

ESTUDIO DEL ARTE MUSICAL DE LA CIUDAD DE SAN JUAN COMO RECURSO PLAUSIBLE PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES

Lic. Gabriela del Valle Lucero Manzano

Gabriela.lucero237@gmail.com

Directora: Mg Érica Navarro

Introducción:

La Ciudad de San Juan cuenta con una oferta y demanda turística crecientes, pero aún tiene áreas en las cuales puede mejorar, con lo cual es importante llevar a cabo permanentemente una búsqueda de nuevos productos que atraigan a mayor cantidad de visitantes.

En este sentido, la música, patrimonio presente en todas las culturas del mundo, es un lenguaje que expresa infinidad de emociones e ideas, debido a la inmensa variedad de estilos y géneros que presenta. Ésta tiene como principal uso el del entretenimiento, pero también tiene otros usos, por ejemplo, para la mejora de las enfermedades físicas o sociales, para la publicidad, o para la ambientación.

Existen miles de personas que buscan la música en sus momentos de ocio, y que están dispuestas a pagar para conocer una sala de conciertos, asistir a un concierto de rock o música clásica, participar en un festival de música, e incluso visitar la casa natal de su artista favorito. Esto implica un movimiento de una cadena productiva en la cual el turismo a escala mundial tiene un papel fundamental. San Juan cuenta con un importante número de músicos, formados en el ámbito local, con excelente nivel profesional y humano; y recursos, como por ejemplo la escuela de música de la Universidad Nacional de San Juan que tiene alto prestigio a nivel internacional. Es importante el reconocimiento de la sociedad del valor que representan los recursos musicales provinciales y la calidad profesional de sus músicos, además de los beneficios intelectuales y emocionales que conllevan.

En este marco, este trabajo presenta brevemente los resultados de la investigación realizada en el marco de la tesis de grado de la autora, cuyo estudio se orientó a explorar la posibilidad de utilizar la música como recurso para la creación de nuevos productos turísticos más sostenibles que sean capaces de satisfacer las nuevas necesidades de la demanda. Es decir, se estudió la posibilidad de transformar el recurso música en un atractivo turístico de la ciudad de San Juan, y consecuentemente en un producto turístico sostenible, logrando así dar a conocer nuestra música a los turistas que visitan San Juan. Para ello fue necesario conocer la dinámica del turismo receptivo de la ciudad, relevar los recursos musicales de la misma, y realizar un diagnóstico de la oferta musical de San Juan para compararlo con casos de destinos desarrollados, que permitió estudiar de qué manera se podía integrar la misma a la oferta turística provincial.

A continuación, se presenta una breve síntesis del marco conceptual a partir del cual se abordó el estudio dando cuenta de la definición de Turismo Musical y sus modalidades. Seguidamente se hace mención al

abordaje metodológico dando cuenta del enfoque utilizado y los principales instrumentos de recolección y análisis de la información. Finalmente, se presentan los resultados y reflexiones finales a los que se arribó, en donde se buscó realizar una propuesta de producto turístico cuyo recurso principal fue la música, de manera que se pudiera implementar esta nueva modalidad que está en auge a nivel mundial, mediante la tematización y la diversificación de la oferta turística sanjuanina. Esto también tendría un beneficio importante para la oferta musical de la ciudad, ya que a su vez puede significar un apoyo importante a los artistas locales.

Marco Conceptual

Turismo Musical

La música es un producto cultural, y es parte del patrimonio de toda sociedad. Dado que toda cultura conocida ha tenido manifestaciones musicales, aparece en todas las sociedades y épocas. La expresión de las ideas a través de la música lleva una estrecha conexión con los demás aspectos de esa misma cultura, como la organización política y económica, la vida de los compositores, las ideas estéticas de cada comunidad y la visión acerca de la función del arte.

Frente a los últimos cambios en el contexto mundial, tanto económico como social y tecnológico, comienza a establecerse la necesidad de especialización, de dirigirse a segmentos cada vez más específicos. En una de las más recientes transformaciones del turismo, la música, en distintos géneros, se ha convertido en una nueva razón para viajar, y por lo tanto en un mercado para turistas en una industria.

Es así que con la búsqueda de satisfacer estas necesidades utilizando la música como recurso turístico, comienza a surgir un nuevo tipo de producto turístico que ha adoptado el nombre de turismo musical. Si bien no es un término que haya sido investigado con profundidad, algunos autores ofrecen una definición, tal como lo hace Beatriz Nuñez Guzmán (2011):

“Turismo Musical se refiere a cualquier acto de visita con el objetivo de participar en un espectáculo musical, visitar lugares que fueron fuentes de inspiración para alguna música o letra, o conocer sitios o cosas relacionadas con la música y sus autores.”

No existe una única definición del turista musical, debido a que hay una multiplicidad de turistas en todos los sitios, con distintas formas de pensar sus viajes. Cada uno de ellos ve y experimenta los sitios de manera diferente y encuentran la satisfacción de forma distinta en la misma experiencia. Por otra parte, no todos los turistas se relacionan con la música de la misma manera.

Modalidades de turismo musical

Hay muchas formas de relacionar el turismo con la música. Al llevar a cabo esta conexión, se le puede otorgar a la música el valor económico y social que permitirá convertir el recurso en atractivo, para combinarla con el turismo y así crear un impulsor del desarrollo de una comunidad.

Algunas formas de música tienen lugar a gran escala – ciudades enteras con historias musicales, donde ese patrimonio es parte de campañas turísticas y es central para su desarrollo económico. En una escala menor, algunos sitios particulares se han convertido en lugares turísticos, desde estudios de grabación a capillas, lugares de nacimiento y museos.

El auge del turismo cultural, relacionado con el patrimonio, ha resultado en la creación deliberada de destinos turísticos musicales, algunos solo con un pequeño vínculo al artista, pero al adquirir esa dimensión, se convierte en un nuevo destino turístico.

El turismo musical conlleva una nueva variedad de posibilidades, involucra más gente y destinos y resulta en nuevas formas de gasto.

Se pueden identificar a grandes rasgos dos modalidades de relacionar la música con el turismo: aquellas que se dan tomando el aspecto intangible de la música y aquellas en las cuales se tangibiliza la actividad musical.

Dentro de las primeras se encuentran básicamente aquellos eventos cuyo principal atractivo es la música en vivo. Con esto nos referimos a:

- Festivales: han tenido un importante impacto económico en las comunidades. Ayudan a cubrir el vacío dejado por la estacionalidad y requieren menos inversiones en infraestructura. Tienen amplias posibilidades de especialización, con lo cual hay muchos nichos que una ciudad puede cubrir. Genera vínculos con otras actividades como la restauración o la educación musical. A su vez son espacios para artistas emergentes y oportunidades de trabajo para los mismos. Contribuyen además a la imagen de la ciudad y son espacios de socialización.
- Bandas de gira: Son una de las fuentes más comunes del turismo musical. Además de ser una opción de esparcimiento para los residentes, las personas que son admiradores apasionados siguen a sus bandas favoritas alrededor del país, o viajan para verlos tocar en un lugar favorito. Muchos de ellos incluso aprovechan para tomarse vacaciones y quedarse más días. Este comportamiento ofrece beneficios a la economía local y puede ser una gran fuente de ingresos, ya que implican el uso de transporte para llegar, la compra de la entrada, comida y alojamiento, estimulando toda una cadena productiva. Si la gente disfruta su estadía en el área, pueden llegar a regresar, aún si no hay otro concierto o recital.

Por otro lado, se puede establecer una conexión a través del aspecto tangible de la música, es decir aquellos sitios u objetos que son representativos de una parte del proceso de creación y difusión de la música, ya sea relacionado a un artista en particular o a un género.

Según un estudio realizado por UK Music (2013), el patrimonio musical tangible puede ser dividido en dos categorías:

- Exhibiciones y atractivos con entrada paga: son los lugares dedicados a recibir a una amplia variedad de admiradores de la música y turistas. Pueden ser museos, exhibiciones, etc., cuya temática central es la música.

- Lugares históricos y sitios icónicos: son lugares de interés para los fanáticos de la música, sitios que han sido identificados tan fuertemente con la música que se han convertido en sitios turístico, en respuesta a la movilidad y nostalgia.

Gibson y Connell (2005) detallan una serie de modalidades de relacionar el turismo con la música, que podrían ser incluidos dentro de la clasificación anterior:

- Sitios de Creatividad: Estos son los lugares donde se hicieron grabaciones famosas, que fueron sede de escenas musicales célebres o fueron el hogar de compositores y artistas reconocidos. Son sitios a los cuales la música les ha dado autenticidad (o viceversa), atrayendo a fanáticos que buscan experimentar el ambiente social y cultural en que esa música fue creada.
- Sitios de producción: el trabajo que se realiza en un estudio de grabación es una pequeña parte del proceso de creación y difusión de la música. Estos son espacios concretos en donde es posible imaginar a los músicos experimentando y creando. Consecuentemente, algunos de los estudios más famosos han tomado importancia como sitios turísticos, a través de asociaciones con álbumes famosos.
- Lugares de presentación: Los lugares de presentación también se han convertido en sitios turísticos, especialmente si aún se usan para ello. Algunos lugares eran asociados con estilos o artistas particulares; otros son simplemente sitios arquitectónicos famosos, esplendorosos por sí mismos.

Estas modalidades de turismo musical no son mutuamente excluyentes, habiendo casos en que los destinos han sabido combinar ambos aspectos de la música como herramienta para promover el turismo e incluso han logrado revitalizar ciudades. En este caso Gibson y Connell identifican:

- Ciudades Show: Son ciudades que se dedicaron a la presentación musical, crearon teatros, diseñaron una marca y la vendieron al resto del país, no solo para fomentar el desarrollo económico, sino también para preservar un estilo musical en particular o el patrimonio cultural. Son ciudades que en otras circunstancias no tendrían ninguna importancia, y lograron insertarse en el mercado turístico a través del establecimiento de una marca relacionada con la música.
- Paquetes e Itinerarios: Muchos lugares eligieron construir circuitos y tours musicales, algunas tomando ventaja de la historia musical, otros de sitios físicos para que los turistas vean. A través de una serie de placas en las paredes de los estudios, teatros y lugares de reunión, e incluso los cementerios se han creado nuevos atractivos turísticos musicales. Hay agentes de viajes y tour operadores que se especializan enteramente en vacaciones musicales, tomando desde festivales individuales hasta giras más grandes.
- Lugares de letras: Un gran número de lugares han sido inmortalizados en letras de canciones. Estas canciones suelen expresar la nostalgia por el país de origen, y sirven

para poner en el foco de atención a sitios olvidados o con pocos atractivos. Las canciones suelen ser usadas para la promoción de aquellos lugares.

- Tours guiados: Muchos lugares ofrecen tours guiados de sitios físicos y salas de música en vivo. Las guías de turismo musical se volvieron populares a mediados de los 90s, y era una forma de medir el aumento de la popularidad del turismo musical, ya que el rock, en vez del jazz o la música clásica, ha generado la mayoría de las guías.

Diseño metodológico

Esta investigación tuvo por objetivo conocer la realidad de la actividad musical de la Ciudad de San Juan y las posibilidades de la misma de incorporarse a la oferta turística de la ciudad. Se buscó describir la situación concreta de los recursos musicales de la ciudad, y sus rasgos diferenciadores, para realizar un diagnóstico de los mismos, por lo cual es una investigación básica de tipo descriptiva. Por otro lado, se buscó caracterizar la demanda turística y musical de la ciudad de San Juan, para detectar las preferencias y necesidades de quienes podrían ser los posibles consumidores del producto del tipo estudiado. A partir de esa descripción se realizaron propuestas de turismo musical en San Juan.

La metodología cuantitativa fue necesaria para realizar una descripción sistemática de la actividad turística y musical de la ciudad, buscando información objetiva. Por otro lado, se utilizó la metodología cualitativa porque se buscó la opinión de los músicos de su quehacer cotidiano, visión, valores y motivaciones. Además, se buscó conocer la actitud y apertura de los turistas de San Juan ante un producto cuyo principal componente sea la música.

La primera variable analizada fue la de la oferta musical de San Juan, y la dimensión para su descripción es la de su potencialidad para el uso turístico. La herramienta utilizada fue el relevamiento con fichas de los principales atractivos musicales de la ciudad, buscando describir sus componentes más importantes. Esto permitió conocer su situación, su dinámica de funcionamiento y su comportamiento. Para llevar a cabo este procedimiento se utilizaron las técnicas de observación y de entrevistas a informantes clave, a las personas que se considera que tienen una trayectoria importante en el ámbito musical de la Ciudad de San Juan, y que tienen un quehacer musical cotidiano del cual viven y trabajan. La segunda variable analizada fue la demanda musical de San Juan. La dimensión que se analizó de la misma es el comportamiento y las preferencias de los demandantes. El procedimiento para ello fue la realización de encuestas al público de los conciertos, festivales y a los visitantes de la provincia. Las encuestas se realizaron a través de Google Forms, por medio de redes sociales, y a turistas interpelados en forma personal en el Ministerio de Turismo de la provincia y la terminal de ómnibus. El objetivo de las mismas fue conocer la opinión de la comunidad sanjuanina y del turista que visita San Juan con motivaciones musicales (ya sean primarias o secundarias).

Diagnóstico FODA

Para la elaboración del diagnóstico del presente trabajo se ha optado por la realización de un análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. El análisis FODA permitió

conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

El análisis interno permite definir las fortalezas y debilidades del objeto de estudio: identificar aquellas destrezas y ventajas y los principales problemas y factores desfavorables y críticos. En este análisis el contexto interno que se plantea es el del Turismo Musical en la Provincia de San Juan.

A su vez, el fenómeno analizado interactúa con su entorno externo, necesítandolo para su existencia y crecimiento, constituido por los organismos, personas, legislación, competencia, entre otros, que afectan directa o indirectamente a la actividad. Estas variables se corresponden con las oportunidades y amenazas. Entre sus dimensiones, abarca el entorno político legal, económico, socio-cultural y tecnológico. El contexto externo analizado en este trabajo es el turismo de interés especial en la Argentina. El turismo de intereses especiales hace referencia a tipos de viaje basados en motivaciones específicas más allá de los objetivos habituales de vacaciones. Son los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.

Con la información obtenida se elaboró el siguiente diagnóstico:

TABLA 1: Matriz FODA del Turismo musical en San Juan.

Fortalezas	Debilidades
Oferta musical amplia, variada y de muy buena calidad en los sitios musicales de San Juan	Falta de integración en la comunidad musical de San Juan, caracterizada por una rivalidad entre el ambiente de educación musical formal y no formal.
Inclusión del Auditorio Juan Victoria y del Museo de Bellas Artes al circuito cultural de la ciudad	Escasa difusión de las actividades musicales en la comunidad local
Presencia de profesionales calificados y con extensa trayectoria tanto en el área de turismo como la de música	Escasa o nula presencia de la actividad musical en la promoción turística de San Juan
Presencia de la Escuela de Música, una institución de educación musical con amplia trayectoria y con áreas de reconocimiento nacional e internacional	Falta de sensibilización de los proveedores sanjuaninos de servicios turísticos de la importancia y beneficios que conlleva la actividad cultural
Instituciones de fomento de la música y las actividades en general con presencia histórica en San Juan	Dificultades para la financiación de eventos
Presencia de infraestructura adecuada para la realización de actividades musicales	Uso inadecuado de las salas de conciertos, provocando el deterioro de las mismas.
Existencia de una planta turística amplia y variada,	Dificultades en la programación de actividades debido a la ocupación imprevista de las salas
	Altos costos de salas para conciertos y de impuestos

Fortalezas	Debilidades
<p>ubicada en las cercanías de los centros de interés musical</p> <p>Existencia de un circuito turístico cultural de la ciudad que va ganando protagonismo en la promoción turística de la provincia, al igual que el turismo de eventos.</p> <p>Presencia de festivales musicales con excelente posicionamiento a nivel nacional e internacional</p> <p>Actitud positiva de los actores ante la posibilidad del desarrollo del turismo musical.</p> <p>Construcción de edificios musicales nuevos: Teatro del Bicentenario y Escuela de música</p> <p>Interés de la comunidad sanjuanina para una propuesta de turismo música</p>	<p>a la reproducción de música</p> <p>Nivel de calidad desequilibrado en la enseñanza de música en San Juan.</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>Tendencias favorables en el mercado de turismo musical global, con casos de éxito destacable en distintos países.</p> <p>Mercado musical con amplios criterios de segmentación que posibilitan la diversificación de la oferta turística.</p> <p>Apoyo y fomento del gobierno nacional a la construcción de edificios culturales.</p> <p>Aprovechamiento del tango como recurso turístico en la Ciudad de Buenos Aires.</p>	<p>Falta de apoyo del estado a las actividades culturales</p> <p>Dificultad de acceso a fuentes de financiamiento</p> <p>Prejuicio de la comunidad hacia los músicos</p> <p>Escaso aprovechamiento del recurso música en el turismo en el ámbito nacional, con una demanda reducida.</p> <p>Surgimiento de otras tipologías de turismo que tienen presencia importante en el mercado.</p> <p>Productos de turismo de interés especial que cuentan con un desarrollo sostenido y consolidado en el tiempo.</p>

Resultados

Programa de desarrollo del turismo musical de la Ciudad de San Juan

Este programa tiene como propósito el desarrollo de la Ciudad de San Juan como destino turístico competitivo a través de la tematización bajo el concepto de la música, teniendo en cuenta los resultados del diagnóstico previo, buscando afianzar las fortalezas, aprovechar las oportunidades, corregir las debilidades y defenderse de las amenazas.

Con la implementación de este programa, se puede lograr la diversificación de la oferta de actividades de esparcimiento tanto para la población local como para el visitante, a través de un impulso de la actividad musical. Esto permitirá además una mejora en la educación de la población y la protección del patrimonio cultural local. Con la creación de nuevos productos bajo la premisa de la sostenibilidad, se generará una redistribución de los ingresos a través de la creación de empleos productivos.

La diversificación de la actividad cultural contribuirá además a la proyección de la imagen de la ciudad a nivel nacional e internacional como destino turístico.

Este programa plantea una serie áreas de trabajo orientadas a los distintos componentes del sistema turístico de San Juan, para cada una de los cuales se presentan distintas líneas estratégicas y lista de acciones a llevar a cabo.

Misión: Promover el desarrollo equilibrado y sostenido del turismo musical en la Ciudad de San Juan para mejorar la competitividad como destino turístico y contribuir a la protección del patrimonio cultural y a la mejora de la calidad de vida de sus residentes.

Visión: Posicionar a la Ciudad de San Juan a nivel nacional e internacional como destino obligatorio de turismo cultural, caracterizado por la calidad y excelencia de la práctica de actividades artísticas.

Esquema: Estrategias de desarrollo del turismo musical en San Juan



Fuente: elaboración propia

Reflexiones finales

El trabajo realizado en esta investigación permitió una mirada global de la realidad turística y musical de la Ciudad de San Juan, analizando las posibilidades de las mismas de ser integradas en un solo producto, y las acciones necesarias para hacerlo, superando los obstáculos existentes y logrando una mejora en las condiciones de cada uno de los sectores.

Se puede afirmar que la Ciudad de San Juan tiene un enorme potencial para el desarrollo de productos turísticos y culturales basados en el recurso música, tal y como se había planteado en la hipótesis al comienzo de esta investigación, aunque aún existen una serie de obstáculos que dificultan el desarrollo de un potencial producto.

La perspectiva del desarrollo endógeno permitirá que, bajo iniciativas locales, se creen productos con la participación de la comunidad local y que se orienten a su propia satisfacción, fomentando la atmósfera productiva del territorio y generando ventajas competitivas para la ciudad como destino turístico.

Esto permitirá la apertura de nuevos espacios de trabajo no solo para los profesionales en el sector turístico, a partir del manejo de nuevos flujos turísticos que esto pueda permitir, sino también para la comunidad musical, abriendo las puertas a nuevos públicos y permitiendo mayor cantidad de lugares de expresión y producción, generando nuevas oportunidades de empleo.

La música es un recurso cultural que, tanto en su aspecto intangible como tangible, puede constituir una ventaja competitiva para San Juan como destino turístico, diversificando la oferta mediante la segmentación, y enriqueciendo la experiencia del visitante. Son muchas las formas en que la música y el turismo se pueden relacionar, y todas pueden ser llevadas a cabo en la provincia mediante el manejo adecuado. San Juan puede aprovechar estas oportunidades para seguir creando productos turísticos musicales a largo plazo y de manera sostenida. Es importante continuar fomentando la calidad de la enseñanza de la música en San Juan, para mantener un nivel de producción elevado y lograr la excelencia en la música interpretada o creada en San Juan.

A su vez, el desarrollo del turismo musical puede generar a largo plazo la integración de otras artes a la oferta turística provincial, en una sola propuesta global de turismo creativo y cultural, aprovechando los mismos sitios en que se dan las expresiones musicales, e integrándolas con otros tipos de artes. Las experiencias de turismo creativo se destacan cada vez más a nivel mundial, y son una forma de generar beneficios no solo en la dimensión económica sino también en la dimensión socio-cultural, logrando que los pueblos rescaten y protejan su patrimonio artístico histórico y actual. San Juan no solo tiene una gran cantidad de manifestaciones artísticas de elevada importancia, sino también un público ávido de consumirlas, con lo cual nos vemos ante el deber de fomentarlo hacia su máxima expresión.

Bibliografía:

- **BRET CAMPBELL**, Richard (2011) *“A Sense of place: Examining music-based tourism and its implications in destination venue placement.”* – University of Las Vegas
- **GIBSON**, Chris y **CONNELL**, John (2005) *“Music and tourism, On the Road Again”*. Channel View Publications. Clevedon, Reino Unido
- **NUÑEZ**, Beatriz (6 de Diciembre de 2011). *“Turismo Musical”*. *Taller de Turismo II*. [Mensaje de un blog]. Recuperado de: gtc2011stgo.blogspot.com.ar/2011/12/turismo-musical-el-turismo-musical.html
- **TRESSERRAS**, Jordi Juan (2003) *“La tematización cultural de las ciudades como estrategia de desarrollo a través del turismo”*. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural
- **UK MUSIC** (2013) *“Wish you were here. Music Tourism’s contribution to the UK economy”*. Visit Britain. Londres, Reino Unido.
- ----- (2014) *“Imagine. The Value of Music Heritage tourism in the UK”*. Visit Britain. Londres, Reino Unido.