTES

Se han identificado un stock de fuentes de estudio sobre diferentes componentes de la investigación, particularmente las relacionadas con el marco teórico, aunque no exclusivamente referidos al capítulo IV, sino al conjunto del documento de estudio. Se

han identificado cerca de un centenar de fuentes de consulta y de estudio. Entre libro de textos, revistas, tesis de grado de diferentes niveles de estudio. Los mismos están consignadas en la bibliografía general.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE ESTUDIO

1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El estudio configura en perspectiva un enfoque descriptivo-cualitativo hermenéutico interdisciplinar y complejo, Es precisamente la descripción toponomástica que trata de vislumbrar la conexión del semantema léxica de las toponimias hacia el turismo más sustentable. Al presente, el meta análisis muestra la distancia de estudios de este tipo, tanto a nivel local, regional y nacional e incluso internacional. El alcance propuesto es la ligazón de las toponimias con las prácticas turísticas, para que sea más integral de desarrollo y respeto a los valores y la conservación del medio ambiente y el patrimonio natural y también cultural. En este marco, el estudio principia una descripción propositiva de tipo hermenéutico, cuya meta es un estudio aplicativo de significación práctica.

La hermenéutica como método de interpretación, cuya finalidad es aclarar el sentido de las toponimias y sus variaciones históricamente condicionadas, por una parte, y subjetivas según el propósito de los actores, por otra. En este contexto, los topónimos y sus significados constituyen el objeto de estudio que emanan de la filosofía humanista: historia, cultura, política, filosofía, sociología, educación para una práctica de turismo integral. Esta estrategia metodológica propiciará una indagación de situaciones naturales y culturales en los diferentes ámbitos sociogeográfico y sociocultural Andino-interandino. Estrategias que vislumbre el contenido que guardan las toponimias-turísticas desde el perspectivismo y sus evidencias.

2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de estudio no es ni cumplidamente proyectado ni íntegramente emergente, Sin embargo, se ha procurado reorientar al enfoque cualitativo, destinado a comprender e interpretar el sentido de los lexemas toponímicos mirando el sentir, el pensar, el actuar de las personas en el escenario social y cultural. Lo cual implica la vida de las personas que viven en las regiones de destino. Siendo el objetivo estratégico proporcionar una

estrategia metodológica para comprender el complejo mundo de la experiencia vivida. En este marco, se realizó un proceso de indagación inductivo y el investigador interactuando con los participantes y con los datos, en busca de respuestas a preguntas que se centran en la experiencia social, cómo se crea y cómo da significado a la vida humana, para una oferta turística de significación. .

De ese modo, el diseño cualitativo naturalista ha sido un planear flexible, no se estableció completamente el proyecto como en el diseño cuantitativo, sino se ha esperado emerja a tiempo que se construyen o reconstruyen los datos, se lleva acabo el análisis preliminar o simultáneo, pasa a describirse de modo más completo el contexto. Entonces es “planear ser flexible” Erlandson (1993, pág. 79). Es así como surge el diseño emergente, la clave de la flexibilidad esencial y crucial. De modo que la investigación cualitativa se ha basado en un conjunto de elecciones de diseño iniciales y emergentes” en la línea de Morgan, (1992, pág.227). En este sentido, el diseño cualitativo ha resultado como un mecanismo de enfoque emergente en sus diferentes fases investigativas.

2.1 Estudio documental

Se ha adoptado la técnica de estudio documental o bibliográfico en procura de obtener, seleccionar, compilar, organizar, interpretar y analizar información sobre la toponomástica y las normativas de prácticas de turismo. La técnica se aplicó al objeto de estudio a partir de fuentes documentales, tales como libros de estudios toponomásticos, documentos de archivo, hemerografía, registros audiovisuales, catálogos de información turística entre otros, resultando la indagación como una especie de meta análisis. En esta operación se tuvo el cuidado de delimitar la temática, la recolección de la información, la organización de los datos, análisis de los datos y organización del material informativo, una primera información fue el estado de la cuestión;

Este proceso tuvo dos fases análisis externo y análisis interno. El análisis externo o llamado también de contenido tuvo relación con la parte lingüística. Esta información fue seleccionada en la bibliografía concerniente a la toponomástica taxonómica según la descripción de elementos de interés o referencia bibliográfica. En cambio, el interno, refiere a la lectura del documento, su organización y el resumen del mismo para su

comprensión interpretativa.

2.2 El método de trabajo de campo

El método de investigación de trabajo de campo sobre el terreno ha adoptado una dimensión multimétodo desde la exploración de los topónimos para su identificación, descripción y relevamiento turístico. Para ello, se ha utilizado instrumentos como ficheros combinados con técnicas como la observación que permitió recopilar y analizar los datos que fueron acopiados en un entorno natural, al lugar al que se trasladó el equipo de investigación. De este modo se generó nueva información y nuevo conocimiento aplicando el método científico.

En este contexto ha sido esencial el trabajo de campo, se tuvo en mira la principal ventaja de llevar a cabo en el lugar del fenómeno, teniendo así que los datos recolectados son más confiables.

2.3 Tipos de investigación de campo

Se adoptó una combinación tipológica de investigación de campo por la aparición de fenómeno nuevo en cada lugar y circunstancia. En un intento de establecer relaciones entre las disímiles variables toponomásticas como marcas territoriales hacia una oferta turística motivadora. Se empezó explorando aspectos de la realidad cuyos resultados sirven para la toma de decisiones a tomar en cuenta a su profundización para los trabajos o estudios a futuro, esto es una tarea de carácter evaluativa. En el marco de la dimensión multimétodo sigue una tarea descriptiva de la información camino a la meta cual es el conocimiento toponomástico para procesar como oferta turística. Además, el estudio es de carácter descriptivo propositivo como tendrá que ser por su condición de sustentabilidad.

2.4 Ventajas de la investigación de campo

La investigación de campo permite que el investigador tenga contacto directo con aquello que desea estudiar con datos fiables. A continuación se detallan estas y otras ventajas: De esta manera el contacto directo con el fenómeno a estudiar

garantizar la información de primera mano, datos sin sesgo recolectados sujeto al interés de los investigadores y objetivos de la investigación, por supuesto según la naturaleza de los fenómenos toponomásticos para un turismo sustentable. Señalamos, a guisa información, se pueden analizar nuevas variables u obtener otros datos que ayuden a ampliar la información disponible. La cual orienta la investigación para recolectar datos sobre disímiles principios de interpretación no tomados en cuenta por alguna razón. Nuestro interés, la fiabilidad y la credibilidad para un turismo sustentable.

3. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Corpus linguo-cultural – natural

El corpus toponomástico es un conjunto indescriptible de información según las regiones o destino muy difíciles de señalar o describirlos de una manera genérica. Cada región ostenta una singularidad propia del destino, así la nación uru Iru Wit'u tiene sus propias percepciones sobre tal o cual lugar, tierra firme, isla, totorales, etc. con una visión alimentaria o de subsistencia. En cambio en el norte yungueño observamos los topónimos atractivos turísticos relacionados con el diablo y los santos como supay punku 'la puerta del diablo', la garganta del diablo, como San Félix, ¿por qué esas denominaciones? Entonces ¿cómo se concibe el ser y el estar? En otro contexto, como en Caquiaviri todo va relacionado con la crianza mutua, lo humano y lo no humano, en esto está presente la noción de la vida y la muerte. Entonces, convenimos que cada toponimia exhibe un contenido semántico-cultural, cosmovisivo, filosófico.

4. POBLACIÓN Y MUESTRA

En un diseño cualitativo emergente es muy difícil decir cuál un sistema de muestreo, como lo ocurrido en Iru Witù Uru quiénes y cuántos o como lo ocurrido en el camino a Wayna Potosí los informantes emergieron, cholitas trepadoras de montañas, quiénes mejor que otros. En este entendido podemos señalar el tipo de muestreo teórico como las autoridades municipales, autoridades originarias, sindicales, líderes. U otro como el

muestreo por conveniencia o el muestreo por avalancha. Lo que se ha cuidado es la técnica de saturación de la información exhaustiva y el conocimiento de la cosmovisión andina-interandina. Ante esta avalancha seleccionar las categorías que ligan la atracción turística, la complacencia de las inquietudes y expectativas del viajero sediento del saber.

5 AMBIENTE DE LA INVESTIGACIÓN

El ambiente o espacios sociogeográficos constituyen una red turística compleja, cuyo epicentro constituye la ciudad de El Alto. Con cinco horizontes: El Alto-Copacabana, El Alto-Sorata, El Alto El Alto Q'uma Janchi-Cororocoro y aledaños, El Alto.Tiwanaku-Desaguadero, Guaqui-Iru Wit'u Uru, con una Red interna de Jesús de Machaca. Epicentro de El Alto conformado de una Red interna ligado a la ciudad de La Paz.

6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

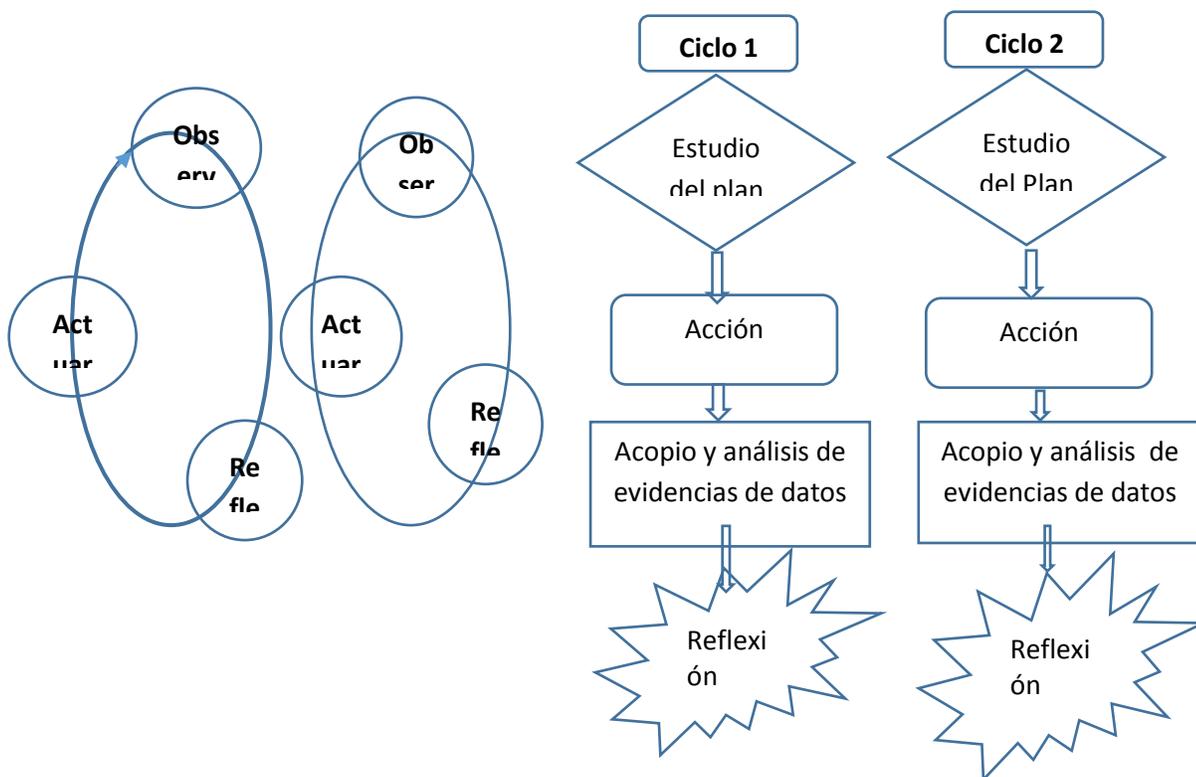
La multidimensionalidad estratégica en su acogimiento de técnicas de trabajo de campo adoptó los mecanismos necesarios que permiten recolectar, analizar y transmitir los datos en estudio. Esta multidimensionalidad metodológica empezó con la observación participante involucrándonos al fenómeno a estudiar. Se consideró que esto no era suficiente, entonces se procuró también la historias de vida de los Iru Wit'u Uru como u otros. En la recopilación de datos también se recurrió a hechos biográficos de un grupo de personas durante el periodo de la construcción de la iglesia de Machaca o durante la invasión por los aymaras al territorio uru. Esta fase primaria ha sido complementada con entrevista abiertas para los actores puedan expresar sus puntos de vista. En esta práctica multidimensionalidad nos sorprendimos con los grupos de discusión, además otra ni siquiera remotamente imaginada, la asamblea. Añadir, la **observación pasiva**: del investigador también se tuvo el no involucramiento con el fenómeno a estudiar. (Jesús de Machaca y Caquiaviri).

6.1 Instrumentos de la investigación de campo

Las herramientas o instrumentos de la investigación de campo responden a la complejidad de la multidimensionalidad estratégica e interdisciplinar de la naturaleza de

nuestra investigación, utilizamos muchos y diversidad de medios. Mencionamos por ejemplo. El ordenador para ordenar los datos de la investigación en función de una jerarquía o secuencia de datos. Utilizamos una lista de preguntas, catálogos de imágenes, fichero con datos de los entrevistados, son ejemplos del tipo de herramientas. No pueden estar ausente los instrumentos clasificatorios, útiles para ordenar datos en función de las características comunes, semejanzas, diferencias, características, etc. También utilizamos los Instrumentos diagramáticos para manipular imágenes o símbolos para representar los datos. Ejemplo: el mapa de redes.

Figura 7 Diseño Técnico



Fuente: Bustillos*

El diseño puede repetirse por lo menos hasta tres o cuatro según el nivel de estudio. En el presente caso solo se propone dos ciclos.

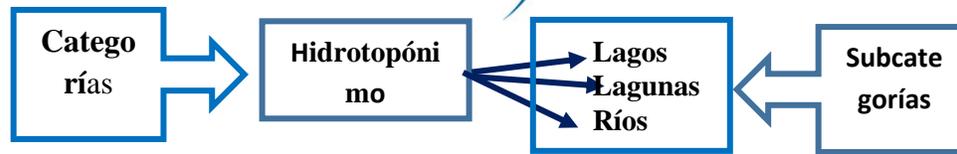
7 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

7.1 Proceso de categorización

El proceso de categorización de los datos consistió en la clasificación de la información por categorías de acuerdo a criterios temáticos referidos a la búsqueda de significados que impliquen atractivos turísticos. Para ello se ha tomado una exhaustiva revisión de los términos o expresión que fuera claro e inequívoco, el contenido de cada unidad temática de las toponimias con el fin de clasificar contrastar interpretar analizar y teorizar. Se ha realizado una exhaustiva revisión conceptual atendiendo a diferentes aportes que versan sobre la toponimia y el turismo con el objeto de precisar y brindar orientaciones específicas que direccionen la labor del investigador. De este modo, la categorización ha representado una tarea difícil de abordar, sin embargo, se empezó por hacer una aproximación de sus componentes, características, criterios y proceso para poder aplicarla en nuestro estudio observando la relación entre la teoría y la práctica (Romero Chaves, 2005).

Por lo tanto, se inició respondiendo a la pregunta ¿Que es una categoría? Según el diccionario es “cada una de las nociones más generales, cada una de las formas de entendimiento”. Por ello requiere de un proceso de organización según unas características similares o ejes principales, para ello se necesita de un nivel de conocimiento y abstracción. Para Gomes “La palabra categoría, se refiere en general a un concepto que abarca elementos o aspectos con características comunes o que se relacionan entre sí. Esa palabra está relacionada a la idea de clase o serie. Las categorías son empleadas para establecer clasificaciones. En este sentido trabajar con categorías implicó agrupar elementos, ideas y expresiones en torno a un concepto capaz de abarcar todo”. Ha sido una forma de clasificación de la que deriva otras unidades más pequeñas llamadas subcategorías. Para realizar una primera aproximación se realizó un ejemplo de una categoría general que contenga otras subcategorías así:

Figura 8 Diseño de Categorización



Fuente Almniza, 2022

En el estudio el proceso de categorización se constituyó en una parte fundamental para el análisis e interpretación de los resultados “Este proceso consistió en la identificación de regularidades, de temas sobresalientes, de eventos recurrentes y de patrones de ideas en los datos provenientes de los lugares, los eventos o las personas seleccionadas para un estudio. La categorización constituye un mecanismo esencial en la reducción de la información recolectada” (Romero Chaves, 2005).

Las categorías fueron tomadas por sus diferentes valores, alternativas es la forma de clasificar conceptuar o codificar un término o expresión de forma clara que no se preste a confusiones a los fines de nuestro estudio. En dichas alternativas fueron ubicados, clasificados, cada uno de los elementos sujetos a estudio (las unidades de análisis). Según Straus y Corbin “La categorización consistió en la asignación de conceptos a un nivel toponomástica... las categorías tienen asignado un poder conceptual puesto que tienen la capacidad de reunir grupos de conceptos o subcategorías toponomásticas y turísticas. Así se empezó a agrupar los conceptos, también se inició con el proceso de establecer las posibles relaciones entre conceptos sobre el mismo fenómeno”: “Las categorías son conceptos derivados de los datos que representan fenómenos. Los fenómenos son ideas analíticas pertinentes que emergen de nuestros datos” (Romero Chaves, 2005).

María Eumelia Galeano señala:

establece que: Las categorías se entienden como ordenadores epistemológicos, campos de agrupación temática, supuestos implícitos en el problema y recursos analíticos como unidades significativas dan sentido a los datos y permiten reducirlos, compararlos y relacionarlos...Categorizar es poner juntas las cosas que van juntas. Es agrupar datos que comportan significados similares. Es clasificar la información por categorías de acuerdo a criterios temáticos referidos a la búsqueda de significados. Es conceptuar con un término o expresión que sea claro e

inequívoco, el contenido de cada unidad temática con el fin de clasificar contrastar interpretar analizar y teorizar.

En suma, el procesar y organizar la información en tópicos epistémicos y contextualizados desde un problema real, se constituyen en componentes reveladores de un buen proceso de categorización que asegura el estudio. Como lo expresa la autora, para categorizar se hace necesario atender a algunos criterios; homólogos, explícitos, evidentes, concretos etc., que no se presten para confusión alguna. De esta manera el investigador podrá realizar un buen proceso analítico e interpretativo (Romero Chaves, 2005).

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

1. ECOTURISMO Y TURISMO COMUNITARIO ANDINO INTERNADINO DE LA PAZ

Este capítulo denominado Ecoturismo y Turismo Comunitario procura reflejar la esencia de la toponomástica como atractivos turísticos, el tesoro patrimonial: cultural y natural de la región Andina e Interandina del departamento de La Paz. Los pueblos Andinos e Interandinos tuvieron y tienen, todavía, una cultura característicamente desbordante y con célebres valores, distinto de los otros. Esos acreditados valores han sido la base filosófica de los Andes con gobierno y territorio propios. Estos territorios ostentan singulares sitios lleno de valores culturales como las creaciones, saberes, ideas y obras, hoy constituyen atractivos turísticos de reconocida valía.

La toponomástica procura visibilizar y promover la imagen de prestigio en aras a mejorar el carácter y la calidad de vida de los ayllus y comunidades que hoy conviven, todavía, con sus ancestros del antaño histórico ligado a objetos culturales e impulsar la práctica del turismo convivencial. Se examina la relación entre los nombres geográficos, que forman parte del patrimonio cultural, y el turismo Andino, así como el modo en que el patrimonio cultural influye en la identidad y la imagen del turismo.

Ni duda, los topónimos geográficos afectan a dos ámbitos. En primer lugar, aportan valor a las atracciones turísticas y pretenden explicar sus orígenes históricos. En segundo lugar, resaltan la importancia de ciertas atracciones turísticas, por ejemplo, poniendo de relieve la base filosófica o los conceptos imaginarios que las inspiran. Los Andes tiene un vasto patrimonio cultural que encierra el potencial de apoyar el turismo, aún incipiente, incentivar referente de la importancia del conocimiento de las toponimias geográficas porque el patrimonio cultural fomenta la innovación en la gestión del turismo.

Inicialmente, el estudio consigna algunas consideraciones de carácter teórico como una introductoria de la esencia turística lo que es y lo sería las prácticas de turismo en el

futuro en aquellos principales centros turísticos potencialmente importantes de la región Andina e Interandina del departamento de La Paz, como alternativa de desarrollo,

El capítulo tiene como alcance dos ámbitos turísticos: uno lo tradicional y otro aún no conocido, pero potencial. El primero comprende el sector paisajístico verde de aventura y de El lago *Titiqaqa* de naturaleza hidronáutico turístico.

El segundo abarca el emporio turístico no conocido pero potencial desde la Nación Uru *qutsuñi de Iru Wit'u* hasta el *Parara*, 'la ciudad de piedra encantada', sitios turísticos atractivos sin igual.

Este emporio turístico Qutsuñi tiene ligazón con la riqueza arqueológica de Wankani, ambos en el municipio de la tradicional *marka* de Jesús de Machaca. Estos atractivos toponomástica-turística integran una estratégica de Red Turística diversificada a los cuatro horizontes del departamento de La Paz.

1.1 Manifestaciones culturales como marcas territoriales

Las zonas ya referidas ostentan manifestaciones culturales entre las que se destacan las lenguas, que han comenzado a ser concebidas como un importante recurso turístico y como la materia prima fundamental de una actividad de gran rentabilidad, que cada día es más valorada tanto por gobiernos, como por actores privados de distintos sectores de la economía. Sin embargo, dichos propósitos solo se traducen en discursos petardistas. Países como España, Francia y el Reino Unido han sido pioneros en esta modalidad, recibiendo año a año a un creciente número de turistas extranjeros que arriban al país con motivo de aprender un nuevo idioma.

Echemos una mirada atenta a los países que han logrado constituir una oferta organizada de cursos de idiomas para estudiantes extranjeros, enmarcados dentro de la promoción del turismo cultural. Esta gran importancia que está cobrando el aprendizaje de las lenguas extranjeras ha dado lugar al surgimiento de una nueva modalidad de turismo denominada "Turismo Idiomático", que de acuerdo a la Organización Mundial del

Turismo, "...se refiere a las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con el fin de realizar una inmersión lingüística en un idioma distinto al propio" (OMT, 1991; citado en Piédrola Ortiz y Artacho Ruiz, 2011, p. 52).

La lengua española, utilizada en la actualidad por más de 490 millones de personas, no ha sido ajena a esta nueva tendencia, cobrando cada vez una mayor importancia sociocultural. El español es considerado la segunda lengua a nivel mundial en términos de número de hablantes nativos, y se ha convertido en el segundo idioma de comunicación internacional. De acuerdo a informes recientes, el porcentaje de población mundial que habla español como lengua nativa está aumentando, mientras que la proporción de hablantes de los idiomas chino e inglés está comenzando a disminuir. Este hecho sitúa al español en una situación privilegiada no sólo como lengua nativa, sino también como lengua segunda o extranjera, mostrando importantes perspectivas de crecimiento tanto en términos de oferta como de demanda de cursos de idioma español para estudiantes extranjeros.

Por ejemplo, Argentina es escenario de este nuevo fenómeno, y desde los últimos treinta años el número de alumnos extranjeros que recibe con motivo de aprender español y conocer su cultura y atractivos turísticos se ha multiplicado exponencialmente. Este considerable incremento genera beneficios económicos para muchas ciudades del país, y a su vez, tiene un posterior efecto de derrame en ingresos para el conjunto de las prácticas turísticas a nivel nacional. Aunque tangencialmente, no ocurre con las lenguas originarias, nuestro estudio comienza con la Toponomástica como medio de conocimiento de nuestras lenguas y culturas.

1.2 Patrimonio cultural

A través de la revisión de distintas fuentes bibliográficas, es posible definir al patrimonio como todo tipo de bienes que socialmente se consideran dignos de conservación y cuyo conjunto define la identidad de un pueblo. Las distintas manifestaciones de la cultura, ya

sea en su materialidad (edificios, monumentos, etc.) o su inmaterialidad (tradiciones, artes, modos de vida, lenguas, etc.), pasan a formar parte del patrimonio cultural de una sociedad en tanto y en cuanto son valoradas y reconocidas por el hombre, quien le otorga una carga simbólica que determina la necesidad de preservar y conservar ese patrimonio. Históricamente, el patrimonio cultural se ha visto asociado a los bienes artísticos y monumentales heredados del pasado, como las grandes obras de arte escultórico y arquitectónico. En los últimos años, esta noción se ha ampliado considerablemente, adoptando visión que incluye además las manifestaciones culturales intangibles, como las tradiciones orales, las lenguas, las festividades y la música. A los efectos de la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural de la UNESCO, se ha definido al Patrimonio Cultural como: "- los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia, - los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia, - los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico" (UNESCO, 1972). Esta definición, que comprende únicamente al patrimonio material, ha sido posteriormente ampliada para incorporar aquellas manifestaciones culturales intangibles que también forman parte de la herencia y la identidad de un grupo social. De este modo, es posible distinguir dos tipos de patrimonio cultural: el tangible (monumentos, conjuntos y lugares) y el intangible o inmaterial, definido por la UNESCO como: "...los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la

creatividad humana. (UNESCO, 2003)" Dicho patrimonio cultural inmaterial, de acuerdo con Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial celebrada por la UNESCO en el año 2003, se manifiesta en particular en los siguientes ámbitos: " a) tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio 10 cultural inmaterial; b) artes del espectáculo; c) usos sociales, rituales y actos festivos; d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; e) técnicas artesanales tradicionales (UNESCO, 2003)" Bakula (2000; citado en Schlüter 2002: 13) incluye dentro del patrimonio cultural a "[...] los objetos del pasado más las costumbres, celebraciones, objetos, creencias, tradiciones, bailes, cantos, lenguas, técnicas, modas, usos, expresiones o modismos y elementos ajenos que se incorporan a una cultura viva." El patrimonio cultural, tanto tangible como intangible, puede convertirse en la materia prima para el desarrollo de la actividad turística. Al motivar la visita de turistas, se configura como un recurso turístico, que al ser articulado con una serie de servicios en destino constituye un producto turístico capaz de satisfacer las demandas específicas de los visitantes (UNESCO).

1.3 Recurso turístico andino interandino

El turismo es una actividad socioeconómica derivada del aprovechamiento de los recursos turísticos, los cuales constituyen la base para el desarrollo de la oferta turística de un destino. Dentro del conjunto de los recursos turísticos, es posible distinguir dos grandes categorías: los recursos naturales y los recursos culturales.

Por recursos turísticos naturales se entiende a "...todo elemento geomorfológico, biofísico, o la mezcla de ambos, cuyas características lo hagan susceptible de ser visitado por turistas" (Silberman, 1970 p. 61). Los recursos turísticos culturales, comprenden: "...todo elemento creado por el hombre que contenga atractivos capaces de interesar al visitante; estos atractivos pueden ser históricos o contemporáneos.

Los históricos se refieren a todos aquellos que sean una manifestación de la cultura de otra época. Los contemporáneos son los recursos creados por el hombre en el momento actual con una finalidad preestablecida y dependen de su inventiva." (Silberman, 1970, p 62). 11 Moreno Delgado entiende a los recursos turísticos culturales como: "...el

conjunto de componentes tangibles e intangibles basados en los recursos patrimoniales culturales, los cuales resultan accesibles a los viajeros visitantes a través de la armonización de la gestión cultural y turística, siendo generadores de beneficios en forma de experiencias con sentido para un público específico, de manera tal que se garantice la sostenibilidad económica y ambiental de los factores que intervienen en su presentación." (Moreno Delgado, en Guzmán y García Vidal, 2010: 39) De acuerdo con Sunyer et al. (2005; citado en Pinassi y Ercolani, 2012, p. 152), es posible considerar como atractivo o recurso turístico a "...todo elemento material que tiene capacidad, por sí mismo o en combinación con otros, de atraer visitantes a un determinado espacio, y cuando esa visita responde a motivos de turismo, ocio y recreación".

Los autores Conti y Cravero Igarza, (2010, p. 12), por su parte, agregan que un recurso turístico "...no es válido por sí mismo, sino por su capacidad de transformación para satisfacer las necesidades de la demanda. Por lo tanto, este patrimonio turístico constituyen el conjunto de bienes materiales e inmateriales, la materia prima hace posible el desarrollo de la actividad. Pinassi y Ercolani sostienen al respecto que: "...el conjunto de recursos turísticos de un destino constituye aquellos componentes básicos o complementarios, pero no únicos, capaces de motivar a los individuos y generar un flujo de visitantes desde un área emisora, considerada como el entorno habitual de dichas personas, hacia un espacio receptor o de destino, donde se encuentran los mencionados recursos territoriales."(Pinassi y Ercolani, 2012, p. 153).

1.4 Producto turístico

Tal como expresa Kotler (2004), "Los individuos satisfacen sus necesidades y deseos con productos. Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer para satisfacer una necesidad o un deseo. En este caso, el concepto de producto no se limita a objetos físicos solamente...tiene un sentido más amplio. Los productos incluyen también las experiencias, personas, lugares, organización, información e ideas" (Kotler, 2004; citado en Korstanje, 2006, p. 7). La transformación de un recurso en producto turístico implica necesariamente distintos procesos de patrimonialización y de activación o gestión de atractivos.

Al estructurar los recursos para el uso y disfrute turístico, se convierten en productos turísticos. En relación a lo antedicho, Conti y Cravero Igarza establecen que: "En este proceso intervienen diferentes actores del sistema turístico (directos e indirectos), quienes permitirán que ese patrimonio (recurso) sea dotado de infraestructura y servicios públicos (accesos -terrestres, aéreos, fluviales-, comunicaciones, saneamiento básico, seguridad ciudadana, servicios de migración, etc.), que pueda tener a su vez una oferta de servicios privados (hospedaje, alimentación, transporte, guías, directos e indirectos como banca, telefonía, servicios de limpieza, tiendas, artesanía, servicios lúdicos, etc.) y que exista un marco legal y de planificación que sustente el desarrollo de la actividad en el destino. Una vez que el producto se encuentre listo habrá que lanzarlo al mercado, convertirlo en oferta." (Conti y Cravero Igarza, 2010, p: 13). El producto turístico ha sido definido por Valls (1996) como: "...un conglomerado, una amalgama, una constelación de elementos tangibles e intangibles en particular. Entre los elementos tangibles se hallan los bienes, los recursos, la infraestructura y los equipamientos; entre los intangibles se encuentran los servicios, la gestión, la imagen de marca y el precio." (Valls, 1996; citado por Pinassi y Ercolani, 2012: 149). Otra definición clásica de la bibliografía turística es la propuesta por Acerenza, quien sostiene que: "Desde el punto de vista conceptual, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista... Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso." (Acerenza, 1993; citado en Korstanje. 2007: 23) Estos productos, al estar articulados con otros, conforman la oferta turística de un destino. Para constituir un producto turístico atractivo y competitivo, es necesaria una correcta utilización y combinación de los diferentes elementos que le dan valor al producto turístico global: los recursos turísticos, la infraestructura, el equipamiento y las instalaciones. Desde la óptica del marketing, todo producto turístico tendrá un ciclo de vida caracterizado por cinco fases: introducción, crecimiento, madurez, saturación y declive. La duración de cada fase dependerá por una parte del mercado, quien le atribuye vida al producto, incrementando o disminuyendo su demanda; y por otra parte de las acciones llevadas a cabo por los planificadores a nivel de organización económica, humana, técnica y

comercial. De este modo, han sido expuestas algunas de las relaciones entre los conceptos anteriormente desarrollados, (Clark, 2014).

1.5 Importancia económica y social del turismo

El turismo constituye uno de los principales sectores económicos a nivel local, tiene importancia en un país como el nuestro en vías de desarrollo. El turismo forma parte de uno de los principales sectores económicos a nivel mundial, siendo objeto de estudio en diversos destinos geográficos. Esta actividad económica opera como fuente de oportunidades para la modernización socioeconómica y cultural de un área geográfica, siendo el patrimonio un factor de cohesión social por las importantes sensibilidades a las que afecta. En consecuencia, son más frecuentes los modelos que giran en torno al desarrollo sostenible del turismo de un destino.

En este sentido, los recursos culturales, naturales y patrimoniales forman parte de una red de gran valor y riqueza, que deben promocionarse y comercializarse de forma sostenible, con el objetivo de mejorar el desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales en los destinos y la conservación de los recursos (Castellanos Verdugo et al., 2013). Para ello, es importante la coordinación de todos los stakeholders implicados o que pueden ser afectados por el desarrollo del turismo a través de los elementos culturales, naturales y/o patrimoniales en un destino geográfico determinado.

1.6 Ecoturismo y turismo comunitario: El ecoturismo

Se considera a ecoturismo como la posibilidad de cambio importante en la actividad turística al proponer cambiar el papel del turismo y las instituciones responsables. Esta nueva actitud de los turistas hacia la naturaleza significa un aprecio moral por el turismo futuro y el interés por su preservación. Este servicio busca beneficios para la comunidad de acogida. El ecoturismo no es solo un viaje hacia la naturaleza, sino que también crea un nuevo concepto de actividad, una práctica social y una actividad económica. Su objetivo es mejorar las condiciones de vida de la población de acogida, preservando los recursos y el medio ambiente, conciliando la aceptabilidad y sensibilidad del entorno natural y cultural con la actividad de viajar. (Cammarata, 2006).

La presente sección presenta el contexto, organización, categorización de las toponimias, análisis y la interpretación del patrimonio cultural y natural turístico de la región andina-interandina del departamento de La Paz. Para efectos de este documento se toma una muestra ejemplificada abreviado de estudio por razones de espacio. El documento presenta el estudio de los principales centros turísticos conocidos y otros desconocidos.

1.7 El turismo comunitario

El turismo comunitario se considera como la alternativa para socorrer las desigualdades sociales y económicas que sufren las poblaciones originario-campesinas. Además, el turismo comunitario resulta un medio para generar otros ingresos dentro de sus actividades económicas cotidianas, usando los recursos culturales, naturales y locales en una comunidad en particular. El turismo comunitario proporciona a los lugareños en guías turísticos a los que viven en la región y dar servicios a los visitantes que reciben. Y así también da al mismo tiempo a las poblaciones la oportunidad participar en la generación del movimiento de los elementos de producción e intercambio de bienes y servicios en la población receptora. En la actualidad, el turismo comunitario sigue en constante crecimiento, en América Latina, Asia, África, Gran Caribe, brindando una participación más activa del turista dentro de los hábitos y costumbres de un grupo social o localidad en especial.

Las comunidades que participan del turismo comunitario tienen beneficios de magnitud, como la disminución de la pobreza y la creación de fuentes de empleo. Además, descentraliza la industria del turismo porque las comunidades ya son partícipes, contribuyendo así al desarrollo de productos turísticos regionales, se fortalecen las comunidades locales y también se incentiva a la gastronomía. Finalmente, se hará grandes esfuerzos para definir los modos de turismo que responden a los impactos negativos en las economías nacionales y los recursos naturales. El turismo comunitario brinda beneficios para disminuir los impactos negativos y contribuir a que los miembros de las poblaciones se comprometan en el cuidado de su patrimonio cultural y natural, además de sacar beneficio de forma directa de la actividad turística que se genera en dicha región. (Safiya Horne-Bique, 2015).

1.8 Teorías de desarrollo y turismo

Por su importancia se presentan algunas referencias teóricas de desarrollo:

1.8.1 Una alternativa del desarrollo

Para la teoría alternativa del desarrollo se toma en cuenta tres componentes: tierra, trabajo y capital. Se hace sobre todo énfasis en el capital humano, se centra la atención en las capacidades de las personas, en vez de en el incremento de los beneficios (Fuentes, 2009 citado por Muñoz, Fuentes, & Fayos, 2012). Las personas pasan a ser un componente fundamental de las políticas de desarrollo. También se toma en cuenta, el concepto de gobernanza ya que los organismos internacionales y centros de investigación conforman un aspecto clave en el proceso de desarrollo. Además del capital humano y las instituciones, los recursos sociales son también importantes para asegurar el crecimiento económico y el desarrollo. (Muñoz y Fuentes, 2007 citado por Muñoz, Fuentes, & Fayos, 2012).

1.8.2 El turismo como instrumento de desarrollo.

El turismo se considera un instrumento de desarrollo porque se orienta a la mejora de la economía de la región por lo que se suele atribuir este incremento a la actividad turística, aunque para que esto tenga fundamento se requiere de estudios para ver si existe una correlación, porque existe la probabilidad de que el turismo no sea como tal “un instrumento de desarrollo”. Después de haber realizado estudios se llegó a la siguiente conclusión: para que el turismo sea un elemento determinante del desarrollo, debe de existir una política pública coherente y eficiente que se practique. (Muñoz, Fuentes, & Fayos, 2012).

1.8.3 Desarrollo sostenible.

Eventualmente se vio la necesidad de compatibilizar el desarrollo económico con los aspectos sociales y medio ambientales. En turismo, el paradigma de la sostenibilidad ha sido adoptado por muchos investigadores. De esta corriente se desprenden varios procesos, como ser, la participación de comunitarios o la planificación turística del turismo (Inskeep, 1991; Gunn, 1994; Holden, 2000). Muchos expertos y organismos

nacionales e internacionales han optado por este paradigma puesto que un turismo sostenible implica aspectos importantes como la conservación del medio ambiente, aunque, actualmente, solo se lo aplica a menor escala. (ibíd.).

1.8.4 Turismo sostenible y sustentable en OMT

“El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (WEB de la OMT)

Turismo económicamente rentable

- Rentabilidad de los prestatarios de los servicios.
- El justo precio del producto con su calidad
- Distribución equitativa de la renta turística
- Generación de empleo de calidad
- Consolidación de cadenas de consumo local”
- El turismo es un NEGOCIO

Socialmente aceptable

Inclusión de la comunidad con la prestación de servicios, gestión empresarial y renta turística

Puesta en valor del patrimonio, local, tangible e intangible

Preservación de la identidad cultural,

Intercambio cultural genuino y enriquecedor

Desarrollo de la comunidad

Fomento de tradiciones y usos y costumbres // La armonía vital como elemento fundamental turístico

Ambientalmente neutro

- Valoración de la naturaleza como patrimonio
- Uso y preservación de recursos naturales, renovables o no renovables.
- Conservación de la biodiversidad

- Desarrollo óptimo del territorio
- Rastreo y gestión de la huella de carbono, del agua, de la energía y de los residuos
- Un monitoreo constante sobre los recursos.

¿Cómo viajar y, al mismo tiempo cambiar el mundo?

1.8.5 Turismo sostenible

El turismo sostenible hace referencia a todas aquellas actividades turísticas donde lo que se prioriza es el respeto al medio natural, cultural y social. Con este tipo de turismo se propone una relación justa y equitativa entre turistas y habitantes del lugar turístico. Para un turismo sostenible se debería tomar en cuenta lo siguiente:

- Planificación. Se debe tomar en cuenta las condiciones actuales: el contexto humano, físico, social, económico y ambiental del lugar turístico.
- Integración. La oferta turística debe ser el resultado natural de todos los recursos turísticos locales, (ecológicos, culturales, monumentales, artísticos, gastronómicos, folklóricos, religioso, etc.).
- Participativo. Se requiere de la participación de todos los agentes que intervienen en el proceso turístico (gobiernos nacionales gobiernos departamentales, empresas, población local). (López & Palomino, 1998).

2. DESTINOS TURÍSTICOS: ANDINO- INTERANDINO DEPARTAMENTO DE LA PAZ

2.1 La nación qut zh zhuñi o qhwaz zh zhuñi (hombres acuáticos)

La lengua y cultura de los qut zh zhuñi o qhwaz zh zhuñi: (los urus u hombres acuáticos)

La nación uru se encuentran completamente dispersos sin continuidad territorial como se constata a continuación:

- Ubicación: Reductos, dispersos, separados en espacio y tiempo.
- Lago Poopó: uru muratus, Oruro
 - Urus de Llapallapani, Prov. Pagador, Oruro
 - Urus de Wila Ñiq'i, Prov. Avaroa, Oruro.
 - Urus de Phuñaka Santa María, Prov. Poopó, Oruro

- Salar de Coipasa. Uru-chipaya, Prov. Sabaya, Oruro
- Santa Ana de Chipaya, Prov. Sabaya, Oruro
- Bahía de Puno-Perú.
- Uru Chulluni, (80) islas flotantes. Puno, Perú.
- Urus de Iru Wit'u, municipio de Jesús de Machaca, prov. Ingavi, La Paz



2.2 Sitio turístico: Río Awllaqa. Nación qut zh zhuñi o qhwaz zh zhuñi

Ruta turística: Punto de partida. Terminal Provincial Norte de El Alto.

Recorrido: Carretera El Alto – Desaguadero

- Laja. Lugar de la fundación de Nuestra Sra. de La Paz. Importante sitio turístico.
- Lluqu lluqu, Mirador natural turístico (4020 msnm)
- Tiwanaku. Centro turístico más importante del mundo andino y de Bolivia.
- Guaqui. Sitios turísticos, la catedral, el puerto de anclaje de vapores (comunicación internacional Bolivia- Puno-Perú) y Control militar.
- Una misma ruta Tanto a Iru Wit'u urus y también a Jesús de Machaca desde el desvío Qäsa.
- Otra vía de acceso es lacustre, un viaje sumamente divertido. Desde la ciudad de Desaguadero hasta Iru Wit'u y viceversa para salida, siendo un acceso ya sea hacia Perú, Puno o hacia La Paz, Bolivia. Transporte con comunicación previa y concertada.

Urus Iru Wit'u, municipio de Jesús de Machaca, prov. Ingavi, La Paz.

pluvial. La gastronomía es otra novedad para visitantes a *Iru Wit'u Uru*. Las comidas tienen como base gastronómica a base de la variedad de pescado y huevos, la quinua, qañawa y otros. Ilustrar con fotos y preparar anexos.

2.3 LA TURÍSTICA EN JESÚS DE MACHACA

Ubicación:

Municipio de Jesús de Machaca, provincia Ingavi, La Paz.

Qamasan Machaq marka (Marka c/ qamasa)

Qina qina-qinay qinaya, yapu sata qallta,

sara sara saraaa (dirección orientada)

Red turística interna

Iru Wit'u Qhut zhzhufi (nación uru)

Urqarani, ciudad de piedra Qurpa Marka

La visión existencial de la vida. (pacha)

La catedral de Jesús de Machaca

21 de marzo el pueblo rebelde, (Marcelino Llanki)

La balseada, la fiesta de Niño Jesús

Las alasitas, en Qhillaya

Clima frío, temperatura media 8°C promedio

Región Alto Andino 4.000 a 4.080 msnm

Pie de montaña 3.850 a 4.000 msnm

Puna 3000 a 3850

Municipio indígena originarii

Transporte de minibuses de la terminal de El Alto. Diarios a cada hora, (de ida y de vuelta)

Hospital y centros de salud funcionando

Cultura Aymara y Uru en el municipio de Machaca. Todas las comunidades son de cultura aymara y lo practican. La vestimenta de los Mallkus es original; única y tradicional: llevan un poncho pequeño (q`awilla), poncho grande de color wayruru, q`ipi dentro su riachino, lluch`u, sombrero negro, chalina (remanazo) de color vicuña, bastón de mando (wara) de 50 a 70 cm de largo, chakana, dos ch`uspas que contiene alcohol y

coca, calsita para que sea año bueno. Los Mallkus originarios, Jiliris y Jach`a Mallku, llevan una cinta tricolor o wiphala. Las Mallku Taykas; llevan una pollera oscura, aguayo negro, q`ipi dentro su riachino, montera negra, Tari que contiene coca y azúcar que lo llevan en el mano agarrado, alcohol para ch`alla y solo la esposa de Jach`a Mallku Tayka porta una chakana. Actualmente el ayllu Iru Wit`u Urus practica esta cultura, desde luego sin dejar su cultura atrás, ya que aún conservan algunas costumbres de la cultura Uru, habiendo perdido su la lengua Uchumataqu.

2.3.1 Organización sociocomunitaria de Jesús de Machaca

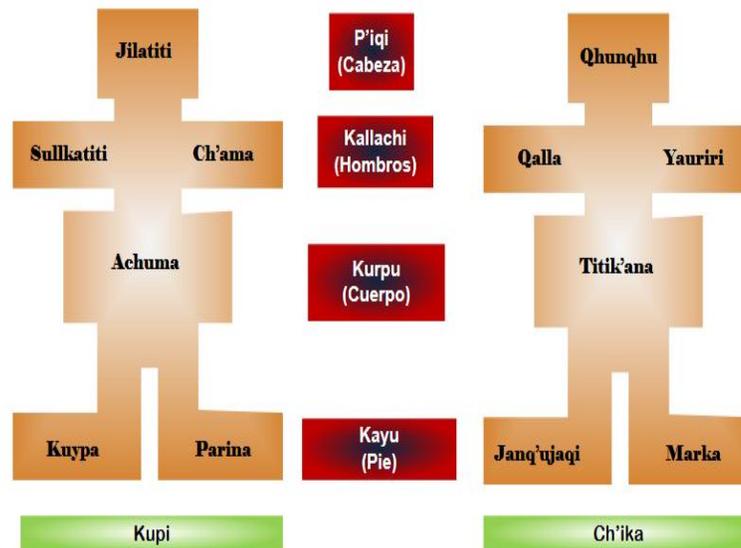
Forma antropomorfo: ahora dos marcas MACOJMA y MACOAS (marcas de ayllus comunidades originarias de Arax Suxta)

Red de comunicación transporte y teléfonos. ENTEL TIGO

Red de salud Hospital Corpa, y subcentros.

Medicina tradicional coexiste con la biomedicina

Figura 9 Organización Socio comunitaria Tradicional Machaca



Fuente: elaboración con base al libro Cuna de Tupac Katari modernos de Vijberto Ajpi Ajpi

La organización sociocomunitaria de Jesús de Machaca se sustenta en la participación de los Jach`a Mallkus y Jach`a Mallkus Taykas con su pusi p`iqis, más los Jiliri Mallkus de cada Ayllu; organizados bajo una estructura Institucional de dos Markas, por una

parte el sector de abajo de Markas de Ayllus y comunidades originarias de Jesús de Machaca (MACOJMA) y la otra que corresponde a la parcial de arriba de Markas de Ayllus y Comunidades Originarios de Arax Suxta (MACOAS); como también del Comité de Vigilancia, el sector de educación y de salud. Sin embargo, esta organización ya ha sufrido una nueva modificación constituida en tres marcas: Parcialidad MACOAS en población de Santo Domingo, La parcialidad de MACOJMA en Jesús de Machaca y finalmente Qurpa en su propia población.

2.3.2 Iglesia Jesús de Machaca – La Paz

Templo de Jesús de Machaca se cataloga como una obra maestra del arte mestizo colonial, su diseño el último corresponde a la arquitectura renacentista en la región andina, se sostiene con paredes antiguas y originarias. Ha sido levantada desde sus cimientos por los caciques Guarachi con la participación del albañil y cantero, Juan Quispe Guamán, nacido en el Cuzco y el maestro Alonso Calli, natural del pueblo de Machaca. La obra fue concluida en 1706. Se caracteriza por tener una sola nave en cruz latina y cúpula sobre el crucero; cuenta con bóvedas de crucería sobre el presbiterio y el coro. La torre data del año 1754 y el atrio de 1778. Aparece también la participación del cura Juan Antonio de las Infantas y Mogrovejo, cumpliendo con ello el deseo de Gabriel Guarachi, su antecesor en el cacicazgo. Ambos figuran como donantes en los grandes cuadros del presbiterio, los cuales representan el Triunfo de la Inmaculada y el Triunfo de la Eucaristía; ambos cuadros están firmados por Juan Ramos, quien los pintó en 1706- En el mismo año se reconstruyó la Capilla Miserere; sus portadas son de estilo clásico y gran parte de este conjunto ha sido concebido de manera libre, establece los documentos al respecto

El templo colonial de Machaq Marka fue declarado monumento nacional bajo el Decreto Supremo N.º 8171 de 7 de diciembre de 1967.

En el interior de este monumento nacional del Estado Plurinacional de Bolivia se aprecian cuadros pintados, a principios del siglo XVIII por Juan Ramos, seguidor de la escuela de Leonardo Flores; también cuenta con una serie de cuadros de estilo manierista de autor anónimo. Disponible en <https://boliviaesturismo.com>, noviembre Esta iglesia colonial de Jesús de Machaca, fue declarada como monumento nacional en 1967.

Imagen 1 Imágenes en el interior del templo de Jesús de Machaca



Fuente Catastro Arqueológico Machaca

2.3.3 La festividad del Niño Jesús

La Fiesta del Niño Jesús Salvador; fiesta patronal considerada de gran importancia, se celebra del 4 al 7 de agosto de cada año. En esta celebración participan los “comunarios más prominente a la comunidad Jesús de Machaca como es el caso de Achirjiri”. Esta celebración cuenta con entradas de fraternidades de bailarines, misas y procesión con prestes y pasantes, corrida de toros, grandes ostentaciones de comida y bebida, feria de alasita en la colina de Qhillaya y despedida en las afueras del pueblo. Además, que por la fecha cívica del 6 de agosto realizan desfiles, donde participan las autoridades de todas las comunidades dentro de los cinco distritos. (PLAN DE DESARROLLO AUTONOMO ORIGINARIO DE JESUS DE MACHACA)

Al presente se festeja sin mayores adjetivaciones peyorativas. La parte turística es la balseada. Un interesante espectáculo de atravesar la lagunita artificial por todas las personas importantes y luego los organizadores o pasantes, la banda de músicos, los componentes de las comparsas, el personal de servicio y público acompañante.

Otros actores son los fabricantes de las balsas que al mismo tiempo son los operadores de la balseada. Ellos son como los principales actores náuticos: Los urus de Iru Wit'u.

Los urus construyen las balsas en el día, desde la madrugada hasta el mediodía. Por la tarde listos, remando hábilmente como son los hombres acuáticos u hombres del agua. La tradición oral cuenta que el actual lugar de la lagunilla (ahora seca) aparecía un niño por las tardes del día, el niño jugaba solitario, solo por las tardes del día. Era un niño desconocido, no había otros niños con que acompañara. Así pasaban los días semanas, La tradición no especifica cuánto tiempo. Lo que sí es relevante, un buen día, se hizo el milagro. Era el Niño Jesús. Allí se edificó el templo, hoy monumento nacional y la festividad del NIÑO JESÜS SALVADOR.

Imagen 2 Templos en proceso de deterioro en los ayllus de Jesús de Machaca



Figura 4.14. Sitio PCJAM-0103, edificio 1.



Figura 4.17. Iglesia del Sitio PCAJM-0111.

Fuente: documento de catastro arqueológico de Machaca

2.3.4 Wankani (Centro arqueológico)

El patrimonio arqueológico de Wankabi, significa sitio de piedras muy grandes o de proporciones, se encuentra en el ayllu Qhunqhu Liqiliqi. Este ayllu es cabeza de la parcilaidad de Manqha Suxta en el contexto de la orgaización sociocomunitario de la tradicional marca de Jesús de Machaq Marka. Por supuesto no se puede ignorar, la otra cabeza de la parcilaidad de Arax Suxta es el ayllu Jila titi.

Imagen 3 Pusi qala



tata qala



Fuente; Documento de Catastro.

Imagen 4 Tata Qala



Qhunqhu Wankani, sitio arqueológico preincaico, sitio político ritual de la cultura Tiwanaku. Se encuentra en las cercanías del cerro Kimsachata a 30 kilómetros al sur del Centro Arqueológico de Tiwanaku, La fuente señala, sus inicios datan del periodo formativo tardío, muy probablemente su construcción haya ocurrido entre los años 100 a. C. y 500 d.C. La manía de siempre. El minero llamado Valentín López fue quién se topó con este Centro, después será Maks Portugal. Entre los años 2001 y 2007 el arqueólogo estadounidense John Janusek que excavó en el marco del Proyecto Jach'a Machaca, es cuando se investigó este sitio.

[https://es.wikipedia.org>.wiki>qhunqhu,wankani](https://es.wikipedia.org/wiki/qhunqhu,wankani) (nov.22).

El sitio arqueológico se observa dos eminencias artificiales, el más grande de ellos es denominado «qhunqhu» y el más pequeño es denominado «Putuni», ubicado al norte del anterior. En cada uno de ellos existe un templo hundido semisubterráneo, a la manera de Tiwanaku que a su vez también está encuadrado con piedras largas emplazadas verticalmente similar a Qalasitasaya.

Las construcciones de qhunqhu Wankani fueron hechas en arenisca roja y se cree que fue habitado por un número de 1000 personas durante su mayor apogeo. Además, es considerado la segunda ciudad en importancia de los tiwanakutas, después de Tiwanaku.

En su punto máximo, el sitio cubría un área de alrededor de siete hectáreas con al menos tres templos hundidos, varias plataformas grandes, una plaza central y algunas casas circulares.

En este sitio arqueológico fueron hallados tres monolitos en arenisca roja, cuya iconografía representa serpientes, cóndores, rayos, y animales mitológicos. Uno de los monolitos fue denominado «tata qala» 'tata kala 'padre piedra' jinchun qala» *jinchun qala* "piedra con orejas" y 'wila qala' 'piedra roja'.

La celebración del Mara T'aqa significa el primer contacto con la Pachamama y los Achachilas en el centro geográfico imaginario de Jesús de Machaca. Desde el año 1990 los comunarios celebran el Mara T'aqa o Año Nuevo Aymara, cada 21 de junio en las ruinas de Wankani del ayllu Qhunqhu Liqi precisamente en la wak'a Tata Qala, participa todo el municipio tanto, autoridades, comunarios y residentes de la ciudad de La Paz. Realizan la Waxt'a a la Pachamama, a los Achachilas y al Tata Willka, que ejecuta antes del amanecer y ante la Wak'a sagrada Tata Qala. Además, se debe considerar que en el año nuevo (año nuevo aymara), realizan la gran celebración de la presentación de nuevas autoridades y su reconocimiento a los entrantes (machaq Mallku) y a los salientes (pasäru).

2.3.5 La qina qina y qinaya qinaya

La fiesta de Rosario (un día de convivencia)

La qina emula a las nubes qinqyq qinqyq

La entrada principal el Cabildo en pleno de las autoridades originarias

Cerca de dos centenares de mallku awki y mallku tayka chacha-warmi en la entrada

Imágenes 5 Jach'a Mallku de Jesús de Machaca, en la fiesta de Rosario, 2022



Malkus en la iza de la bandera



Fotos: Camila A.Mujica y Oscar R. Flores

La entrada principal el Cabildo en pleno de las autoridades originarias Cerca de dos centenares de mallku awki y mallku tayka chacha-warmi

La Fiesta de la siembra en los ayllus: la fiesta del Rosario se realiza cada primer domingo de octubre, la principal fiesta agrícola en el pueblo central de Jesús de Machaca, esta fiesta tiene sus orígenes en la época de los Incas. La fiesta, a partir de la cosmovisión aymara, tiene un profundo significado ritual, en su fondo, es una celebración del inicio de la siembra de la papa en los ayllus, contaba con prestes de los ayllus y se prepara una misa en honor a la Virgen del Rosario. En esta fiesta participan todos los ayllus del Municipio Jesús de Machaca. La vestimenta de todos los participantes en especial de los Mallkus y Mallku Taykas llevan trajes: los hombres con su poncho, su q'ipi (bulto), sus "rosarios", su pequeña vara de mando y su chicote de mando; las mujeres con su manta de awayu, su q'ipi y la montera.

Qina qina. s pluriverbal, aym. Sustantivo+sustantivo, instrumento musical. Danza de *qina qina*, música y danza al son de la *qina*, *qina* música o sonido que emula las *qinaya* 'las nubes que aparecen en el firmamento, inicio de la siembra de la papa. Los satiri y las iluri en acción conjunta de *chacha - warmi*. Lectura de pacha a través de las figurillas que aparecen al partir la papa o la semilla: siembra temprana, siembra media o siembra tardía, Heladas y tormentas. El mallku awki lleva dos cables (chicute). Uno cargado todo el tiempo del ejercicio del cargo. El otro para *sara sara saraaa*, la direccionalidad del *sara*, 'camino y caminar'. La mallku tayka lleva la semilla, de todos modos, ocurre la siembra. Dónde leer la pacha, esa vez nos dirigimos a las figurillas o saltas que se observan en los awayu, son tantos las figurillas que representan la vida misma, algunas representan el espacio o aka pacha este espacio, otros el espacio de arriba el laqampu o el cielo, No es el cielo donde la religión católica nos dice que está el Dios. No, no es eso, sino el espacio paralelo a la aka pacha, allí se puede observar las cosas u objetos que existen en aka pacha, es visible la llama, la rueca, el río y muchos más. Aparece otro espacio lleno de figurillas son las blusas que ostentan las mallku tayka, significa la abundancia de la cosecha, la infaltable de los alimentos. Estos acontecimientos a todas

luces, prácticas culturales asociadas todas al ciclo agrícola, ganadera y artesanías ineludiblemente referidas a la situación existencia, la vida y la muerte.

2.3.6 Los monumentos funerarios y pukaras

Otros atractivos son los **monumentos funerarios y pukaras** sobre muros de sobre cimientos de casa. Son también otro rubro, otros atractivos que datan de años muy remotos En ellas se encontraron vasijas de cerámica como ser: ollitas de barro, cantaros, etc., enterrados en el suelo. Estos patrimonios turísticos se encuentran al lado del pueblo Pallamarca, en el ayllu Sullkatiti Titiri. En el ayllu de Corpa, según cuentan los comunarios encontraron en esos chullpares, variedad de cerámicas y alfarería: como ollitas de barro, cantaros, ropas antiguas, joyas. ¿Qué custodia tienen esa riqueza a flor de tierra? Ninguna.

Imágenes 6 Torres Funerarias



Figura 3.9. Chullpa en Chama Rosario.



Figura 3.7. Salvador Arano registrando una chullpa disturbada en Corpa.

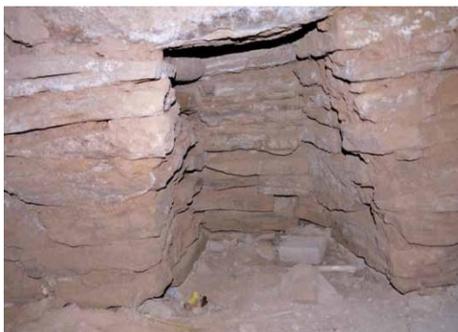


Figura 4.2. Detalle del ingreso a estructura subterránea. Sitio PCJAM-003.



Figura 4.3. Estructura subterránea del Sitio PCJAM-003.



Figura 4.4. Sitio PCAJM-0021. Cimientos de Edificios circulares del Sector 1.



Figura 4.6. Sitio PCJAM-0083, edificio 4, lado este.



Figura 4.7. Sitio PCJAM-0083, edificio 4, lado oeste.



Figura 4.8. Sitio PCJAM-0083, edificio 4, lado sur.



Figura 4.9. Sitio PCJAM-0084, edificio 1.



Figura 4.13. Sitio PCJAM-0090, edificio 2.



Figura 4.18. Sitio PCJAM-0120, molino.



Figura 4.20. Sitio PCJAM-0160, edificio 1.



Figura 4.21. Sitio PCJAM-0169, edificio 1.



Figura 4.23. Sitio PCJAM-0174, edificio 1 lado norte.



Figura 4.24. Sitio PCJAM-0174, edificio 1 lado este.

Fuente: Almnizam

2.3.7 La cerámica y la alfarería

La cerámica y la alfarería ocupan un lugar turístico privilegiado, particularmente las que realizan en Qhunqhu Liqiliqi, Es un turismo asociado a la arqueología de Wankani. Entre otros se destacan los de Titiri, Qurrpa, Sullkatiti Lawaqullu, A continuación, la cerámica de tiempos remotos.

Imágenes 7 Cerámica Pre Colonial

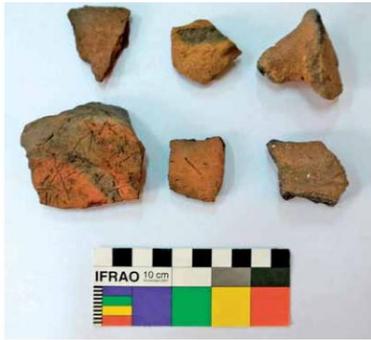


Figura 4.25. Cerámica del Formativo Temprano.



Figura 4.26. Cerámica del Formativo Medio.



Figura 4.27. Cerámica del Formativo Tardío 1.



Figura 4.28. Cerámica del Formativo Tardío 2.



Figura 4.29. Cerámica Tiwanaku IV-V.



Figura 4.30. Cerámica Pacajes Temprano.



Figura 4.31. Cerámica Pacajes Inka.



Figura 4.32. Cerámica Inka imperial.



Figura 4.33. Cerámica Pacajes Colonial.



Figura 4.34. Cerámica del Período Colonial.

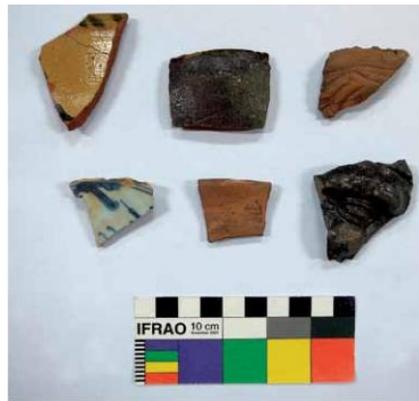


Figura 4.35. Cerámica del Período Republicano.



Fuente: Catastro arqueológico del municipio de Jesús de machaca, Editora: Jimena Portugal Loayza

LA RELACIÓN TOPONOMÁSTICA LINGUOCULTURAL COMO IMAGEN DE MARCA HACIA EL DESARROLLO TURÍSTICO-COMUNITARIO ANDINO-INTERANDINO DE LA PAZ, 2022

2.3.8 Otros atractivos turísticos (Relevamiento del Sector Turismo)

Una brevísima presentación del emporio turístico de los numerosos sitios de destino que el Municipio de Jesús de Machaca ostenta. Los cuales, al presente, no están debidamente catalogados menos registrados como atractivos turísticos, por lo mismo descuidados y desconocidos por propios y extraños. Sobre este repertorio el PLAN DE DESARROLLO AUTONOMO ORIGINARIO DE JESUS DE MACHACA menciona 118 principales atractivos turísticos naturales. Estos sitios se encuentran ubicados a lo largo y ancho del territorio machaqueó, en la serranía, en los pies de monte y en la planicie.

2.3.9 Atractivos turísticos naturales

La biodiversidad presenta un paisaje agradable con diversas especies en flora: especies como plantas silvestres y medicinales, árboles endémicos, que existen todo el municipio cabe destacar las zonas de la cordillera. La fauna otro atractivo turístico con especies: vicuña, alpaca, llama, zorros, vizcachas, liebres y aves silvestres; perdiz, codorniz, águilas, patos, entre otras especies.

El Cerro **Kimsachata** Mirador Turístico de suma importancia por su imponente visualización a los cuatro horizontes, desde esas alturas se observa el paisaje diversificado, es uno de los cerros más representativo que tiene el municipio. Se encuentra el Ayllu Sullkatiti Lawaqullu. Para el gusto turístico hay dos cerros, igualmente considerados como miradores naturales el “Takawa y Mina Maria”. Está también el cerro Quta Apachita, donde se encuentra las tres cruces. El Cerro Chuqixawa otro mirador de donde se observa el paisajismo y se encuentra en Qhunqhu Liqiliqi, El cerro es considerado como una deidad poderosa, en su honor se realiza ritos y ceremonias de diverso tipo. El cerro con poder de agua Otro cerro considerado como mirador turístico es el Cerro Khallija, se encuentra a una altitud de 3.640 m.s.n.m del ayllu Titicani Tucari. Además del Cerro Jach`a Sallalla, otro mirador de donde observa el paisaje del municipio, la Ciudad de El Alto, Provincia Ingavi, Los Andes y Pacajes, se encuentra ubicado en el Ayllu Achuma Santa Ana. También el cerro Pichucaya en Chama y Jach`a Chijcha qullu en Chijcha, son considerados como miradores turísticos, ya que tiene una vista muy amplia a diferentes lugares de sus alrededores.

Turismo Hidrico, Ríos; El río Desaguadero es el principal atractivo turístico paisajístico y náutico se ubica fundamentalmente en el territorio de la nación Uru Iri Witù y sector de Aguallamaya, apto para todo tipo de turismo de ocio y descanso. Por supuesto una gastronomía en base pescado y carne de llama.

Dentro su entorno también existe otros ríos como: **Jach'a jawira**, que pasan por los Ayllus Qhunqhu Likiliki, qhunqhu Milluni, Cuipa Cahuaya, etc.

Salar Sankayani; Potencial turístico, cuyo producto es inapreciable por contextura, finura y cristalina, El salar ofrece también tratamiento de las enfermedades sobre todo las relacionadas con las dolencias de los huesos y las articulaciones. Está ubicado en la comunidad de Achuma Uyuta. Junto a este salar existen otros de menor proporción como los del Ayllu Cuypa Cawaya.

El Valle de cactus. La loma de Taypüma, un atractivo turístico potencialmente sin igual está ubicado en la comunidad Achüma Santa Ana.

Phaxchiri; es una pequeña cascada, ciertamente pequeña con unos tres metros de altura. En la época de lluvia presenta características singulares solo se puede observar claramente en la época de lluvia. Además, tiene una cantera de estuquería en la comunidad Cuypa Kawayu, también es considerado como un atractivo turístico potencial. (Catastro Arqueológico Jesús de Machaca).

Puente colgante de Aguallamaya; constituye parte del "Circuito Turístico Comunitario", el puente tiene aproximadamente unos 120 mts. de largo y 60 metros de alto, sostenido por cuerdas de metal y madera. Este puente se construyó en el año 1991, a consecuencia de las inundaciones que sufrió el Ayllu de Aguallamaya en el año 1986, donde se perdió vidas humanas y toda la cosecha. Construido en el Rio Desaguadero, que llega a ser otro potencial atractivo, para el municipio. PLAN DE DESARROLLO AUTÓNOMO ORIGINARIO 172 AYLLUS EN EL MUNICIPIO AUTÓNOMO DE JESÚS DE MACHACA

Además el Municipio de Jesús de Machaca, cuenta con otros atractivos, calvarios, museos arqueológicos, la casa de los caudillos de la sublevación de Jesús de Machaca. En fin son muchos los atractivos turísticos de carácter arqueológico. Una piedra con huella en Sullkatiti Titiri Piedra con huella en Qhunqhu Milluni Sullkatiti Lawaqullu Sullkatiti Titiri Qhunqhu Milluni

El Ombligo del mundo (q`añu pirwa) Mole de Piedra es una roca de 30 x 40 m de altura, según cuentan los comunarios en la parte superior y centro de la piedra, presenta un hueco de una profundidad considerable. Alrededor del hueco crece frutas silvetres. Se encuentra en Sullkatiti Titiri. Otro atractivo a destacar son los doce integrantes del cabildo con sus respectivos doce asientos. Un sitio espectacular, ¿Qué relación tiene con el cabildo de la tradicional marka de Jesús de Machaca? Se encuentra en Titiri Sullkatiti. El urqurani y la wawan qala. Preguntas y más preguntas, lo relativo con el género humano y la descendencia. La ciudad de piedra ubicada en el cerro de Qurpa. Qala sumiruni o quizá sea sumurun qala. mesa qala, Janq`u qala, tama qala y jach`a qala, realmente novedades de atracción turística ubicada en Payrumani, Moles de piedra blanca, El casco militar en piedra ubicados en Sullkatiti Lawaqullu Sullkatiti Lawaqullu. También el santuario configurado en catorce estaciones que se encuentra en Sullkatiti Lawaqullu Sullkatiti Lawaqullu Ch`amaq uyu y thakhi. Camino de piedra en Sullkatiti lawaqullu Sullkatiti Lawaqullu Piedras a matrimonio Piedras medians en Sullkatiti Lawaqullu Sullkatiti Lawaqullu. (Fuente: Diagnóstico 2010). Tantas denominaciones que llaman la atención de propios y extraños. La organización de un museo es una necesidad urgente

La Huella humana en piedra; Conocida como la "pisada del Inca", es una huella de pie izquierdo de 29,5 cm grabada en una roca de edad terciaria, habría correspondido a un ser humano de 1,70 metros de altura y un peso de 70 kilos. La huella para la comunidad es objeto de culto porque los pobladores de la zona consideran que es una huella de sus antepasados. Además, que posee otro pie pequeño en una piedra plana. Otra huella humana en piedra se encontró en el ayllu de sullaktiti Tititri, al igual que la huella de Sullkatiti lawaqullu. Se presume que es el par de esta huella. Recientemente, los comunarios de Qhunqhu Milluni descubrieron otra huella humana en una piedra plana.

Qala Cruz; Significa piedra en forma de cruz y se presume que son tres cruces de piedras, se encuentra en el cerro Quta Apachita en el ayllu Sullkatiti Lawaqullu, donde se denomina la cumbre de las tres cruces y realizan veneración en la fiesta del 3 de mayo todos los transportistas.

- Wayna y hombre cabildo; otro atractivo del municipio con el significado, el Wayna cabildo, son seis personas de piedras sentadas en el lado izquierdo y el Chacha cabildo (seis personas de piedra sentadas) al lado derecho, ambos sentados alrededor de una mesa, esto se encuentra en el ayllu Sullkatiti Lawaqullu. ¿Cómo se explica? ¿qué relación habrá con la actual práctica de Cabildo machaqueño?

Ciudad de piedra; **urqurani**, **wawan qala** se ubica en la parte alta de la Qurpa; se trata de una ciudadela conformada por unos moles de roca, con en formas rara en forma de casitas, calles, lo importante e interesante que aún no está estudiada, por lo mismo es un misterio en su significado natural y cultura, que sin duda está relacionada con la vida y el pensamiento andino aymara

3. Q'UMA JANCHI

Ubicación

Municipio de Qumanchi Prov. Pacajes, La Paz.

Acceso: Servicio de Minibuses a Corocoro del Cruce de la carretera Viacha-Villa Adela, a toda hora (tanto de ida como de retorno).

3.1 La puya T'ikha tanka

Imágenes 8 T'ikha tanka





Fotos de Camila Alejandra Mujica, octubre 2022



Fuente: <https://www.alamy.es> › imagenes › puya-raimondii

Esta planta florece cada 100 años, se considera como el símbolo de longevidad. Está presente la visión de la vida y la muerte. Es la flora más grande del mundo. A continuación un modelo de definición lexicográfica del atractivo turístico.

3.2 Puya T'ikha tanka la atracción de Q'uma Janchi

puya t'ikha tanka. f. Bolivia y Chile. Ay. T'ikha 'flor' y tanka 'sombrero' Flor en forma de sombrero'. 'Planta de la familia de las bromeliáceas, hojas tendidas, verdes y blanca en su cara inferior, flores amarillas y en alguna especie azules, con largos pétalos que se arrullan en espiral al secarse. Florece cada 100 años, "esta especie es majestuosa y brinda un paisaje singular, es una planta endémica, por lo que es considerada como un "dinosaurio de la botánica". Tanka se llama así por su forma y por la posesión que ocupa. La T'ikha Tanka crece por encima de los 3.800 metros sobre el nivel del mar, en Bolivia se la puede encontrar apenas en dos zonas: Vacas, en Cochabamba, y

Comanche, en La Paz. La T'ikha Tanka puede vivir hasta cien años. Florece una sola vez y su tamaño puede alcanzar más de diez metros de altura". Irremediablemente florece y muere. Es una atracción turística sin igual.

Esta planta crece en las faldas del cerro Q'uma Janchi, situado en el municipio del mismo nombre de la provincia Pacajes de La Paz. Q'uma Janchi es declarado Parque Nacional, mediante un decreto, expresó el poblador Ramiro Conde. Años después, La comunaria Carmela Huallpa señaló que en 1987, salió otro decreto que declaró a esta zona, como Santuario de Vida Silvestre, por sus características y extensión. Ambas normas fueron firmadas por el entonces presidente Víctor Paz Estenssoro. (EL DIARIO, **20/03/2016 - 17:15:14**).

La T'ikha Tanka es de gran tamaño y es extraña, parecida a un cactus, no solo es la más grande especie del género Puya sino de las mismas Bromeliáceas. Puede alcanzar tres a cuatro m. de altura en crecimiento vegetativo, pudiendo alcanzar hasta 12 m. de altura, produce racimos hasta de ocho mil flores y seis millones de semillas por planta. Se la puede ver florecer en los meses de octubre a diciembre. Está considerada una especie en riesgo, es prima hermana de la piña.

El florecimiento de la T'ikha Tanka. Cuando florece la T'ikha Tanka es motivo de alegría para la población de la región, por ello se realizan algunas ceremonias, porque es señal de prosperidad y de abundancia en la cosecha de los sembradíos. Esta planta o especie es única en Bolivia, por ello se considera como una planta histórica. Por gran tamaño se considera una planta amiga del sol, porque recibe los primeros rayos solares en su habitat, donde se levanta la como un gigante proyectando una gran sombra (ibid.).

3.3 Arte en piedra granito Q'uma Janchi

Los artistas en piedra granito trabajan toda clase objetos desde los domésticos hasta los más variados que pueden imaginar personajes y objetos de valor para después realizar tallado muy variados'. En los cuadros se observa el tratamiento de la piedra granito, como se observan en las imágenes tanas variados.

Imágenes 9 Preparando material de piedra granito y tallado



Imágenes 10 Héroes de pueblos originarios



Imágenes 11 El sapo de la suerte junto a un héroe indígena



Imágenes 12 Vista de la casa de ex hacienda Q'uma Janchi



Imágenes 13 Vista de la casa de ex hacienda y una vista interior



Imágenes 14 Tanque de agua del FFCC Arica-La Paz



Fuente: Almnizam

Piedra granito listo para emprender el tallado artístico como veremos en lo que sigue:

Imágenes 15 Material granito listo para emprender trabajos artísticos



Tupak Katari y Wartulina Sisa

Tupak Katari. n. *Antrop.* ‘Julián Apaza’ caudillo aymara del siglo XVIII. Nacido en la provincia de Aroma. En el año 1781 movilizó un grandioso movimiento liberatorio contra el colonialismo español, cerco La Paz, fue traicionado y finalmente descuartizado. Los canteros tallan el busto de Katari desde su miradapersonal como símbolo de la sublevación del hombre aymara, para fortalecer la lucha de los pueblos contra el coloniaje e imperialismo, en defensa de la liberación cultural, ideológico, tecnológico y recursos naturales de Bolivia. Katari lideró un levantamiento indígena de 40.000 hombres contra la corona española.

El 14 de noviembre, día en que fue descuartizado, sujetando con cuerdas de cada una de sus extremidades, atadas a cuatro caballos que tiraron de ellas en sentido contrario hasta ocasionarle la muerte en la localidad de Peñas. Tupac Katari planteaba no liquidar a los blancos europeos, lo que planteaba era que, “si ellos no quieren vivir como nosotros, era mejor que se vayan”. En la actualidad Tupak Katari vive en todo los bolivianos y su rostro iconográfico en piedra se puede apreciar en localidad de Peñas (Wilson Quispe, 2021).

Imagen 16 Tupak Katari



Fuente Wilson Quispe, 2021

Wartulina Sisa. s. *Antrop.* *'Bartolina Sisa Vargas'*. Heroica mujer líder campesina, Imagen 17 Bartolina Sisa



guerrera de los aymaras y quechuas, que nació el 25 de agosto de 1750 en la provincia Loayza del Departamento de La Paz, fue atada a la cola de un caballo por luchar contra el imperio español. Los canteros tallan el busto de la Bartolina Sisa, desde su mirada personal como símbolo de la

Fuente: Wilsón Qujspe, 2021

independencia, la liberación y la descolonización de la mujer indígena para fortalecer la lucha de los pueblos contra el imperialismo coloniaje. La iconografía de la Bartolina promueve el valor de la mujer boliviana, Sisa era una mujer líder y guerrera que dominaba el q'urawa (onda) y el fusil, sabía montar caballo, era joven de piel morena, atractiva, esbelta y de ojos negros, muy inteligente, quien junto a su esposo Túpac Katari lideró la rebelión indígena contra la explotación y abuso de la conquista española en 1780. Posteriormente fue apresado el 10 de noviembre de 1781 y de casi un año de encierro, el 5 de septiembre de 1782, es sentenciado de muerte atada a la cola de un caballo y arrastrada hasta morir cruelmente en Alto Perú. En la actualidad el legado de Bartolina Sisa es la inspiración de luchar y morir por nuestras convicciones, nuestra libertad en el bien común en Bolivia

Imagen 18 Ch'utas Carnavaleros



Fuente Wilson Quispe, 2021

Ch'uta. s. *Antrop.* *'Pongo'*. Danza que se baila en tiempos de la lluvia en regiones del altiplano paceño, se caracteriza de un baile popular picaresco, que tiene mayor performance en carnaval y vinculado a la fertilidad agrícola y la celebración del florecimiento de la hoja de papa. La cuna de esta danza se encuentra en la provincia Pacajes siendo Caquiaviri y Corocoro, los dos pueblos que se disputan por haber creado

los ch'utas. La *ch'uta* surge en la relación con el antiguo traje de los pongos de la época republicana. Según Antonio Paredes C. Pongo o ch'uta era indígena que cumplía una obligación gratuita para el dueño de la hacienda patronal. Los canteros artesanos tallan el monumento de la ch'uta como símbolo de la fertilidad, abundancia agrícola con fines culturales y creencias. Esta danza predice dos percepciones. En la cultura occidental significa la alegría, un ambiente de hermandad y regocijo. En cambio, en la percepción andina representa la fertilidad y abundancia agrícola y la celebración del florecimiento de la hoja de la papa que garantiza prosperas cosechas. En municipio de Comanche esta danza es de poder en un ámbito ritual y festivo, en honor a la virgen de candelaria la patrona del pueblo, a la que se rinde devoción con el baile de los ch'utas y cholitas cada dos de febrero. La celebración pertenece al tiempo de la *jallupacha*, donde los cultivos han florecido por eso los comancheños dan las gracias por la abundancia de la producción agrícola que les brinda la *pachamama*, además van pidiendo a las deidades que llueva, (Wilson Quispe, 2021).

Iqiqu. s. aym *Antrop.* 'Diedad' Idolillo de bonanza, de forma de un hombre pequeño jorobado, de apariencia de un "hombre mestizo" con expresiones indígenas. Lleva como cargamento víveres embolsadas en pequeñas bolsas, con apariencia real, herramientas en miniatura y toda clase enseres necesarias para el doméstico, dinero, documentos diversos. El tallado del iqiqu simboliza la abundancia y previsión infaltable en el

Imagen 19 Dios de la abundancia



Fuente Wilson Quispe, 2021

hogar, también simboliza el suma qamaña 'buen vivir'. occidental significa la abundancia y alegría; particularmente se le rinde culto el 24 de enero de cada año, y su celebración es denominada Alasitas, (voz aymara que significa comprame). La venta de las miniaturas que se le ofrecen a esta deidad en la hora pico, sobre los puestos circula y se aglutinan una gran cantidad de gente que busca comprar la materialización de sus deseos. La tradición manda: se debe pedir al Ekeko y comprar la miniatura de aquello

que se desea tener. Una vez adquiridas, el yatiri chall`a (liba-bendice) las miniaturas con esencias andinas, alcohol y pétalos de flores para que adquieran la potencia necesaria para convertir el deseo en realidad. Así también, en algunos hogares los días martes y viernes se le tributan ofrendas de alcohol, coca y cigarros, que debería ser consumido en su totalidad pues se cree que concede la prosperidad, la fortuna y los deseos de sus seguidores. Esa acción es fundamental para que la miniatura alcance la eficacia simbólica centrada en la creencia hacia el poder benefactor del Iquique. En cambio, en percepción andina se asocia al rayo, fenómeno natural que produce la lluvia, cuyo significado es la fertilidad, abundancia y dicho bienestar de las cosechas.

Imagen 20 Buho de la suerte y la mala suerte

Juku. s. Zool. 'Búho'. Ave rapaz nocturna, estrígida, de hasta 70 cm de altura, con la cabeza grande y ancha, dos mechones sobre los oídos, ojos redondos y grandes, pico ganchudo, cuerpo rechoncho; su plumaje suele ser marrón; se alimenta de pequeños animales y vive en cerro Comanche. Los canteros artesanos de Comanche tallan esta ave como símbolo de la suerte y mensajero nocturno con



Fuente Wilson Quispe, 2021

fines, utilitarias, creencias y decorativos. El búho predice dos percepciones. En la cultura occidental transmite la simbología de: mentalidad, sabiduría, paciencia y buena suerte en la economía. En cambio, en la percepción andina esta ave es considerada como maligno y malagüero. "*alma q'ipi*" porque se lleva el alma y espíritu de las personas. Esta ave cuando llega cerca a la casa en la noche trinando o haciendose de borracho, y se va con cierta dirección, nos predice de que alguien de la familia o vecino se va a enfermar o morir". El encuentro con el ave, presagia la mala suerte y muerte de la persona, para contrarrestar el mensaje maligno del ave se le echa sal para que no suceda lo que predijo el ave. Los trabajadores canteros señalan avistar un búho en la actividad de la cantería es de mal presagio, augura accidente o muerte de algún trabajador, para anular el mensaje maligno los trabajadores tienen la costumbre de

ofrendar a la Pachamama y la “Achachila” para que no pase nada malo. |Sinón. [Ch’usiq]. ||2. Col. Persona huraña, insociable y solitaria

Murtiru. s. **Murtiru.** s. *Ecol.* ‘Mortero’. Utensilio de cocina o laboratorio para moler o machacar especias, semillas, sustancias químicas que consiste en un recipiente de piedra labrados, con bordes altos, diseñados en forma de vaso ancho de cavidad semiesférica llamado “mortero” y un pequeño mazo

Imagen 21 Utensilio de cocina



Fuente: Wilson Quispe, 2021

(mano o collota) con el que se machuca. Este elemento es muy conocido por las culturas bolivianas desde la antigüedad utilizada para triturar algunos cereales, normalmente se usa para la molienda diferentes ingredientes hierbas, flores, especias, hojas, raíces y otros para aderezar los alimentos o que sirvan para un emplasto dependiendo del producto que se puede usar con agua o aceite. La molienda se realiza a través de la percusión y no de la presión. De tal modo que la mano actúa dentro de la concavidad con un movimiento vertical, machacando por percusión para desmenuzar granos, frutos, huesos. Los canteros artesanos tallan este objeto con fines utilitarios y creencias culturales. Los percutores o manos se ubicaron siempre dentro de los espacios de habitaciones. Quienes usan este utensilio con destreza y nos recuerda nuestra herencia indígena. Ej. *Quqa laphinak uka murtirut k’iytanima.* | Sin. [Iyaña]. Moler con mortero. ||2. Mezcla de diversos materiales, como cal o cemento, arena y agua, que se usa en la construcción para fijar ladrillos y cubrir paredes..

Imágenes 22 Achachil Qala



Apachi o Awicha - q’uma jnchi



Fuente: Wilsón Quispe, 2021.

Achachil qala. m ay ‘abuelo’ ‘antepasado, deidad; qala ‘piedra’, ‘roca’, ‘mole’, . Abuelo + qala = ‘abuelo piedra’. Mole de piedra granito de un tamaño de proporciones, forma cónica o forma del corazón humano invertido más o menos alargada haacia una altura considerable, ubicado en la cantera de Q’uma Janchi, en un sitio no de fácil accesibilidad al público en general. El Mole de Piedra Granito encarna la deidad ‘Protector de la vida’. Este Achachila protege la vida de la amenaza de muerte de los pobladores o entre los trabajadores. Entre la población hay un encargado de cumplir con todos los ritos necesarios o requeridos para el cuidado de la población o de los trabajadores artesanos en la piedra granito. El rito principal es la waxt’ancha. (Sinónimo de wilancha) Variación dialectal. El achachil qala que simboliza la vida familiar o sea ‘chacha – warmi’ de la pareja humana, fundamentalmente el bienestar de los trabajadores.

La tradición oral cuenta: *Achachil qalax (chacha qalawa) Mururata qullun lluqupawa, Inkaw apayanitayna sapxiwa, ukat aka qalax wali ch’ulqhi markachirinakans, wali munata, aka wayk’iñ yanakataki. Aka kipka qalax janiw utjkiti, utjis ukax janiw kikipakiti k’aphaniwa kuna juyra k’iyatas ukax laq’a sartixa,* (Recogida por Wilsón Quispe, 2021): Esta deidad sin ninguna forma definida se encuentra al pie de la montaña, donde los trabajadores canteros a diario lo invocan, lo veneran y solicitan su colaboración ofreciéndole coca y alcohol para que el achachila les brinde brinde la fortuna en la explotación de la piedra de la cantera. Las ofrendas se multiplican más en carnavales donde le atienden y convidan al *Achachila* y a *la awicha* a través del rito de *wajtancha* y *wilancha*, con el fin de agradecer para que el *Achachila* les proteja de los malos presagios e espíritus y que les brinde abundancia para buen vivir de las familias. Son las tradiciones y costumbres milenarias que cumplen los trabajadores canteros pues si en caso no se atendiera al *Achachila* puede enojarse, hay que agradecerle saben que si el *Achachila* está contento será benévolo y bondadoso con los picapedreros. | *Sin. [Wak’a.]. s. Roca sagrado.*(Wilson Quispe, 2021).

En otro orden se puede observar una determinada actitud comunitaria hacia la deidad; la vida y muerte.

En suma está presente el pensamiento aymara andino.

Awicha o apachi. f. aym. *awicha* ‘abuela’ o *apachi* ‘abuela’ generador de la vida. “La fuente de agua” ‘fuente de vida’. Está referida a la vertiente agua que fluye del cerro de Q’uma Janchi: La “*Awicha* o abuela”. (ver ¿cuál es la complementariedad de *achachila* y *awicha* o *apachi*?) y el turismo pedagógico?

4. TURISMO EN IMÁGENES DE SORATA PROV LARECAJA LA PAZ BOLIVIA

Imágenes 23 Puente colgante y Gruta de San Pedro Sorata



El puente colgante sobre el Río San Cristóbal,



5 CHOLETS, LOS PALACIOS AYMARAS

Los cholet forman parte de la arquitectura Alteña y se han convertido en parte de nuestra cultura. Estas construcciones, desde el nombre, tienen un origen interesante y digno de estudio, inclusive podemos encontrar un documental destinado a contar su historia. El término “cholet” se originó por la combinación de las palabras cholo, como se denomina a la población mestiza en Bolivia, y chalet, las cuales son edificaciones de una a tres plantas, con jardín, destinada a vivienda unifamiliar. Este híbrido se conforma de una

construcción de hasta siete pisos, paredes de colores surrealistas y pueden contener desde un salón de fiestas, canchas sintéticas de fútbol hasta un departamento. Estas construcciones son representativas de la nueva burguesía aymara, pues estas edificaciones pueden llegar a costar hasta un millón de dólares. (Rodríguez, 2017)

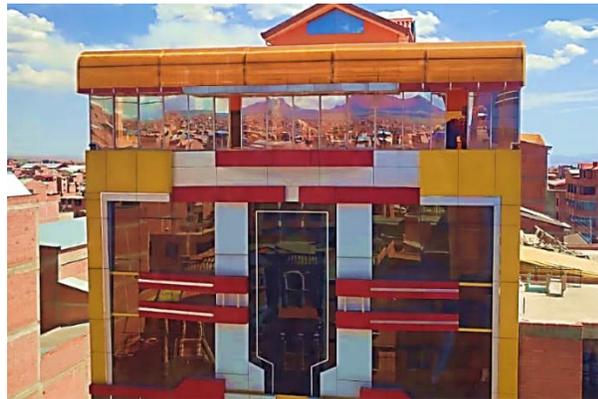
Su creador es el arquitecto e ingeniero Freddy Mamani, inmigrante aymara de 42 años, quien creó estos impactantes edificios inspirados en las gamas de colores de los aguayos, tejido utilizado por las mujeres aymaras, y que forma parte de la cosmovisión andina. (El País, 2021)

El *cholet* representa el ascenso de una clase que se empodera tomando elementos de su propia cultura. No queriéndose alejar del lugar donde crecieron, estas personas, en su mayoría comerciantes, decidieron edificar sus lujosas residencias en barrios no residenciales. (El País, 2021)

Se puede apreciar que esta nueva arquitectura tiene influencia de Tiahuanaco, cultura preincaica de Bolivia, Perú y Chile. La reivindicación indígena, la iconografía, los diseños y el simbolismo geométrico son parte de la creación e inspiración a la hora de construir. Mamani se inspiró en los valores e identidad aymara, intentando restaurarlos y recuperarlos a través de su trabajo. (Rodríguez, 2017)

Actualmente se puede encontrar una gran cantidad de cholets a lo largo de la avenida La Paz, una manera ideal de apreciar todas estas edificaciones es haciendo un paseo por el teleférico azul, donde se puede ver desde las alturas la majestuosidad de los cholets.

Imágenes 24 Cholets en la ciudad de El Alto





Fuente: Fotos de Oscar Flores Villegas

6 WAYNA POTOSÍ KHAKHA JAQI O JAQHI

Imagen 25 Wayna Potosí



Fuente Oscar Flores y Camila Mujica

En la comunidad de Milluni, localidad ubicada en El Alto, Distrito 11, se puede encontrar un sin número de atractivos turísticos naturales, desde el comienzo del recorrido hasta llegar a la comunidad de Zongo. Tiene escenarios turísticos de fácil acceso, pero también tiene otros destinados al turismo de aventura para todos aquellos que deseen descubrir los mágicos paisajes ocultos entre las montañas.

Al inicio del recorrido podemos encontrar la laguna colorada, la que adopta su color por la existencia de mineral en sus aguas, puesto que en cercanías se hallaba una mina, ahora abandonada. Esta laguna se encuentra a una altitud de 4.669 metros. La ubicación exacta de la laguna es entre Alto Milluni y Vilaque Cochapampa.

Imagen 26 Laguna Colorada



Avanzando un poco más por el camino, a un lado de la carretera se puede vislumbrar desde lejos, lo que simula ser un pueblo en miniatura. A medida que se acerca, se puede notar que estas pequeñas edificaciones son tumbas, pues se trata del cementerio de Milluni, sitio funerario declarado Patrimonio Turístico Cultural de la ciudad de El Alto, Bolivia. Este lugar se caracteriza por su importancia histórica, dado que en este lugar están sepultados los restos de los trabajadores mineros asesinados en la masacre del 24 de mayo de 1965. El 24 de mayo de 1965, durante el gobierno de René Barrientos Ortuño, el campamento de los mineros de Milluni fue atacado por el ejército con el objetivo de tomar la mina Milluni e interrumpir las transmisiones de la radio minera Huayna Potosí, los mineros se defendieron, pero fueron masacrados por la desigualdad de fuerzas.

Imagen 27 Laguna Esmeralda

Finalmente, la movilidad te permite llegar hasta el refugio Casa Blanca, desde donde se debe recorrer a pie y preferiblemente con la compañía de un guía. En el refugio podemos encontrar a las cholitas escaladoras, quienes llevan a quienes lo



Fuente Oscar Flores v Camila Muiica

deseen hasta la cima de cualquier pico del Wayna Potosi. Las cholitas escaladoras de Bolivia son un grupo de mujeres aymaras escaladoras conformado en 2015 que con su vestimenta típica escalan distintas montañas.

Imagen 28 Laguna Esmeralda



Comenzando con el recorrido de aventura nos encontramos con otra laguna igual de majestuosa que la primera, esta se encuentra a los pies del nevado Charquini, se trata de la laguna esmeralda. La Laguna recibe el nombre por el color esmeralda de sus aguas, que se tornan transparentes a los extremos. La laguna también se presenta como un atractivo durante la época de invierno, puesto que sus aguas se congelan brindando una pista de hielo natural a los pies de los nevados. Sus aguas son alimentadas por los glaciares Jallallku y Charquini de más de 5.300 metros. En sus inmediaciones podemos encontrar otro atractivo: la piedra con forma de caverna de hielo con una boca con estalactitas a modo de colmillos.

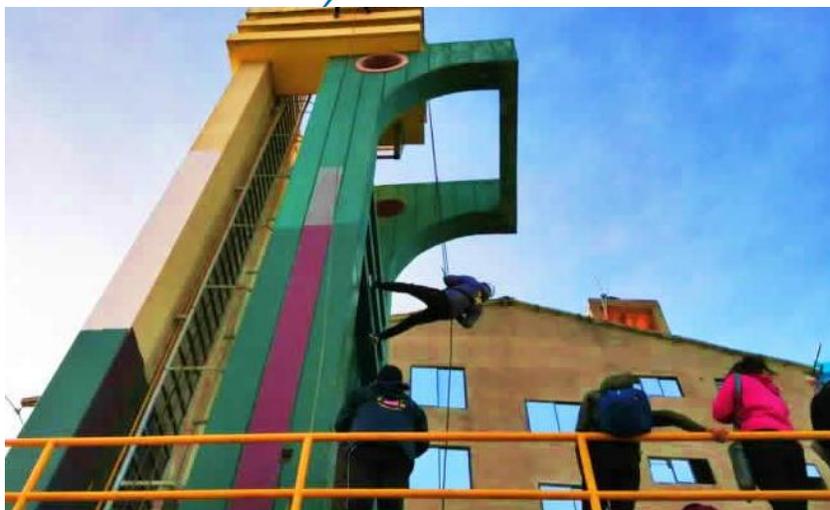
Imágenes 29 Cholitas escaladoras y Cementerio de Milluni



Fuente Oscar Flores y Camila Mujica

7 RAPPEL, DESCENSO DESDE LAS ALTURAS

El rappel es un deporte de aventura que consiste en el descenso de una superficie vertical, se puede realizar esta práctica en lugares con superficies naturales verticales o construidas, a lo que se denomina rappel urbano. Todo el descenso se realiza con la ayuda de un guía y un equipo especial que asegura que la práctica no tenga ningún riesgo para el deportista.



Fuente <https://www.eabolivia.com/el-alto-noticias/25756-estudiantes-participan-de-la-aventura-del-saraqana-rappel.html>

La ciudad de El Alto, a 4150 msnm, se ubica la zona emblemática

Rappel, descenso desde las alturas

El rappel es un deporte de aventura que consiste en el descenso de una superficie vertical, se puede realizar esta práctica en lugares con superficies naturales verticales o construidas, a lo que se denomina rappel urbano. Todo el descenso se realiza con la ayuda de un guía y un equipo especial que asegura que la práctica no tenga ningún riesgo para el deportista.

En la ciudad de El Alto, una ciudad con 4150 msnm, está ubicado el Faro Murillo, un lugar importante para la práctica del deporte de aventura, el rappel. Una zona emblemática, importante para los jóvenes turistas tanto propios como extraños tienen la oportunidad de descender desde el Faro. Para todos los turistas ávidos de experimentar adrenalina, la ciudad ofrece una aventura inigualable y es que el descenso del Faro Murillo, de 25 metros, te permite apreciar, al mismo tiempo que desciendes, un panorama que se mezcla con el paisaje urbano de la ciudad de La Paz, El Alto y una incomparable vista de la Cordillera Real.



Fuente https://www.pub.eldiario.net/noticias/2016/2016_06/nt160608/nacional.php?n=58&-realizaran-descenso-con-cuerda-en-faro-murillo

Fuente <https://www.laregion.bo/el-alto-impulsa-turismo-de-aventura-urbana/>

Después de todo el recorrido por los nevados menores, tenemos el majestuoso Huayna Potosi. Se trata de una montaña ubicada sobre la Cordillera Real en los Andes. Se encuentra dentro de tres municipios diferentes: La Paz y El Alto en la provincia Pedro Domingo Murillo y Pucarani en la provincia de Los Andes. Este macizo se alza monolíticamente en roca, hielo y nieve, y ha sido escalado prácticamente por todos sus frentes.

8 CHOLITAS LUCHADORAS

Las cholitas alteñas han incursionado en la categoría de lucha libre profesional. Son mujeres de pollera que luchan usando sus atuendos característicos. Fue en el año 2002 que las mujeres de pollera fueron incluidas en eventos de lucha libre, el primer evento realizado se llevó a cabo en el Multifuncional de la ciudad de El Alto. Estos eventos se popularizaron poco a poco y ganaron fama en países vecinos como Argentina y Perú donde llegaron a presentarse. (Lucha libre de cholitas)

El espectáculo es aclamado tanto por los lugareños como por turistas extranjeros. Los shows duran alrededor de dos horas, donde la gente ve, aplaude y grita por su cholita

favorita. Este, relativamente, nuevo entretenimiento está teniendo un buen recibimiento y es que permite ver la lucha libre con un toque de nuestra cultura. Además, ver este incomparable espectáculo es una parada imperdible en la ruta del turismo cultural. Este show, único en su clase, no puede ser visto en otro lugar que en su lugar de creación, su lugar de origen, la ciudad de El Alto, es por eso que cada turista tiene la cita imperdible para ver en vivo y en directo este evento inigualable.



9 GASTRONOMÍA

9.1 COCINAR, SERVIR COMIDA Y COMER

UNA OFERTA GASTRONÓMICA TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE COPACABANA

“Los actos de cocinar, servir comida y comer implican una interacción e interrelación constante, múltiple y compleja en y con el mundo *humano* y no humano. En esa complejidad se dan las relaciones de género, poder y estatus, pertenencia étnica, regional, nacional e *internacional*”. Estas relaciones vistas desde la ciencia Lingüística y su relación con el turismo local, nacional e internacional son actividades o fenómenos aun no exploradas, por lo mismo no difundida ni conocida como factor de desarrollo sociocultural y socioeconómico, el cual es la Industria de turismo gastronómica tiene lugar.

En este contexto, el objetivo es el estudio de la gastronomía local tradicional, vigencia o pervivencia como patrimonio cultural, o en su caso rescate y fortalecimiento. El estudio también tiene una visión departamental y nacional dado la afluencia del turismo nacional,

consecuentemente, también se propone saber la influencia de la gastronomía exógena a la local tradicional. Al mismo tiempo la afluencia del turismo Latinoamericano y el internacional de otras partes del mundo que alteran efectos sincretizantes y/o extranjerizantes. En este sentido, el estudio se orienta a la actividad de la lingüística aplicada al turismo en el aspecto específico de la demanda alimenticia de cocinar, servir comida y comer. Cuya finalidad última es el aprovechamiento del patrimonio gastronómico como oferta al turista nacional e internacional a partir de la disciplina toponomástica ligada al turismo gastronómico.

Tiene como estrategia metodológica la representación de la organización del léxico de la gastronomía de la ciudad turística de Copacabana '*Quta Qhawaña*' 'mirador del lago' del municipio del mismo nombre, por medio de un formalismo ontológico. Esto se logrará, primero, por medio de la recopilación del léxico de la gastronomía tradicional, entendida como aquella que se transmite de generación en generación y que se encuentra asociada a una región específica que cuenta con elementos de interculturalidad. Segundo, a través de ese léxico, se establecerán las categorías lexicales en las que se encuentra estructurado en dos tipos: meronímicas e hiponímicas.

En este sentido, el estudio se realizará con el análisis de las relaciones meronímicas (ingredientes) e hiponímicas (otras categorías para las relaciones hiponímicas), cuya formalización será por medio de una ontología regida bajo los postulados de Basic Formal Ontology (Smith, 2014). En la que, se establece que toda ontología cuenta con una relación del tipo *is_a* 'es_un'. Todo esto, con la finalidad de volver más accesible la información especializada de un campo gastronómico. La ontología gastronómica de la ciudad de Copacabana cuenta con diversidad de categorías para las relaciones hiponímicas entre merónimos (ingredientes) y otras categorías para las relaciones hiponímicas entre las comidas ofrecidas en los sitios de expendio con el punto de partida el Mercado Municipal, donde se encuentra la comida tradicional local, saltando a la playa que ya no solo es local sino también exógeno, terminando con la gastronomía ofrecida en los diferentes hoteles de la ciudad de Copacabana.

El turismo no se reduce solo a la ciudad de Copacabana, se extiende a todo los sitios de destino, y esto comprende LA ISLA DEL SOL, la ISLA DE LA LUNA Tiquina, Tito

Yupanque y todas los sitios las comunidades –laya. Se han constatado importantes acontecimientos gastronómicos, sobre todo, la denominación genérica de “la gastronomía del pescado”. Se ha visto comidas estrictamente típicos de la región, platillo muy diversos y de lujo. Como los platos preparados a la piedra y al aire libre, llamados P’ap’i. Una comida singular, sin igual, desde su preparación: cocinar, servir y comer. Una comida excepcionalmente exquisito para propios y extraños. Inolvidable.

9.2 Gastronomía en imágenes Rico o deliciosos Platos de trucha (variedad)

Imágenes 30 Gastronomía Lacustre



Fuente Almnizam

Imágenes 31 Platos en base a pececillos ispi



Imágenes 32 Gastronomía Lacustre



10 COPACABANA TURÍSTICA

Característicamente paisajístico, náutico y gastronómico

Desplazamiento lingüístico de los topónimos de atracción turística

Pérdida total del significante y significados

10.1 Playa de Copacabana

Imágenes 33 Turismo lacustre Copacabana



LA RELACIÓN TOPONOMÁSTICA LINGUOCULTURAL COMO IMAGEN DE MARCA HACIA EL DESARROLLO TURÍSTICO-COMUNITARIO ANDINO-INTERANDINO DE LA PAZ, 2022



Fuente Almnizam

Imágenes 34 Hago Turismo



Fuente: Almnizam

11 TURISMO INTERANDINO COROICO

Imagen 35 Capital Coroico



Fuente Almnizam

Coroico Nor Ynngas, La Paz, Boliviaa

Coroico: quri wayq'u (quebrada de oro)

La Paz-Coroico 97 Km

600 – 2500 msnm

LA RELACIÓN TOPONOMÁSTICA LINGUOCULTURAL COMO IMAGEN DE MARCA HACIA EL DESARROLLO TURÍSTICO-COMUNITARIO ANDINO-INTERANDINO DE LA PAZ, 2022

Temperatura 23°C

Idiomas: léeos (leko) y tsimanes

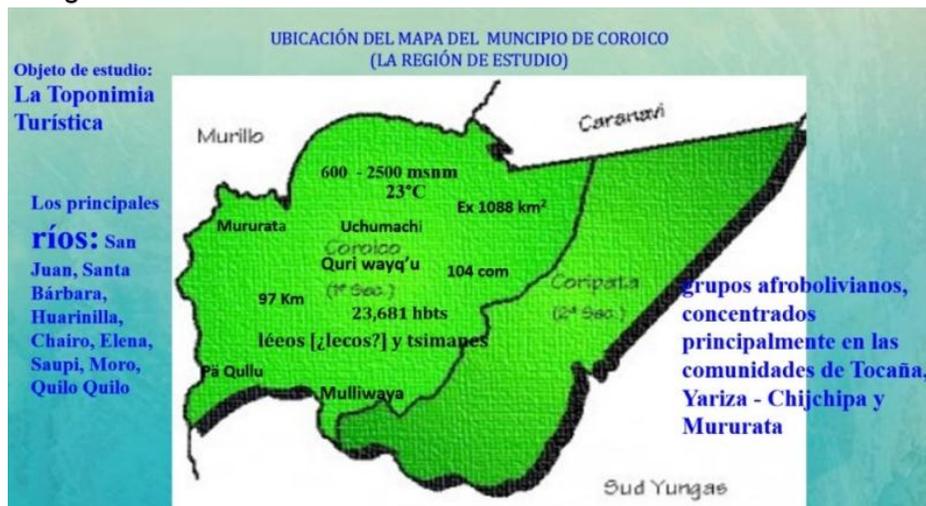
19.397 hbts

Ext. 1.088 Km²

El clima es cálido

11.1 MAPA DE UBICACIÓN DEL MUNICIPIO DE COROICO MAPA DE UBICACIÓN DEL MUNICIPIO DE COROICO

Imagen 36 MAPA DE UBICACIÓN DEL MUNICIPIO DE COROICO



Fuente: Alavi Zacarías, 2019

Coroico está declarada como la primera región turística de Bolivia y constituye un verdadero edén del norte paceño. Es un excelente refugio turístico, cuya belleza física le da a este pintoresco lugar un toque especial, un lugar propicio para el descanso, ideal para turistas extranjeros y nacionales que buscan la tranquilidad combinada con emociones extremas.

Las quebradas topográficas caracterizadas por las quebradas bastante acentuadas que dan origen a los principales ríos que surcan el municipio de Coroico como el San Juan, Santa Bárbara, Huarinilla, Chairo, Elena, Suapi, Moro, Quilo, río Negro, río Coroico y otros. Todas extraordinariamente maravillosas por sus paisajes, sus profundas pozas y saltos de agua. Paisaje con nieblas constantes, precipitaciones cuantiosas, zona

húmeda y clima cálido. En suma, se observa una mezcla de verdes laderas, precipicios, ríos, cascadas y una exuberante vegetación. Se sitúan en los pies de monte de la cordillera oriental de los Andes, ingreso a la cuenca amazónica. Es una de las ecorregiones más ricas del país por la gran cantidad de especies animales y vegetales, lo que le ha favorecido ser declarado como la primera región turística de La Paz y Bolivia.

En estas productivas zonas se trabajan terrazas (*tacanas*) una especie de gradas para la variedad de cultivos como la coca, café, bananas, papayas, limón, mandarinas, lacayotes, lúcumas, amaranto, achupallas, maíz, etc. Otras características de producción se cuenta con la producción y comercialización de miel, la crianza aves, cerdos y otros para el consumo humano y comercio. Otro rubro importante es producción y explotación de maderas preciosas como la mara y el roble que requieren de un plan de aprovechamiento sostenido.

Los primeros pobladores durante la época prehispánica, esta región estuvo poblada por los lécos y tsimanes. Con posterioridad allí habrían llegado 225 aymaras desde las tierras altas del Ande que actualmente habitan en la región. Actualmente en esta zona viven una importante grupos de afrobolivianos. La población total del municipio de Coroico alcanza a 19.397 habitantes, se observa una mínima diferencia del sexo, 10.141 hombres equivalente al 51.2%, y 9.250 mujeres que representa el 48.8% en la población total (CNPV; 2012).

Atractivos turísticos. Existe una variedad de condiciones y situaciones de carácter cultural y natural que constituyen factores o medios favorables para las disímiles prácticas de turismo por la serie de atractivos turísticos. Así el café de altura es conocido mundialmente y es requerido en los mercados internacionales. Coroico se caracteriza por su clima, por sus bellos paisajes por el panorama de las diferentes caídas de agua, cascadas y pozas en los ríos. Coroico acoge y cautiva la visita de turistas extranjeros y nacionales, práctica de deporte de aventura, turismo de aventura, el ecoturismo y otros. Es loable, las poblaciones como Coroico, Chayru, Tocaña y Caranavi están empezando a desarrollar alternativas turísticas, como también las

poblaciones de Chulumani, Irupana, Yanacachi y otras pequeñas poblaciones con buenas expectativas de prácticas turísticas.

De las consideraciones brevemente expuestas se extrapola la existencia potencial destinos turísticos de atractivos muy apreciados apreciables por visitantes extranjeros y nacionales. Nominemos solo algunos como la ascensión al cerro Uchumachi (¿masculino?), el paseo por los Vagantes con variadas pozas naturales, el camino precolombino de Chucura -Apacheta (apachi, 'abuela', la relación de género), la inmensa variedad de la orquídea (más dos variedades) y su atractiva biodiversidad, son propicios para el ecoturismo y turismo comunitario sustentable, aún no aprovechada adecuada, racional ni sistemáticamente.

Cosmovisión andina. En los Andes existen muchos pueblos. Por su cercanía, historia, paisaje, y costumbres labradas durante centurias, participan de maneras comunes de ver y estar en el mundo. Por eso se habla de cosmovisión andina, porque hay una manera de ver el mundo, que se practica en muchas comunidades andinas. Aka Pacha o el mundo de aquí y presente (hombres, animales y plantas), el espacio del medio, muy distinto a lo consabido aka pacha del dogma católico, sino tiene un arquetipo paralelo el Alax Pacha donde también se encuentran los seres que existe en aka pacha, como la llama, la rueda, etc. el Manqha Pacha es otro espacio también paralelo a Aka Pacha donde están los muertos.

Cosmovisión amazónica. Es el conjunto de pensamientos, creencias y prácticas que un grupo maneja y orienta su destino. La cosmología amazónica comparte una gran cantidad de elementos comunes. La cosmovisión, es la visión que tienen los pueblos de la Amazonía para explicar el universo que los rodea, en donde se plantea la existencia de una diversidad de mundos, cada uno con sus propias topografías, habitantes y leyes.

La visión holística. La visión holística considera a todo el universo como unido e interrelacionado; todo lo que ocurre separadamente influye el universo en su conjunto. Desde esta perspectiva entendemos: la relación entre la salud de los pueblos indígenas, la protección de la biodiversidad y el bienestar del planeta.

Es imperativo políticas regionales, departamentales y nacionales destinadas a la oferta y promoción de estos atractivos patrimoniales, el mejoramiento de la red caminera en toda la zona, y la formación y capacitación de recursos humanos, la pérdida de los topónimos originales por el sucesivo desplazamiento léxico-semántico, y otras debilidades e incipiente práctica turística. Tanta información para las prácticas turísticas, He aquí la complejidad de la cosmovisión interandina y andina.

Solo a guisa de ejemplo veamos algunos topónimos como atractivo turístico:

11.2 La toponimia turística interandina

11.2.1 Supay punku, 'la puerta del diablo'

Supay(a) =>diablo  "Puerta del Diablo" o la "entrada a las entrañas del sitio donde vive el diablo".

Punku =>puerta

Supay + punku => *supay punku*, vista desde la diacronía y la sincronía no ha sufrido variación alguna en el devenir el tiempo ni en el significante ni en el significado.

Supay + punku => *supay punku* es un vocablo compuesto por sustantivo + sustantivo, ambos términos contribuyen a la formación de un nuevo significado, el cual es "la puerta del diablo" o la puerta "del demonio", o la puerta de entrada donde vive el diablo.

Lengua de procedencia

¿A qué lengua pertenece la expresión *supay punku*? ¿Es aymara o quechua? Algunos estudiosos peruanos afirman la pertenencia a la lengua quechua, no se conocen las evidencias y argumentos que esgrimen. En cambio otros, atribuyen a la lengua aymara, porque la expresión *supay(a)* es característicamente aymara, el fenómeno de la elisión vocálica y la sufijación constituyen evidencias lingüísticas. Sin embargo no está dicha la última palabra.

La pregunta inmediata es: ¿Quiénes llegaron primero y poblaron esa región o quiénes fueron los primeros viajeros que pasaron por allí? Desde el punto de vista de la información de la Geografía Humana se sabe que antiguamente arribaron 225 aymaras venidos del altiplano y poblaron la región inter-andina. Sin embargo la pregunta persiste, ¿Quién o quiénes lo denominaron con el nombre de *supay punku*? ¿Cómo dilucidamos? ¿En qué época ingresan los incas por aquellos lares? La expansión inca ocurre al alrededor del siglo XII, ingresan por la zona de Zongo ‘*sunqu*’ ‘corazón’, descendiendo por el río del mismo nombre, exploran y explotan oro y también cultivan la coca en las quebradas de Coroico. Y qué significa el topónimo Coroico. Unos dicen *quri wayku* ¿oro cocido? Vista desde la lingüística quechua no funciona. Otros dicen que es “*quri wayq’u*” ‘la quebrada del oro’ esto sí concuerda con la terminología quechua. El descenso de los quechuas continuaría hasta llegar a *wanay*. Este vocablo es indiscutiblemente *Qhishwa* que significa ‘escarmiento’. Entonces, se presume que *wanay* habría sido un centro de reclusión incaica.

De esta manera, el estudio de la toponimia nos aproxima al establecimiento de quienes fueron los primeros y quiénes los posteriores, por una parte y por otra la procedencia lingüística del topónimo. Otras evidencias, como *suwapi*, así se denomina la población civil y también el río, y *suwapi* ‘el lugar del ladrón’ es quechua. Desde el paradigma perspectivista y de la evidencialidad.

¿Cómo percibe el hombre interandino a *supay punku*?

Se cree que la morada del diablo es el inframundo, el mundo de abajo o *manqha pacha*, de manera que *supay punku* sería el punto de acceso al inframundo ‘infierno’, *Saxra pacha*, dónde vive el diablo. Aquí está implícita la visión de espacio: el Akapacha, el hábitat de los humanos, muy distinto al del diablo. He aquí la noción de espacio y tiempo. Y también se constata la visión del mundo andino o interandino, en esta concepción de la visión de la vida y la muerte. De todos modos, una visión occidental religioso del mundo.

¿Cómo es supay punku? La naturaleza física del topónimo supay punku.

Físicamente este atractivo turístico (supay punku) es una extraordinaria formación geológica, una pared rocosa producto de la dinámica geotectónica, con entradas y salientes o accidentes geográficos de la Cordillera de los Andes. Este impresionante, sitio está configurada por unos enormes moles de peñón, el cual presenta una abertura parecida a una puerta natural, en medio de una densa vegetación y por cuya plataforma corren aguas cristalinas y turbulentas del río *Suwapi*. Esta zona se caracteriza por una extraordinaria belleza, allí se puede avistar el gallito de las rocas, parabas y tucancillos;

El lugar presenta un espectacular despeñadero alfombrado por musgos y helechos. se atraviesa unas cascadas y pozas del río *Suwapi*. Allí está ubicada la “Puerta del Diablo” la ‘entrada a las entrañas de la tierra, la morada del diablo’; distante a 49 kilómetros de la Población de Coroico. Una vez en Supay Punku, los turistas toman fotos o se toman vistas, disfrutan de la corriente del agua, en suma de la naturaleza. Alguna vez algún turista se preguntó ¿qué significa supay punku? Aquí una verdadera pedagogía turística.

La tradición oral cuenta: En aquel jardín natural, el diablo galanteaba con una hermosa joven, desviando las aguas del río a los jardines del *Saxra Pacha* (inframundo, el mundo de los espíritus malos) llevándola cada noche por el camino a su morada. Los pobladores al saber este hecho decidieron capturarlo y cuando estuvieron a punto de atraparlo, este rompió un peñasco y huyó dejando marcada la ruta al inframundo cuya entrada comienza en este punto. Desde entonces, la tradición llama a este lugar "*Supay Punku*" la ‘puerta del diablo’.

El diablo y la enfermedad

El diablo causa directamente la enfermedad conocida como *susto* o *espanto*. Esta enfermedad provocada por el diablo se considera como una sanción social. Sabemos o conocemos que, la enfermedad en general tiene muchas caras, sintomatologías, significaciones y formas, consiguientemente, también muchas formas y prácticas de curación, bajo las cuales se presenta antes y ahora en sociedad particularmente en las culturas de los pueblos originarios con la denominación: *Yawlun mantata* ‘endemoniado’. Este tipo de enfermedad es poco o nada descrita o nada estudiada en los estudios etnográficos sobre salud y enfermedad. Menéndez, Eduardo, en su estudio “La

enfermedad y la curación”. ¿Cómo es la curación de las enfermedades causadas por el diablo? Aquí viene lo que sería la medicina tradicional ¿Qué es la medicina tradicional?

Se atribuye generalmente como víctimas a los jóvenes enamorados desilusionados y los músicos que serían conducidos por las sirenas por las noches a lugares de encanto, donde se presentarían hermosas mansiones y/o ciudades maravillosas donde pasan la noche profundamente dormidos. Cuando despiertan aparecen debajo de algún peñón y alguna planta o en el rincón de algún barranco o un sitio inaccesible y despreciable. Ese lugar sería la morada del demonio.

¿Cuál es tratamiento en este tipo de enfermedad? La medicina convencional o científica no considera como enfermedad, por lo tanto, no existe este tipo de enfermedad. Entonces aquí va la “medicina tradicional”, la medicina practicada por los sabios indígenas, ‘los médicos naturales’. Es innegable que, todos los grupos y culturas aplican cierto saber popular a nuestras prácticas médicas, “lo pertinente es remitir las prácticas y representaciones ‘populares’ y ‘científicas’ al campo social en el cual se constituyen y entran en relación los diferentes saberes”.

En la tradición popular existen muchas versiones respecto de la acción del diablo. Una de ellas proviene del catolicismo, del espíritu de un ángel resentido, que se pasa al otro bando como en los partidos políticos ‘tránsfugas’. Podemos mencionar a Satán, también entra en esta línea ‘Lucifer’. Pero también se hace **referencias al pacto con el Diablo**, son cristianas, de santos que pasaron crisis de fe, pero luego se arrepintieron y pudieron al final romper ese acuerdo con la intermediación, por ejemplo, de la Virgen de la Candelaria (en Oruro la virgen del Socabón).

La versión muy conocida de “el pacto con el Diablo” es la creencia de un bienestar opulento, pero, al fin efímera, que irremediablemente terminará con el fin de la vida del pactante, sino no cumple con los términos del pacto. Sin embargo, se dice, sea cual fuera, el pacto acabará siempre con la vida del pactante ¿Cuál será el destino final de la vida del pactante? Las referencias populares afirman que es el infierno. Es esta una de las connotaciones del atractivo topónimo “Supay Punku”.

En el orden literario y cultural el diablo ha sido motivo de muchas inspiraciones. Escribir sobre Satanás y sobre las vidas de quienes se dice que pactaron con él llega a dar miedo «porque te das cuenta de lo que es capaz de llegar a hacer el ser humano», confiesa Palma Roldán, pese a que no cree que Gilles de Rais o Isabel Báthory, por ejemplo, estuvieran en sus cabales. A su juicio, son «casos extremos en otros tiempos de nobles que se creían dueños de sus siervos» y la endogamia habitual entre la nobleza de entonces «acababa saliendo por algún sitio». Como el después del libro creo que no me voy a atrever», confiesa con humor el periodista y escritor Manuel Jesús Palma Roldán, quien en los últimos meses se ha adentrado en oscuras profundidades satánicas para escribir «La estirpe de Fausto» (Almuzara, 2017).

Del doctor Johannes Faust ya se dijo a su muerte que era el mismísimo Diablo quien se había cobrado lo que era suyo. Se señala a «Fausto como el paradigma del pacto con el diablo», el «eterno insatisfecho» que toma «el mal atajo» en busca de sabiduría y poder, subraya Palma Roldán. Podemos decir de todo esto mirando el recorrido histórico que el hombre siempre ha sentido fascinación por el mal. «Es algo intrínseco al ser humano».

¡Esta es la parte cosmovisiva que guardan los topónimos!

Distancias:

	Llegada	Distancia(aprox)
Partida		
La Paz	Yolosita	94 km.
Yolosita	Coroico	10 km.
Coroico	Suwapi	36 km.
Suwapi	Supay punku	13 km.

Información: dale like: [Mitos y leyendas de Bolivia](#)

11.2.2 Hidrotopónimos: La Jalancha

Camino de las tres cascadas-Coroico. google. Sites

Las Jalancha están conformadas por tres cascadas o caídas de agua provenientes del cerro Uchumachi, símbolo imponente de la Provincia Nor Yungas, en especial del



municipio de Coroico. Las caídas de agua forman en su base pequeñas pozas de aguas cristalinas que luego desembocan en el Río Coroico. Las tres cascadas casi juntas, Cochuna, San Jacinto y San Félix se encuentran sobre la carretera Coroico-Coripata. En los alrededores de las Jalancha se aprecia la cobertura de una impresionante vegetación como son por ejemplo: el jardín de orquídeas, único en su género, además de musgos, helechos, ch'ilka, arbustos y árboles, matizadas con las armoniosas melodías de la variedad de aves. Las formaciones naturales, ríos y quebradas del medio geográfico, regalo de la naturaleza, constituyen los circuitos de los atractivos turísticos del municipio.

Cochuna. Aymara, K'uchu uma => *cochuna* denominación en sincronía; *k'uchüma*, la denominación en diacronía. *K'uchüma* => *k'uchu* + uma 'agua de la rinconada' o la phaxcha de la quebrada o también *uma phaxcha*. Léxico compuesto por adjetivo + sustantivo y un alargamiento vocálico marcador de la unión vocálica. El adjetivo antepuesto como es la estructura morfosintáctica en la lengua aymara, modifica al sustantivo uma 'agua que fluye en la quebrada' o 'caída de agua desde la altura'. La castellanización del topónimo *k'uchüma* a => Cochuna ha perdido tanto el significante como el significado. Es más, ha sido deformado en su fonética-fonológica. Phaxchüma es la caída o salto continuo de agua cristilina desde la altura, ubicada en una quebrada. // *k'uchüma* en la creencia popular es la fuente o del mal q'utu, el sitio donde se contrae el bocio, por ello se considera un lugar maligno. La gente tiene cuidado de no consumir agua de la phaxcha *k'uchüma*.

La primera cascada Cochuna es pequeña y de libre acceso, se encuentra en forma natural, tiene acceso libre para los turistas tanto nacionales como extranjeros, se puede fotografiar y disfrutar sin restricciones.

Imagen 38 Jalancha



Fuente Almnizam

La segunda cascada “San Jacinto”

San Jacinto. Castellano religioso. Denominación en honor al patrono de lugar. El nombre original del topónimo está completamente perdido, la gente no sabe del nombre originario nadie sabe ni tiene idea. La toponimación de San Jacinto corresponde a la época de la Colonia. Lo mismo en Cochuna o K'uchüma se considera como el lugar maligno, lugar donde mora el demonio. Un Susto en el lugar será ocasionado por el demonio, la causa de alguna enfermedad directa de la persona víctima del susto o espanto, señalan los pobladores de la región conocida a través de la

tradición oral.

La cascada San Jacinto, es más grande que la primera. Se encuentra en la comunidad del mismo nombre. Dicha comunidad, propietaria ha construido una pequeña represa a unos 50 metros donde retiene el agua que cae en una piscina artificial y al aire un libre. Muy cerca de la caída se encuentra una vivienda de dos pisos donde está ubicada la boletería para el pago de derecho de ingreso. La cascada o caída de agua se ofrece a la vista de todo viajero o caminante que pasa por el lugar de esta maravilla natural.

La cascada “San Félix”

Jalancha, aymara *jala* 'fluir' o fluir del agua; -na- sufijo 'en' o hacia la profundidad; -cha- sufijo causativo. Jala-n-cha 'flujo de agua intermitente. Jalancha es un fluir de agua intermitente (por lo general agua cristalina) desde la altura en gran cantidad. La gente mayor recuerda todavía se denomina así en la conversación habitual entre las personas mayores, pero la generación joven solo conoce por San Jacinto. Dicha denominación obedece en honor al Santo Patrono de la comunidad. Se sabe que fue bendecido por el sacerdote para ahuyentar el o los demonio/s del lugar, para evitar enfermedades

causadas por el diablo que moraría en esos sitios. Podemos notar que existe cierto miedo a los seres extraños que aparecen en la oscuridad. La denominación de “San Félix es también colonial.

La cascada “San Félix” es la más espectacular de los tres saltos de agua. Para deleitarse de esta maravilla de la naturaleza se tiene que ingresar por los senderos señalizados, previo el pago de derecho de ingreso. Su altura alcanza algo más de los 100 metros. En el sitio de la caída está un piscina, cuya profundidad es de 1.20 metros. La comunidad de San Félix como propietaria tiene a su cargo la administración del sitio turístico. El nombre original de San Félix es “Jalanca”.

Las cascadas se muestran en toda su plenitud en época de lluvias, cuando aumenta su caudal es decir entre los meses de diciembre, enero y febrero, época de humedad cuando la vegetación se manifiesta también en su máxima expresión. Se accede a estas Cascadas Jalanca por diferentes medios de transporte motorizado: taxis, minibuses, camioneta, incluso minibuses de servicio público a precios sumamente módicos. También se organizan caminatas desde la ciudad de Coroico por la carretera a Coripata, con un recorrido aproximado de dos a dos horas media guiada por personas que ofrecen el paseo por el sitio turístico.

Los atractivos más cercanos a este lugar son la población de Coroico, Cerro Uchumachi, Camino Precolombino del Choro, El Calvario, las pozas naturales en Vagantes, Río Negro y Miraflores, entre otras; además de plantaciones de coca, y café. El jardín de las orquídeas. También se puede realizar descenso en rapel por las cascadas, turismo de convivencia con la naturaleza, donde se puede acampar, observar la naturaleza y realizar la toma de fotografías con el paisaje natural. Pero, también se tomar en cuenta algunas precauciones tales como: llevar un equipo apropiado, si se piensa acampar llevar bolsa de dormir, carpa, brújula, linterna. En todo caso, antes de emprender el viaje consultar a pobladores y en la Alcaldía Municipal de Coroico. Llevar ropa liviana, zapatos cómodos para caminar, lentes y gorra para el sol, abrigo impermeable para época de lluvias y traje de baño. Botiquín de primeros auxilios con protector solar y repelente para mosquitos. Y, ¿Cómo está la calidad de vida de la comunidad o comunidades?

11.2.3 La Senda Verde, una selva cotidiana'

La Senda Verde, refugio de fauna andina en Bolivia
Otra práctica de turismo diferente al turismo tradicional
Viajero Crónico > América del Sur > Bolivia



Fuente:<https://blogverdebolivia.blogspot.com> 2015/06 > send

Imagen 40 Senda verde



Viajero Crónico > América del Sur > Bolivia

La Senda Verde es el principal atractivo turístico, un eco-parque ubicado en localidad de Yolosa y a unos veinte minutos del poblado de Coroico. Un lugar ideal para estar en contacto entre lo humano y lo no humanos con la naturaleza. Es un sitio perfecto para descansar, para relajarse. Dos ríos le dan un colorido y un ambiente muy especial con

un ruido delicioso. Una práctica turística muy diferente, el disfrute de los turistas en directa relación con los animales y la naturaleza, afirma Ernestina Claverie.

La Senda Verde es el “santuario” encargado de rescatar y dar cobijo a animales liberados del tráfico ilegal y del maltrato de la crueldad humana. La senda verde es una interesante reserva natural que se encarga de rescatar animales de la zona (osos, aves, monos, etc.) que debido a la captura y el tráfico ilegal se encuentran en situación de peligro, por lo cual aquí se les ofrece un hábitat natural, atención y cuidado dentro de la reserva. Hasta antes de la pandemia, este “eco parque” contaba con más de 800 ejemplares correspondientes a algo más de 60 especies diferentes. .

Imágenes 41 Senda verde

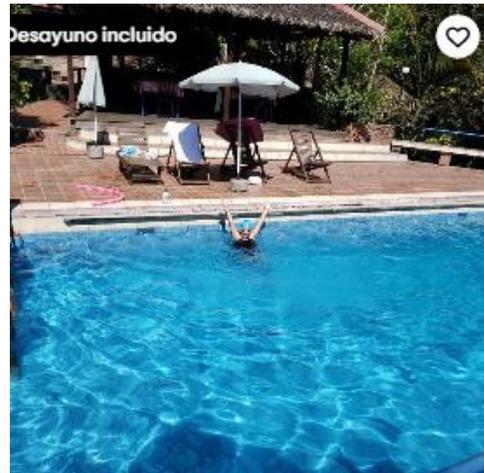


<https://www.bolivia.com.turismo,noticia>.

“La Senda verde tiene una peculiar característica, por un lado la exuberante selva, un paisaje inmensamente maravillosa, incita a la desconexión, el relax, a la fantasía de entrar en otro mundo, por el otro, su piscina, el restaurante, el café gourmet, y varias otras actividades aseguran una feliz estadía. Ir a la selva hoy por hoy no sólo significa

camping y mosquitos molestos, las opciones que brinda un proyecto como Senda Verde, ponen en franca comunión lo mejor de la naturaleza con lo mejor que puede ofrecer el servicio gastronómico y hotelero actual”, asegura su propietaria Vicky Ossio Peña.

Imagen 42 Senda verde



Fuente: <https://cronicoviajero.com.americadelsur/bolivia>

Imágenes 43 Monos en su habitat, Senda Verde



<https://www.bolivia.com.turismo/noticia>.

La Senda Verde cuenta con cabañas rústicas y muy confortables (con baño privado) para atender a los muchos turistas que se sienten encantados al llegar a ese lugar una extraordinaria maravilla del mundo. Se les brinda a los turistas un servicio de alojamiento que no se trata de un hotel, sino un refugio, donde la gente se siente como en casa. Cuenta con servicios de duchas, almuerzo y cena, pero no se consideramos un

restaurante porque hacen platos únicos. Cuenta también con un lugar que lo llaman Aruma Room, donde los voluntarios y alojados se distraen en la noche, jugando al billar o mirando algún video. Se trata de un lugar idóneo y perfecto para convivir con la naturaleza y el disfrute de una agradable experiencia.

Trabajan con programa de voluntarios, en el que participan más extranjeros que visitan el refugio. Estos voluntarios ayudan a alimentar, limpiar, trabajar en enriquecimiento, etc. La Senda Verde da la oportunidad para poder colaborar como voluntarios el ecopaque.

El público visitante, informan, en su mayoría es extranjera en una proporción del 80% a 85%, y los restantes 20% o 25% serían del turismo nacional quienes visitan generalmente los fines de semana largos al refugio de animales.

- Cómo llegar a Senda Verde desde La Paz
 - 1. Terminal Minasa de La Paz
 - 2. Viaje hasta Coroico
 - Coroico Senda Verde

11.2.4 Actividades para hacer en Coroico

El senderismo; caminatas que podemos realizar desde distintos puntos de la localidad en la cual existen senderos que nos conducirán a las vistas más hermosas de Coroico en Bolivia.

La práctica del ciclismo también es una excelente opción para disfrutar.

Por otro lado, el Rafting es una actividad que sin duda hará que pasemos momentos emocionantes en este lugar.

Además los pobladores ofrecen diferentes actividades de paseo a caballo.

Las prácticas de ecoturismo, turismo comunitario en diferentes prácticas turísticas de carácter cultural, como lo es potencialmente las prácticas de los afros descendientes.

Imágenes 43 Turismo de aventura en Coroico.



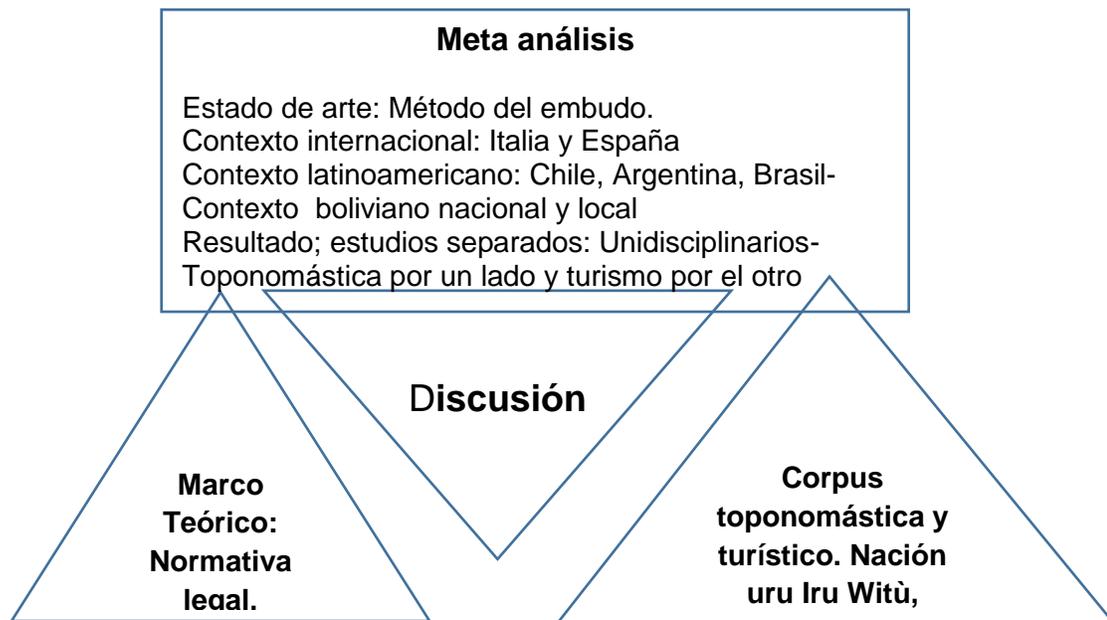
En todos los países se conceptúa el turismo como uno de los sectores económicos más dinámicos. En Bolivia es la tercera actividad económica en la captación de divisas, después del gas natural y de la soya. Tiene un efecto multiplicador sobre las áreas: financiera, comunicaciones, transporte, artesanía, restaurantes, producción de artículos de primera necesidad, centros de diversión y otros, constituyéndose en una gran dinamizador de la economía.

La actividad turística se ha desarrollado rápidamente en el contexto internacional durante los últimos 50 años. Según la Organización Mundial del Turismo, el volumen de viajeros internacionales pasó de 25 millones en 1950 a 763 millones el 2004. En Bolivia, en los últimos años, la actividad del turismo ha cobrado mayor importancia con un impacto significativo en la economía nacional, registrándose para el año 2004 más de 404 mil visitantes que reportaron ingresos de \$us187.7 millones.

Las potencialidades que tiene Bolivia son grandes, debido a que sus atractivos turísticos tienen capacidad para cubrir casi la totalidad de las demandas frecuentes: turismo receptivo, recreativo, ecológico, histórico, de aventura y otros.

12. DISCUSIÓN (PRELIMINAR)

Figura 10 Cuadro de discusión: triangulación



Siendo la discusión la parte fundamental se configura lo que sigue:

Los antecedentes, tanto a nivel internacional, latinoamericano, nacional, departamental y local presentan trabajos sobre la Toponomástica a todo nivel, pero no existe trabajo alguno con la ligación de esta ciencia lingüística con las teorías y prácticas turísticas. El marco teórico establece una rica presentación teórica, como modelos y otros. Los estudios son de carácter unidisciplinar, unidimensional metodológica, orientado a la cuantificación, es decir, lo económico y estadístico. En nuestro existe abundante una buena normativa legal, como "Bolivia te espera", las políticas y derechos Lingüísticas, no se atina a plantear estudios de la potencialidad del patrimonio natural y cultural.

La referencia a la validez interna se puede afirmar que es plausible, por cuanto las estrategias metodológicas ha funcionado con creces, y ha constituido un aprendizaje para el equipo, no solo metodológico teórico, sino el método de contacto, no con informantes aislados, sino una forma inaudita con la colectividad, hombres y mujeres, inclusive niños y niñas, como es el caso de la nación qut zh zhuñi o con las autoridades originarias de la qamasan machaq marca. La validez externa particularidades muy

peculiar válido al mundo andino-interandino, por lo cual, los antecedentes de nuestra meta análisis vale como antecedentes a tomarse en cuenta para la puesta en marcha. Resulta una novedad el turismo comunitario incipiente hasta desconocido a pesar la normativa,

Los saberes, conocimientos, valores encontrados en la investigación, todavía son como una aproximación, lo que amerita la generación de diversas investigaciones sobre la problemática estudiado. Incluso valdría la pena estudios replicativos, a fin profundizar en su contenido toponomástica turístico como factor de desarrollo hacia la calidad de vida, suma qamaña “Buen vivir”.

Flujo turístico El flujo turístico no es desarrollado, las pocas visitas que se realizan son por personas residentes o tienen trabajos esporádicos con la Alcaldía y/o instituciones no gubernamentales; y de existir habría la necesidad de implementar infraestructura hospedera pero a nivel comunal, que no existe.

Etnoecoturismo un potencial turístico del **municipio El etnoecoturismo** Indígena Originario en el municipio de Jesús de Machaca, es una alternativa para mejorar la calidad de vida de la población, como también hacer conocer la cosmo convivencia andina. El municipio cuenta con diversos atractivos turísticos como; naturales, arqueológicas e arquitectónicas y culturales, donde utilizando diferentes medios (creación de fuente de información y circuito turístico, publicidad, etc.) se pueda promocionar.

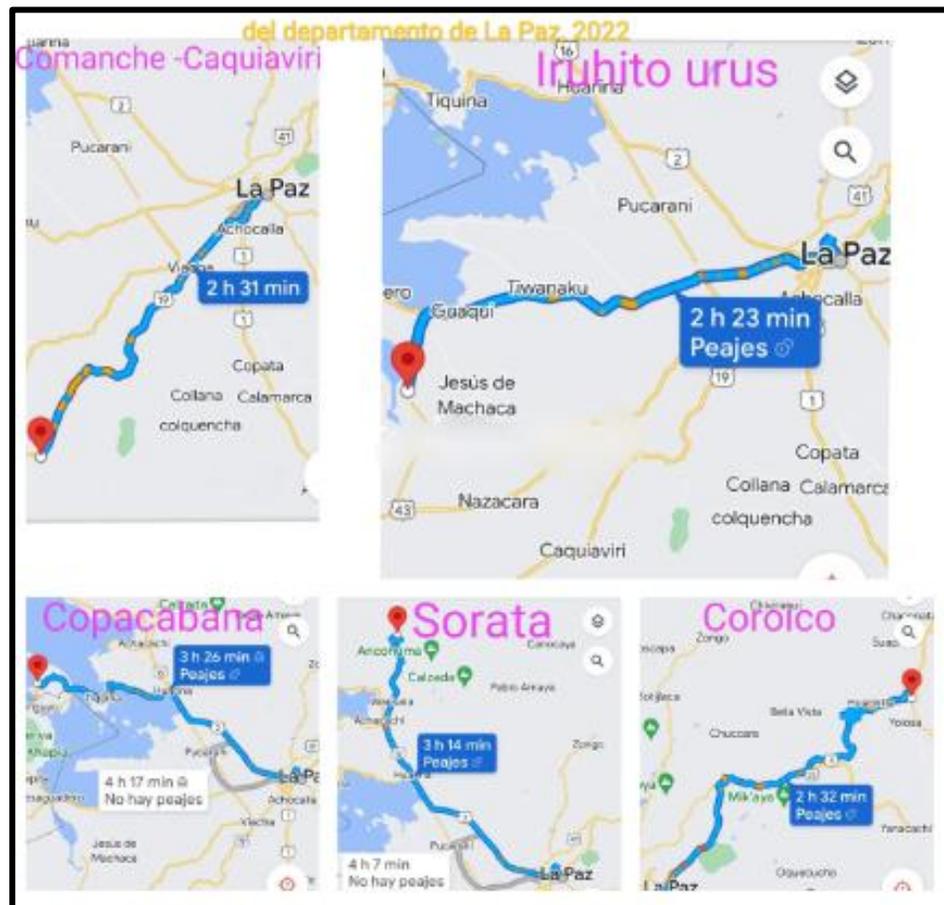
13 RED ESTRATÉGICA DE TURISMO ANDINO-INTERANDINO DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ

La red estratégica de turismo andino-interandino del departamento de La Paz tiene como finalidad facilitar una oferta turística sostenida tanto al turista nacional como internacional. Cuya visión es integrar una estructura de continuidad de la oferta turística de disfrute, de aprendizaje y ocio placentero.

Este plan estratégico de desplazamiento turístico apoyará al fortalecimiento de las actividades turísticas en las comunidades y ayllus de dichas regiones, Un plan de

desplazamiento como el presente posibilitará la sustentabilidad del ecoturismo y turismo comunitario, Exigirá a las autoridades locales participar en actividades como la capacitación de recursos humanos, la conservación del medio ambiente y la creación de las condiciones necesarias en los destinos final como en los intermedios, dando ocupación directa e indirecta a los actores sociales.

Imagen 44 Red estratégico de turismo andino-interandino



Fuente: Elaborado por Oscar Flores Villegas.

13.1 Epicentro turístico: Ciudad de El Alto-La Paz

Desplazamiento a diferentes amplios destinos a diferentes horizontes como se observa en los mapas precedentes que constituyen los espacios turísticos.

El epicentro del movimiento turístico se localiza en la ciudad de El Alto - La Paz, desde donde los turistas pueden desplazarse desde/a diferentes destinos, Una primera vía se

considera El Alto con destino hacia el Perú, ello comprende: El Alto, Warina, Wat'axata, Estrecho de Tikina, destino final Copacabana con una sub red interna diversa y muy novedosa. De Copacabana se podrá continuar el viaje hacia el Perú o también puede retornar a la ciudad de La Paz. El segundo movimiento será La Paz – Coroico, con los puntos intermedios desde la Terminal Minasa, Cumbre, Ch'uspi Pata, el camino de la muerte, subterráneo, Yolosita y Coroico, con una red interna muy diversa, paisajístico pintoresco, y retorno a La Paz.

La siguiente ruta es El Alto, Laja, mirador de Lluqu lluqu, con un punto intermedio sin igual Tiwanaku, un centro turístico de relevada importancia (existe información e infraestructura). Desde Tiwanaku se continúa por Guaqui otro centro turístico de mucha importancia con atractivos turísticos muy importantes. Desde Guaqui el viaje por la carretera a Desaguadero con el desvío en Qhasa por la carretera a hacia la nación Uru Iru Wit'u y Jesús de Machaca. Esta región está considerada como el emporio del patrimonio turístico aún no explotada.

La siguiente ruta es El Alto, Achacachi, Warisata, Walata Grande, mirador de la cumbre y Sorata (existe información e infraestructura) retorno a El Alto-La Paz. La última ruta es El Alto, Viacha directamente a Q'uma Janchi, el hábitat de la Puya T'ikha Tanka, desde donde se puede continuar el viaje hacia El Centro Minero de Corocoro, o también hacia Caquiaviri, siendo la opción a elección o retorno. (Requiere información e informante).

Esta Red estratégico es también alternativa en previsión de los conflictos sociales que a veces suele presentarse. Incluso la alternativa también podría ser hacia Oruro.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

La primera conclusión corresponde al objetivo general planteado: fundamentar la oferta toponomástica linguo-cultural como imagen de marca territorial turística hacia el empoderamiento de una estrategia de prácticas alternativas de ecoturismo y turismo comunitario en una red turística en el mundo andino-interandino del departamento de La Paz.

Se fundamentó sobre la imperiosa necesidad de la oferta toponomástica linguo-cultural como imagen de marca territorial para el desarrollo turístico comunitario en el mundo andino-interandino del departamento de La Paz. Es válido la importancia de la relación de estudios toponomásticas con programas de prácticas de turismo en sus diversas formas. Al presente se establece abordajes toponomásticas sin ninguna relación a otros campos y disciplinas afines. Consiguientemente no se pudo encontrar programas orientados al empoderamientos de los involucrados locales, como también la ausencia de motivaciones hacia las prácticas de ecoturismo y turismo comunitarios.

La segunda conclusión corresponde al objetivo: Describir el contenido linguo-cultural (histórico, arqueológico, cosmológico, filosófico) y afines que encierran las toponimias de la zona Andina e Interandina del departamento de La Paz para el desarrollo de ecoturismo y turismo comunitario. Se describió los topónimos de los principales centros turísticos conocidos ya como tradicionales, dígame por Copacabana, o pie del inca, o baño del inca, carece de sentido visto desde la semántica lingüística.

La tercera conclusión está referida al objetivo: Establecer la lengua de procedencia y los fenómenos de desplazamiento lingüístico, y los efectos de lenguas en contacto a la naturaleza linguo-cultural, del significante y significado de los topónimos turísticos en el devenir del tiempo. Se estableció la lengua de procedencia de las toponimias particularmente aymara, quechua y una fuerte castellanización y cristianización, particularmente en la zona interandina. Sin embargo, queda como tarea pendiente establecer la procedencia léxica de muchos topónimos turísticos y pluriverbales que probablemente pertenezca a la lengua Pukina, Uchumataqu, tsiman, léco u otros.

La cuarta conclusión corresponde al objetivo: establecer la oferta y la promoción de turismo como programa sostenido desde la toponomástica y disciplinas afines a la ciencia lingüística y práctica turística en la región Andina e Interandina en el departamento de La Paz. Se estableció que hay una carencia total de la oferta y promoción de turismo como programa sostenido en todas sus formas. Menos pudimos establecer la práctica turística desde la toponomástica. Es una tarea pendiente y urgente.

La quinta conclusión corresponde al objetivo: argumentar las estrategias de oferta turística basada en estudios toponomásticas encaminadas al aprendizaje pedagógico linguo-cultural y prácticas turísticas como alternativas de empoderamiento proyectiva de las comunidades involucradas. La argumentación es absoluta e indiscutible, ante la ausencia de estudios interdisciplinarios y transdisciplinarios, especialmente trabajados de la línea de investigación de lingüística aplicada al turismo.

La sexta conclusión hace referencia al objetivo: determinar la idoneidad profesional de los recursos humanos en la gestión, administración de la atención de las actividades turísticas. Se determinó una carencia total de recursos humanos a todo nivel. Esta es una tarea pendiente que requiere la atención a todo nivel de los servicios de la industria turística. ¿Quién pone el cascabel al gato?

La séptima conclusión corresponde al objetivo de establecer las condiciones físicas y funcionales de la infraestructura turística (caminos, restaurante, alojamiento y la conservación del medio ambiente en las regiones turísticas. Se estableció la insuficiencia de las condiciones físicas y funcionales de la infraestructura turística y descuido en el cuidado y conservación del medio ambiente. Una situación sumamente preocupante. Desde luego no hay redes turísticas implementadas por las comunidades, alcaldías y otras instituciones dedicadas a la industria del turismo. Algunas pocas existen son de la iniciativa privada. Se debe pensar y actuar bajo el siguiente enunciado: El turista, sabe comer, el turista necesita dormir, el turista necesita trasladarse de un centro turístico a otro, pero no existe caminos.

CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES

A partir del presente trabajo es necesario dar continuidad al enfoque de estudios abordados desde la línea de investigación Lingüística y Turismo con evidencias claras de imagen de marca territorial turística hacia el empoderamiento y una estrategia de prácticas alternativas de ecoturismo y turismo comunitario en una red turística en el mundo andino-interandino del departamento de La Paz. Corresponde esta responsabilidad a las Instituciones estatales y privadas, municipios, organizaciones de los pueblos originarios, a los propios ayllus. Se necesita una toma de conciencia sobre las prácticas de la industria del turismo. El turismo como actividad de programa sustentable y que pueda solventar la reducción de la pobreza, sobre todo en las zona rurales.

La formación de recursos humanos constituye una imperiosa necesidad y a todo nivel, personal que esté adecuadamente formado en el conocimiento de la cosmovisión de andina de los atractivos turísticos. La historia, la antropología, arqueología, lingüística antropológica y otros afines. No hemos visto un solo guía-turista en los centros de destino. Solo dos aficionados que no tienen idoneidad turística, Más aún para la plana mayor de gestión y administración de redes turísticas.

La implementación de la infraestructura física y material es otra preocupación. Alojamientos, restaurantes, caminos de conexión, sin estos requisitos será imposible pensar en la implementación y explotación de la potencialidad turísticas existente en el territorio andino e interandino paceño.

Otra tarea a emprender con urgencia es la investigación lingüística; la naturaleza de las lenguas como las interandinas léco y tsiman, en el altiplano el uchumaqu. En una línea, en otra está la enseñanza de segundas lenguas, particularmente, el inglés, cuyo destinatarios serían niños, jóvenes y adultos, de ambos sexos, como la demanda de la población de la nación, de los transportistas hacia los yungas. Una tarea que cubrir los departamentos de idiomas y las instituciones encargadas para este fin.

Otra tarea impostergable es la capacitación de las comideras en la gastronomía no solo local, nacional, sino también extranjera. Los refrescos ecológicos es otra tarea y necesidad, Ahí va el ecoturismo y el turismo comunitario. Falta un trabajo de proporciones gigantescas.

La promoción de actividades artísticas y culturales es otra área a fortalecer en las comunidades y municipios del departamento, acompañada a las ferias: gastronomía, música y danzas originarias, artesanías, y muchos otros existentes en los pueblos de departamento de La Paz.

BIBLIOGRAFÍA

Albrecht, K. (1996). La misión de la empresa: definir el espíritu, establecer los propósitos, fijar el rumbo. Barcelona: Paidós. [Links]

ALEANO MARÍN, María Eumelia. Diseño de proyectos de investigación cualitativa. Medellín: Fondo editorial universidad EAFIT, 2004. p.38.

Anónimo. La necesidad de una ley para la exención impositiva de las empresas de turismo receptivo de Bolivia por el plazo de 10 años [Libro] / aut. Mendoza Freddy. - La Paz : [s.n.], 2006.

APROTUR, (2019). *Plan estratégico 2019 – 2021*. Chile,

Barreto Bedoya, Susana Jimena Díaz Casallas Esperanza (). Marca Territorial Como Estrategia De Competitividad. Universidad de Santo Tomás de Aquino, s/e.

Bastías, E. La autopoiesis en las organizaciones. Autopoiesis y teoría de la organización. Disponible en Disponible en <http://bastias-autopoiesis.blogspot.mx/> [20 de mayo de 2016]. [Links]

Beni, M. (2001). Análise estrutural do turismo. Senac. São Paulo.

Bringas Rábago, N.L. (1997). Las dos caras del turismo: beneficios económicos contra costos sociales, culturales y ecológicos: el caso de México. Fermentum. Miradas sobre América Latina, 18, 89-116.

Bringas Rábago, N.L. y González Aguirre, J.I.I. (2003). Algunos aspectos sobre el turismo en la frontera norte de México. En Valenzuela Arce, J. M. (2003). Por las fronteras del Norte: Una aproximación cultural a la frontera México-Estados Unidos. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Bustelo, P., (1998). Teorías contemporáneas del desarrollo económico. Madrid. Síntesis.

Cammarata, E. (2006). El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio. Sao Paulo. CLACSO.

Castellanos Verdugo, M. y Orgaz Agüera, F. (2013). Potencialidades ecoturísticas de la República Dominicana. TURyDES, Revista de Turismo y Desarrollo Local, 6 (14), 1-15.

Castrillón, C., Cano, Á., & Rincón, L. (2013). Apuntes para una toponimia del Quindío. Colombia.

Conecti.me [En línea]. - 2014. - <https://conecti.me/>.

Cuervo, R. (1967). El turismo como medio de comunicación humana. Secretaria de Turismo del Gobierno de México. México.

De la Torre, O. (1980). Turismo, fenómeno social. Fondo de Cultura Económica: México. [Links]

Dirección General del Instituto Geográfico Nacional. (2005). Toponimia: Normas para el MTN25. Conceptos básicos y terminología. Madrid.

El método lexicográfico-enciclopédico completa la visión del mundo. mc

El objetivo es proporcionar una metodología para comprender el c

En este marco la investigación resulta un proceso con rigor científico.

Fernández, L. (1989). Introducción a la teoría y técnica del turismo. Madrid: Alianza. [Links]

Figuerola, M. (2000). Introducción al estudio económico del turismo. Madrid: Civitas Ediciones. [Links]

Galmes de Fuentes, A. (1996). Toponimia: Mito e Historia. Madrid: Real Academia de la Historia.

Gomes Romeu. Análisis de datos en la investigación. En: Investigación social. Buenos Aires: Lugar editorial S., 2003. p. 55.

Historia del Turismo en Bolivia [En línea] / aut. Chopitea Ivan. - 31 de mayo de 2010. - <https://www.gestiopolis.com/historia-del-turismo-en-bolivia/>.

HISTORIA DEL TURISMO: UNA INVESTIGACIÓN NECESARIA [Libro] / aut. Moreno Ana. - Guadalajara : [s.n.].

Historia y marco teórico del turismo en Bolivia [Libro] / aut. Morales Franz y Aguilar Marcela. - Cochabamba : [s.n.], 2019.

Horovitz, J. (1994). La Calidad del Servicio: a la conquista del cliente, Colombia: McGraw-Hill. [Links]

Horovitz, J. (2000), Los siete secretos del servicio al cliente, Madrid: Prentice Hall. [Links]

Hunziker, W. y Krapf, K. (1942). Fundamentos de la Teoría General de Turismo. Zurich: Poligraphischer Verlag. [Links]

Investigación de campo <https://www.significados.com/investigacion-de-campo/> En ciencia e Investigación,

Jakobson, R. (1960), Lingüística y poética en Ensayos de Lingüística general, Buenos Aires: Planeta de Agostini. [Links]

Krippendorf, J. (2000). Do turismo – para una nova compreensão do lazer e das viagens. Sao Paulo.

Lanquar, R. (1991), La economía del turismo, Barcelona: Oikos-Tau. [Links]

Leiper, N. (1990). Tourism systems: an interdisciplinary perspective. Nueva Zelanda.

Lopez, G., & Palomino, B. (1998). Turismo y medio ambiente.

Martínez Lema, Paulo. (s/a). “Toponomástica, documentación medieval y fenomenología lingüística: contribución para una gramática histórica de la lengua gallega”. En Onomástica, Biblioteca técnica de políticas lingüísticas.

Marutana, H. y Varela, F. (2003). De máquinas y seres vivos: la organización de lo vivo. (6ª edición). Buenos Aires. Lumen. [Links]

Molina, D. (2012). La toponimia como medio de información geográfica: el caso de los fitotopónimos.

Molina, S. (1991). Conceptualización del turismo. Limusa. México.

Morin, E. (2009), Introducción al pensamiento complejo Barcelona: GEDISA. [Links]

Muñoz, A., (2009). Modelo de Evaluación Relacional para Sistemas Turísticos. Una Propuesta de Análisis del Capital Social en Destinos. Tesis Doctoral. Universidad Antonio de Nebrija

Muñoz, A., Fuentes, L., & Fayos, E. (2012). Turismo como instrumento de desarrollo: Una visión alternativa desde factores humanos, sociales e institucionales. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 437-449.

Myrdal, G. (1970). The Challenge of World Poverty: A World Anti-poverty Programme in Outline. North: D.C. Pantheon.

Organización de las Naciones Unidas (2010), Cuenta Satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008. Madrid: ONU. [Links]

Organización Mundial del Turismo (1999), Guía para administraciones locales: Desarrollo turístico sostenible. Madrid: OMT. [Links]

Orgaz Agüera, F., Moral Cuadra. S. (18 Mayo 2016). "El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso". España: Universidad de UTESA, y España: Universidad de Córdoba. En: El Periplo Sustentable, vol. 31, 2016 Universidad Autónoma del Estado de México.

Osorio, M. (2000), Nuevos caminos para el estudio del turismo desde la teoría de Sistemas. En Convergencia, Revista de Ciencias Sociales (219-235), año 7, núm. 23. [Links]

Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). Teoría del turismo. México. Trillas.

Peralta, E. (s.f.)

Pockington Robert.(s.l.) *Introducción a la toponomástica* , aspectos universales de la toponimia [Libro] / aut.: Fundación Ibn Tufayl.

Pockington, R. (s.f.). Introducción a la toponomástica, aspectos universales de la toponimia. Fundación Ibn Tufayl.

Quesada, J. (2021) Los 'cholets', las casas de la nueva burguesía boliviana. El País. URL.<https://elpais-com.cdn.ampproject.org/v/s/elpais.com/internacional/2021-10-31/los->

cholets-las-casas-de-la-nueva-burguesia-boliviana.html?amp_gsa=1&_js_v=a9&outputType=amp&usqp=mq331AQKKAFQArABIICAw%3D%3D#amp_tf=De%20%251%24s&aoh=16682090118267&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&share=https%3A%2F%2Felpais.com%2Finternacional%2F2021-10-31%2Flos-cholets-las-casas-de-la-nueva-burguesia-boliviana.html.

Realización de campo

Reflexión y preparación del proyecto

Rodríguez, A. (2017) 'Cholet', una mirada a la arquitectura neoandina en la ciudad. El País. URL. //elpais-

com.cdn.ampproject.org/v/s/elpais.com/cultura/2017/10/13/actualidad/1507862257_441025.html?amp_gsa=1&_js_v=a9&outputType=amp&usqp=mq331AQKKAFQArABIICAw%3D%3D#amp_tf=De%20%251%24s&aoh=16682090118267&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&share=https%3A%2F%2Felpais.com%2Fcultura%2F2017%2F10%2F13%2Factualidad%2F1507862257_441025.html más alta de Bolivia

Romero Chaves Cristina C. (2005). La categorización un aspecto crucial en la investigación cualitativa. En: Revista de Investigaciones. Cesmag. Vol. 11 No. 11 (JUN. 2005) p113-118

Sánchez, N. y Betancourt, M. (2012). Acercamiento teórico al desarrollo local sostenible y su repercusión para el turismo. El periplo sustentable, núm. 22, 7-36. [Links]

Sanz, M. (s.f.). Toponomástica molinológica de la provincia de Burgos.

Steiner, G. (2004), Planeación Estratégica. Lo que todo director debe saber, México: CECSA . [Links]

Straus Y Corbin. Categorización. Citado por TORRES MESIAS, Álvaro. Et al. Investigar en educación y pedagogía. Pasto: Universidad de Nariño, 2002. p. 110.

STRAUS, Anselm y CORBIN, Juliet. Bases de la investigación cualitativa. Medellín: Universidad de Antioquia.2002.p.124. 6 TORRES, Alfonso. Estrategias y técnicas de investigación cualitativa. Bogotá: Afán gráfico, 1998. p.173. 7

Suma y narración de los incas. Fondo rotatorio cultural [Libro] / aut. Betanzos Juan. - Cochabamba : Arol, 1992.

Terrado Pablo, J. (1999). Metodología de la investigación en toponimia. Zaragoza: INO Reproducciones.

Torrez, G. (s.f.). Sobre toponomástica. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Umpierre, L. (2020). Turismo y medio ambiente.

WTO. (s.f.). Obtenido de www.wto.org › spanish › tratop_s › tpr_s

ANEXO