



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

Licenciatura en Turismo

***LAS FIESTAS POPULARES, COMO IMAGEN DE MARCA
IDENTITARIA PERCIBIDA POR LOS RESIDENTES DEL
LUGAR***

***CASO DE ESTUDIO: FIESTA NACIONAL DE PEÑAS Y
FORTINES, CIUDAD DE LAS FLORES***

2017

Autor: Manzo, María Luz

Legajo: 80305/8

Mail: Maria_luz_13@hotmail.com

Director: Coelho, Martin

Fecha de entrega: 29 de marzo de 2017

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a todos aquellos que estuvieron conmigo este tiempo:

A mi familia, que estuvo siempre acompañándome a lo largo de la carrera.

A mi novio, por ser mi sostén incondicional.

A mis amigos, por haber compartido días de estudio y noches de diversión.

A mis compañeros de la facultad, que hoy pueden llamarse amigos, por ayudarme y aconsejarme en todo momento.

A mi director, Martin, por apoyarme y estar siempre a disposición.

Contenido

RESUMEN.....	3
INTRODUCCION.....	4
OBJETIVOS.....	5
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos.....	5
METODOLOGIA.....	6
CAPITULO 1 - Marco Teórico.....	8
Parte 1: Definiciones de Identidad y Tradición.....	8
Parte 2: Las Fiestas Populares.....	10
Parte 3: Imagen de marca.....	11
CAPITULO 2 - La Fiesta Nacional de Peñas y Fortines.....	15
La Fiesta.....	15
Historia: La fiesta en sus comienzos.....	16
Centro Tradicionalista “La Tacuara”.....	17
La Fiesta hoy (2016).....	18
CAPITULO 3– Investigación, análisis y resultados.....	25
Entrevistas.....	25
Encuestas.....	25
CAPITULO 4 – Resultados de la Investigación cuantitativa.....	27
CAPITULO 5- Conclusiones.....	41
Conclusión.....	41
Recomendaciones.....	42
BIBLIOGRAFIA.....	43
ANEXOS.....	47
<i>Anexo 1: Mi Observación 26/11/2016</i>	47
<i>Anexo 2: Modelo de encuestas</i>	49
<i>Anexo 3: Modelo de entrevistas y respuestas</i>	53
<i>Anexo 4: Las diferentes Fiestas Populares de la ciudad de Las Flores</i>	58

RESUMEN

El tema general de este trabajo de investigación es la imagen de Marca Ciudad. El caso de estudio es la Fiesta Nacional de Peñas y Fortines, en la ciudad de Las Flores. Se analiza desde el punto de vista de los residentes, si ellos consideran a la fiesta como identitaria para que luego pueda servir de apoyo para la creación de dicha marca.

En primera instancia se desarrolla un marco teórico, donde se plasman los conceptos de identidad, tradición, imagen de marca y fiestas populares.

Luego, se realiza una breve reseña de la fiesta a analizar, Peñas y Fortines, como fue en sus comienzos y como es la fiesta hoy en día.

En el tercer capítulo, por un lado, se muestran las entrevistas realizadas a referentes locales y, por otro, las encuestas efectuadas a residentes y turistas.

Luego, a partir de la información obtenida se efectúa un análisis para determinar cuáles atributos son los identitarios elegidos por los locales para la creación de la marca ciudad.

Para concluir, se proponen acciones a implementar para el desarrollo de ésta imagen de marca a nivel local y se sugieren posibles estrategias y acciones a desarrollar para la creación de nuevos productos complementarios.

Palabras claves: identidad-marca ciudad-fiesta popular-cultura-marketing de ciudades.

INTRODUCCION

En la siguiente investigación se propone identificar y describir los elementos y características de las fiestas populares de la ciudad de Las Flores, con el fin de crear una imagen de marca en la cual la comunidad local se sienta identificada. Se busca comprender si las fiestas populares son una forma de mostrar identidad. Por otro lado, específicamente se analizará la fiesta que se considera más relevante: Peñas y Fortines. Se recopilará información de la fiesta, quienes las organizan, su identidad e historia.

Dicha fiesta lleva más de 30 años realizándose como festival. Recibe gran cantidad de visitantes y con actividades como estas, la ciudad asume su compromiso por mantener vivas las tradiciones locales mediante la difusión de danzas, canciones y costumbres que son propias de la cultura de la ciudad.

Las fiestas son el espacio extraordinario donde se manifiestan y expresan los símbolos que definen las identidades. Es en ellas donde, de manera extraordinaria, un grupo celebra y refuerza su identidad colectiva. La importancia de las fiestas está dada por el modo en que se desarrollan, cómo se las entiende y el valor y función social que tienen, así como los sentidos y significados dados a los espacios creados y recreados (Pizano Mallarino, et al, 2004). Dichos significados y sentidos deben tenerse en cuenta en todo momento, ya que si se pierde, pero se sigue recreando la fiesta, puede que sólo se asista a la reproducción caricaturizada de la misma, sin valor social alguno más que lo comercial (Agudo Torrico, 1998).

La identidad se presenta como “un conjunto de percepciones y asociaciones que caracterizan inmediatamente a los espacios, y se transforma en el vehículo principal de diferenciación frente a los otros (Fernández y Paz, 2005). La construcción y consolidación de la identidad es importante porque refuerza el necesario sentido de pertenencia de la población local, lo que a su vez facilita la movilización en torno a los objetivos trazados en programas de desarrollo (Fernández, 1997).

Por otro lado, intervienen entremezclados, los conceptos de identidad e imagen. En la marca es fundamental su perfil cultural que supone la suma de valores y normas que son compartidas por personas y grupos de una organización y que controlan la manera de interactuar unos con otros y ellos con el entorno. En este sentido, los eventos tradicionales son el centro de la vida social y cultural de todas las ciudades y pueblos. Es la celebración máxima que unifica a todos los habitantes de ese lugar y que proporciona sensación de pertenencia. Pero además de simbolizar la unidad de esa ciudad, sus habitantes e instituciones, es en gran parte de las ocasiones, la carta de presentación de la ciudad ante sus visitantes (Bernard- Camacho, 2010). Se denomina en términos de *marketing* “posicionamiento”, esto es, que la Marca logre un lugar en la percepción de un ciudadano o consumidor (Cotorruelo, 2001).

Esta tesis será un nuevo aporte para la ciudad de Las Flores, para dar a conocer su cultura y rasgos identitarios y para ayudar a construir una marca ciudad más fuerte.

OBJETIVOS

Objetivo general

Determinar, si los residentes de la Ciudad de Las Flores consideran a la Fiesta Nacional de Peñas y Fortines como identitaria para ver la necesidad de implementar una imagen de marca ciudad que los represente, y si es posible relacionar aspectos de la Fiesta con esa marca.

Objetivos específicos

- 1- Construir un marco teórico definiendo los conceptos de Identidad, Tradición, Fiesta y Marca Ciudad, para interpretar las valoraciones que asume el hecho turístico.
- 2- Averiguar si los residentes reconocen la existencia de una marca ciudad, reconocen las diferentes fiestas de la ciudad y si se sienten identificados y muestran apego por la cultura e historia de la Fiesta Nacional de Peñas y Fortines.
- 3- Identificar cuáles son los atributos de la Fiesta que los residentes mas destacan y que pueden utilizarse como base para la creación de una imagen de Marca Ciudad.

METODOLOGIA

Con el fin de tratar de responder las preguntas anteriormente planteadas se apeló a una metodología de investigación cualitativa para la que se recurrió al análisis de fuentes secundarias, observación participante e interpretación de entrevistas. Y también se realizaron encuestas a residentes y a turistas, para obtener información cuantitativa específica.

En primer lugar se realizó un relevamiento bibliográfico para definir conceptos teóricos claves, como Identidad, Tradición, Fiesta, Imagen de Marca, ya que según Rosana Guber (2004) en toda investigación antropológica jamás se pierden de vista los conceptos teóricos, sino que se intentan reconocer en el campo de qué modo se especifican y resignifican.

Luego, a través de fuentes secundarias se hizo una breve descripción de la Fiesta Nacional de Peñas y Fortines desde su comienzo, poniendo énfasis en los motivos que llevan a realizarla año tras año.

Durante la última edición de la Fiesta, se realizó una observación participante, la profundidad de dicha observación dependió de las circunstancias de la celebración, de la relación que se estableció con los participantes seleccionados y el grado de aceptación de éstos con mi persona (Guber, 2004). Se trató de buscar atributos que representen e identifiquen a los locales para obtener información útil que sirva como disparador de atributos a tener en cuenta para la creación de una imagen de marca.

Además, durante la realización de la fiesta se realizó la investigación cuantitativa entre los participantes, a través de la realización de encuestas con preguntas cerradas estructuradas tanto a residentes como a turistas mayores de 18 años, para conocer entre otras cosas, su opinión sobre la fiesta, la ciudad.

A los fines de esta investigación, se van a considerar como residentes, en este caso, a todas aquellas personas que, además de residir en forma permanente en la ciudad de Las Flores, desarrollan generalmente sus actividades familiares, sociales y económicas en la ciudad.

Por otro lado, se realizaron encuestas también a turistas, que a los fines de esta investigación es todo aquel no cumple con la condición de residente, debido al grado de relevancia turística que tiene el evento popular, ya que años tras año se incrementa el número de personas que concurren a la fiesta de peñas y fortines para revivir los rasgos identitarios, culturales y folclóricos que contiene la misma.

Por último, también se llevaron adelante entrevistas individuales a integrantes de la comisión que organiza la Fiesta Peñas y Fortines, todos residentes de Las Flores, para poder conocer su visión desde la organización, lo que quieren transmitir, lo que significa para ellos la fiesta siendo residentes y exponer la importancia que tiene la fiesta desde su punto de vista, ya que son los mismos residentes de Las Flores los que no solo participan de la fiesta sino que trabajan en conjunto para llevar adelante la realización del evento.

Con las respuestas obtenidas, y junto con el análisis de la observación, se realizó una interpretación para verificar si Peñas y Fortines es percibida como identitaria por los residentes. Teniendo en cuenta siempre las respuestas extraídas de sus relatos, para poder realizar las conclusiones y responder a las preguntas planteadas como objetivos de la presente investigación.

CAPITULO 1 - Marco Teórico

En este capítulo se establecen los conceptos y definiciones vinculados con la investigación, estos conceptos conforman el marco teórico del objeto de estudio. Se divide en 3 partes, la primera define los conceptos de Identidad y Tradición, la segunda las Fiestas Populares, y la última parte trata sobre la Imagen de Marca Ciudad y Citymarketing.

Parte 1: Definiciones de Identidad y Tradición.

Identidad

Al hablar de identidad se parte haciendo referencia al autor Homobono, José Ignacio, quien en su obra "Fiesta, tradición e identidad local" desarrolla este concepto (1990). Identidad es sinónimo de estabilidad, permanencia, continuidad en el tiempo, tradición en suma. Uno de los sentidos generalmente atribuidos al concepto de identidad sería el de permanencia e igualdad de la sociedad consigo misma a lo largo del tiempo, es decir como antítesis del cambio.

Entonces, la característica principal de la identidad en este caso sería el sentimiento de permanencia, ya que se explicita o potencia mediante los eventos festivos. La fiesta en si presupone una unidad y a través de los actos festivos es donde se reproduce la identidad local. La identidad es vivida como sentimiento de pertenencia. "En la fiesta, el individuo pierde una porción de su autonomía, que sólo podrá encontrar en la comunidad, y en esta comunidad cede su posición social a favor de la igualdad del festejo común" (Schultz, 1993: 12).

Para Arévalo (1998) la identidad es una construcción social que se fundamenta en la diferencia, en los procesos de alteridad o de diferenciación simbólica. Y la imagen de la identidad se conforma desde la percepción interior y desde la visión exterior. Por una parte está el cómo nos vemos (adscripción voluntaria), y por otra, el cómo nos perciben (identificación).

Por su parte, el autor Giménez Gilberto en su artículo Territorio Cultura e Identidades (1996) relaciona el concepto de identidad con el concepto de Territorio porque para él, el territorio constituye por sí mismo un "espacio de inscripción" de la cultura, ayuda a afirmar los símbolos identitarios, a forjar la identidad colectiva.

El territorio puede ser entendido como objeto de representación y de apego afectivo y, sobre todo, como símbolo de pertenencia socioterritorial y que los sujetos interiorizan el territorio integrándolo a su vida, a su ser. Giménez entiende que el territorio es un motor en la construcción de la identidad, porque para él la identidad no es sólo social sino espacial, y certifica esto cuando explica el concepto de la "desterritorialización" donde no significa que al abandonar físicamente un territorio, se deba abandonar la identidad forjada en el mismo, por el contrario, se puede migrar a tierras lejanas sin perder la referencia simbólica y subjetiva del territorio a través de la comunicación a distancia, la memoria, el recuerdo y la nostalgia. "Cuando se emigra a tierras lejanas, frecuentemente se lleva la patria adentro" afirma Giménez Gilberto (1996, PP. 8).

Para Prats (1998) la identidad es una construcción social, dinámica. Tiene un nivel de fijación y perduración en el tiempo, existen y coexisten distintas versiones de una identidad. Barretto (2007) coincide y, además agrega que la identidad se manifiesta pertenencia a ciertos grupos, donde la identidad es variable y muchas identidades coexisten en una persona, la individual y la colectiva.

Tradición

Cuando se habla de tradiciones es necesario hacer referencia al autor Juan Marcos Arévalo, quien define muy claramente la tradición como una idea que remite al pasado pero también a un presente vivo. Lo que del pasado queda en el presente eso es la tradición. Sería, entonces, la permanencia del pasado vivo en el presente.

Por eso, este autor afirma que la tradición no se hereda genéticamente, si no que se trasmite de generación en generación, un proceso social.

Se la considera como una construcción social que se elabora desde el presente sobre el pasado. No es el pasado el que produce el presente, sino a la inversa, el presente quien configura al pasado (G. Lenclud: 1987). El presente es el legado cultural en marcha, con significado social, que carga a la tradición de sentido. La tradición, de tal modo, más que padre es hija del presente.

Por otro lado, la noción de tradición ha sido asociada por Georges Balandier con la memoria del pasado, en cuanto a acumulación de experiencias y conservación de modelos de actuación¹. Para este autor, la tradición es un «conjunto de valores, símbolos, ideas y coacciones que determinan la adhesión a un orden social y cultural justificado por referencia al pasado». En tanto que práctica social reguladora de las conductas actúa como tradicionalismo, suscitando la conformidad, la repetición de las formas sociales y culturales². La tradición posibilita la continuidad de ciertos rasgos sociales y culturales, cuyo contenido se ha modificado en una sociedad sometida a constante cambio, recurriendo a acciones simbólicas o rituales³.

Para Balandier, la noción de tradicionalismo implica continuidad, en tanto que la modernidad significa ruptura, definiéndose aquél mediante la conformidad a unas normas inmemoriales, las que el mito y la ideología dominante afirman y justifican, las que la tradición transmite a través de un conjunto de procedimientos⁴.

¹ Cfr. BALANDIER: El desorden ..., op. cit., p. 35.

² BALANDIER, G.: Teoría de la descolonización ..., op. cit., p. 205

³ 43. *Ibidem*, p. 208. 44.

⁴ BALANDIER: Antropología política. pp. 194-195.

Asimismo, Homobono, otro referente del tema, hace alusión a que la tradición, por definición, es la transmisión de un pasado histórico, legendario y/o religioso mediante transmisión oral, sin mediación de documentos escritos que acrediten su fiabilidad histórica. Por contraste con la efímera existencia de los individuos y la provisionalidad de los grupos sociales, la tradición asume connotaciones de esencial y de permanente.

El recurso a la misma para legitimar conductas estereotipadas es frecuente, ya que dota a éstas de una seguridad más allá de toda contingencia.

Pero, lejos de agotarse en la pura y simple conservación, la tradición es capaz de integrar nuevos elementos, ensamblándolos a los preexistentes.

Expresa, también, que la tradición se reproduce ritualmente, y estos inculcan valores y normas de comportamiento, lo que necesariamente implica continuidad con el pasado. El ritual, claramente constituye un instrumento tradicionalizado.

Parte 2: Las Fiestas Populares

Una fiesta popular es un hecho cultural colectivo que evoca un ser o un acontecimiento sagrado o profano a través de ceremonias, rituales, festejos o actos conmemorativos, en donde las creencias, los valores, los sabores, la memoria y la historia local salen a relucir con ritmo festivo. La fiesta es transmitida por tradición, tiene permanencia y evoluciona en el tiempo, y la comunidad que la celebra la dota de significados. Por eso, las fiestas tienen un significativo valor cultural y son consideradas como parte central del patrimonio inmaterial de un pueblo por la “Convención para la salvaguardia del patrimonio mundial inmaterial”, adoptada por la Conferencia General de UNESCO en el año 2003.

Por otro lado, la Subsecretaría de desarrollo turístico (2013), en su informe técnico conceptual destaca que las fiestas populares son una clara representación de la tradición cultural de los territorios que han sido incorporadas, ya hace muchos años, en los inventarios de recursos que sirven de base para el desarrollo de los espacios y destinos turísticos. En algunos casos, llegan a convertirse en un atractivo turístico en sí mismo, llegando a congregarse multitudes por su propia significancia a nivel nacional. En otros casos, actúan como atractivos complementarios en los destinos, agregando valor a la experiencia turística ofertada. El desarrollo de este tipo de eventos, contribuye a la preservación y puesta en valor de la identidad local, el folklore, los recursos históricos y artísticos, siendo la ocasión para reafirmar y expresar la pertenencia de las personas a cierta comunidad.

Homobono en sus dos investigaciones “Fiesta, Tradición e Identidad Local” (1999) y “Fiesta, Ritual y Símbolo. Epifanía de las Identidades” (2004) manifiesta que la fiesta contribuye a significar el tiempo y las identidades. Es una tradición de reproducción de la identidad comunitaria, actúa como dispositivo en la producción de la memoria compartida. La fiesta adquiere un significado especial, es un símbolo identitario que reafirma valores y creencias puestas en escena como muestra de una imagen construida, viva y cambiante del “nosotros” hacia el “resto”. Una de las funciones de la fiesta es la de expresar simbólicamente la identidad y la integración de la comunidad que la celebra. Ser parte de la fiesta no sólo marca el nivel de adscripción a una identidad específica sino el de sentirse parte de un colectivo compartiendo sus valores y así diferenciarse de otros.

Otro autor que se asemeja a lo mencionado por Homobono es YousyBaby Ramírez (2015), que en su texto “Las fiestas populares tradicionales, reflejo de la identidad cultural de las comunidades” afirma que las fiestas populares tradicionales, son una muestra característica de la cultura y por ende de la identidad cultural. Constituyen un suceso de obligada mirada en el tiempo, una visión integral como catalizadora de las expresiones identitarias. Resumen elementos socioculturales que son reflejo de una época, escenario ideal para estudiar la cultura integralmente concebida, vinculada a sucesos de la vida cotidiana de los hombres. Además, los conduce a una salida de esa cotidianidad. Las fiestas expresan huellas del tejido social que representan y cuyos intereses simbolizan y constituyen reflejo de la identidad cultural de un pueblo según su tradición.

A modo de conclusión, las fiestas son hechos culturales colectivos que evocan un ser o acontecimiento a través de ceremonias, rituales o actos conmemorativos. Son transmitidos por tradición, tienen permanencia y evolucionan, y las sociedades que las celebran las dotan de significados. Las fiestas crean un tiempo distinto al ordinario y recrean momentos extraordinarios de la historia colectiva. Su propósito es conservar la memoria y fortalecer la identidad del colectivo, son expresiones de la cultura que manifiestan su historia a través de la memoria, cargadas de nostalgia, anhelos, sueños, angustias y alegrías. Y sobre todo las fiestas son populares porque son consideradas el patrimonio vivo más querido de un pueblo. (PizzanoMallarino, et al, 2004).

Parte 3: Imagen de marca

Una marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica los bienes y servicios de un vendedor o grupo de vendedores, y los diferencia de los de los competidores (Kotler, Cámara, Grande, y Cruz, I. 2000).

Cuando se habla de marca, se refiere a que la imagen es un punto de vital importancia para las ciudades y regiones que desean tener un desempeño económico exitoso con la atracción de nuevas inversiones productivas y la expansión de sus ventas externas. Puesto que como señala Benko (2000, p. 71) “cada colectividad local es percibida de una manera por su administración, por las empresas y por las otras colectividades. Ella posee un número de imágenes que no tiene que ser el fruto de una comunicación pública. Estas imágenes resultan de acciones voluntarias y de la historia de la colectividad, pero también del lugar que ocupa el observador, el que percibe tal o cual imagen. Este fenómeno implica la necesidad para una colectividad local de aprehender sus imágenes comprender como es percibida, para poder difundir la imagen que desea y crear a su alrededor un sentimiento de pertenencia”.

Originalmente, la marca sólo ha tenido una función de identidad, de origen; pero ahora también tiene carácter de contrato, garantizando los atributos y beneficios prometidos, generando señas de su personalidad y carácter.

La imagen de marca se resume básicamente por cómo es percibida la marca en la actualidad. Es la percepción que se formula en la mente; es decir, la percepción que tiene la gente de tu marca. Si lo has hecho bien, se corresponderá con la identidad de la marca; debe ser así; si no, tenemos un problema. La imagen básicamente está constituido por dos pilares fuertes: uno son las asociaciones, y otro la personalidad (Bostnam, 2006).

Esta imagen sirve para que una determinada empresa, nación o ciudad, comunique su cultura empresarial nacional o regional y cree una determinada marca, logotipo e identidad corporativa, que le hará ser reconocida, admirada, consultada, utilizada y tenida en cuenta a partir de ese momento por la sociedad a la que se dirige. (Yaprak. y Baughn, 1991). Sin esa imagen o reconocimiento de sus productos o servicios, no sería conocida ninguna empresa o ciudad en la actualidad.

Según Kotler y Robers (2010), el cliente no consume el producto, si no la imagen que tiene del mismo, reflejada a través de la marca.

Así, como explica Tinto José Antonio en su artículo “la Imagen de marca de ciudades”, la marca y su imagen se van construyendo en el tiempo, hasta llegar a convertirse en un elemento esencial del patrimonio de una organización o de una comunidad, lo que significa que es necesario administrar y desarrollar este capital inmaterial, en el tiempo y en el espacio. Así, la imagen de una ciudad no es una cosa ni un producto: son impresiones e información. Respecto a una ciudad o región, se la puede definir como el conjunto de impresiones y opiniones que tiene alguien de ese lugar. La marca reside en la mente humana en forma de imagen. En consecuencia, lo que cuenta es la imagen que esa marca despierta en la mente del ser humano.

El termino Citymarketing o Marketing de ciudades es una rama del marketing que analiza los procesos de marca ciudad, planes estratégicos y marca global; es un rediseño de la ciudad pensado desde el marketing, gestionándola a partir de herramientas que hacen a la competitividad. Es una filosofía de gestión urbana en la que se deben implicar todos los agentes sociales (Amadeus).

Entonces, si desde el marketing se estudia Marca como una estrategia holística de representación de un producto, que incluye la perspectiva turística entre otras, entonces desde el citymarketing es posible estudiar la Marca en el contexto de una ciudad; dicho de otro modo, generar conocimiento a partir de la Marca Ciudad. El citymarketing se transforma en un instrumento para crear la Marca Ciudad (Martínez Gómez, 2006).

La Marca Ciudad es de gran valor para la gestión del Marketing Municipal, pues representa un conjunto de fortalezas y debilidades vinculadas a las imágenes que se tiene del lugar de origen incorporando o disminuyendo el valor suministrado por una marca de un producto o servicio. La misma, puede ser vista como un activo estratégico, como un activo intangible, o como generadora de emociones (Tinto Arendes, 2008). Asimismo, agrega que la marca actúa como un elemento de identificación, equivalente a un certificado de calidad.

Una gestión adecuada de la imagen de marca de la ciudad va a permitir a cualquier elemento proveniente de ese lugar, obtener una rápida identificación nacional e internacional.

Como establece Martínez Gómez (2006), la creación de una marca ciudad es parte de una planificación estratégica en la gestión de la ciudad. Está íntimamente relacionada a la imagen de la ciudad, desde dos dimensiones: funcional y cultural. La dimensión funcional de la identidad se establece en el propósito para la cual la urbe fue creada, para cumplir su objetivo principal, mientras que la dimensión cultural se refiere a los valores compartidos, la representación global de los habitantes acerca de su ciudad.

Toda marca necesita que se promueva la participación de los residentes, ya que la creación de toda marca, debe darse a partir de lo que ve el ciudadano y de cómo lo interpreta con base en su sentido de pertenencia.

Entonces, identidad e imagen pueden ser gestionadas. La imagen territorial como extensión imaginaria en el público de la identidad territorial, debe reconocer y diferenciar aquellos atractivos, sucesos históricos, iconos y productos particulares del territorio, acotando el riesgo de que se pierdan en medio de la “jungla” comunicativa (Cotorruelo Menta, 2001:123).

El propósito de crear la Marca Ciudad es lograr dotar de un cuerpo y forma a la ciudad, dejando por sentado las soluciones que nos permitan darle personalidad gráfica y carácter a la misma

Según Agüero (2006), la Marca Ciudad es “un activo altamente estratégico para potenciar los valores culturales, los negocios turísticos y comerciales de una ciudad”.

La marca puede ser vista como una herramienta para informar (Sector México), “para ser recordada con facilidad, el nombre de cada producto va acompañado de un símbolo, con unos colores y un tipo de letra característico”. Aquí se hace referencia exclusivamente al isologotipo. Este, es un identificador gráfico que sirve para firmar las comunicaciones de una entidad.

Un isologo se forma por la unión de un símbolo gráfico y un estímulo textual representado con signos tipográficos. Las marcas que funcionan con el símbolo gráfico únicamente se conocen como isotipos, y las que funcionan únicamente con texto (que a su vez hace las veces de imagen gráfica), reciben el nombre de logotipos. En pocas palabras, son letras incrustadas en la imagen.

Los isologotipos conforman una imagen mental en cada uno de nosotros sobre cada marca que conocemos. Por eso, la imagen de marca se refiere a las asociaciones mentales que las personas puedan tener a cerca de una marca.

A modo de cierre de este capítulo se puede resumir que las fiestas, como mencionó el autor Homobono (2004), y en particular las tradicionales, ritualizan de forma recurrente el particularismo, actualizando y reafirmando el sentimiento de formar parte de una comunidad -local, regional, nacional- y reproduciendo simbólicamente la identidad colectiva de ésta.

Las fiestas son vehículos de la memoria colectiva, donde el pueblo elige los hechos que han marcado su historia y los escenifica, los conmemora y recuerda para así no olvidarse de quiénes son y de dónde vienen.

Estas son una forma de emitir signos de identidad, ya que las fiestas representan la cultura y tradición de la población local.

Luego de definida la identidad de toda localidad, es necesario saber comunicarla al público, y aquí es donde aparece el concepto de imagen de marca. A través de ella se puede comunicar efectivamente la esencia e identidad de una ciudad.

CAPITULO 2 - La Fiesta Nacional de Peñas y Fortines

En la ciudad de Las Flores se realizan diferentes tipos de fiestas populares a lo largo del año, las cuales tienen diferentes tipos de públicos objetivos y resaltan diferentes valores de la ciudad, sin embargo hay una que se destaca sobre el resto, no solo por temática sino también por popularidad, importancia y reconocimiento que es la Fiesta Nacional de Peñas y Fortines.

Debido a la importancia de esta es que se toma como caso de estudio para investigar y realización de las entrevistas y encuestas y a través del análisis de las respuestas lograr resultados y conclusiones concisas.

En este capítulo se realiza una descripción de la Fiesta en cuestión. Sin embargo en el Anexo 4 se presenta información sobre el resto de las fiestas que se desarrollan habitualmente en la ciudad.

La Fiesta

La ciudad de Las Flores celebra la tradición y el folclore en la Fiesta Nacional de Peñas y Fortines. Durante tres días de los meses de noviembre o diciembre, la ciudad se sumerge en los festejos que incluyen demostraciones de destreza criolla, espectáculos de música y danza, fogones y desfiles.

Organizada por el Centro Tradicionalista La Tacuara junto con la Municipalidad de Las Flores y otras instituciones de la ciudad, lleva más de treinta años realizándose como festival. El objetivo del evento es celebrar la tradición, la identidad gauchesca, y mostrar la fuerte raíz folclórica de Las Flores.

En el campo de destrezas criollas hay pruebas de riendas, jineteadas de grupas, jineteadas con basto y encimera y a caballo elegido. También se realizan fogones de asado y la elección de la Reina de Peñas y Fortines.

De todas formas, el espectáculo más esperado por los turistas que visitan Las Flores durante estas tres jornadas es el desfile tradicional, con unos mil hombres montados a caballo.

Muchos de ellos provienen de centros tradicionalistas de la región y también de Santa Fe, Córdoba, Mendoza, Entre Ríos y Río Negro, que recorren las calles de la ciudad llevando en alto sus estandartes.

Su escenario natural es el Parque Plaza Montero, un complejo que posee autódromo, hipódromo y circuito para motos, y también un espejo de agua de 37 hectáreas (la Laguna del Difunto Manuel) donde se practican deportes acuáticos.

El visitante que se pasee por la ciudad durante los días de la fiesta se encontrará con fogones, asados en las calles, cantinas y comidas típicas, y podrá recorrer los puestos

artesanales. En los escenarios hay espectáculos de música y danza con artistas reconocidos a nivel nacional y números locales.

Esta fiesta se desarrolla con el objetivo de difundir y salvaguardar nuestras raíces a través de la enseñanza de danzas, canciones, poesías, leyendas y costumbres tradicionales de nuestro acervo histórico nacional.

Historia: La fiesta en sus comienzos

En el año 1981, enmarcada dentro de la IV Fiesta Provincial del Auto-Camping, surge Peñas y Fortines. Los integrantes de la Comisión directiva del Centro Tradicionalista "La Tacuara", en común acuerdo con la Peña Chara Huinca de la localidad de Cachaquí, decidieron, promover en esta zona el folklore que se encontraba olvidado.

Ese año, se organizó el primer Festival de Peñas y Fortines. Se inició con una peregrinación proveniente del vecino pueblo de Cachaquí, portando la imagen de la Virgen de Lujan que luego fue entronizada en la sede de La Tacuara. La procesión partió el día sábado 2 de noviembre y arribó a Las Flores el domingo 3, siendo recibida en la intersección de las calles Cruz Márquez y Rivadavia. En el acto protocolar el señor Rippa de la Peña Chara Huinca, destacó que la donación de la Virgen se ofreció e agradecimiento a las autoridades y pobladores de Las Flores por haber colaborado con el pueblo de Cachaquí tras sufrir una importante inundación. Como es tradición en toda fiesta popular, en aquella oportunidad también se eligió a la reina de la fiesta.

Desde esa fecha, este evento se realiza anualmente y ha sido declarado de interés municipal, desde su creación en el 81, habiéndose logrado que en los años 1988, 1989 y 1990 fuera también considerado de interés provincial y de trascendencia regional.

Los florenses también celebran, que en el año 2004 la secretaría de Turismo de la Nación le haya otorgado a Peñas y Fortines el carácter de Fiesta Nacional.

Hasta el año 1996 los actos festivos se realizaron frente al veredón de la Municipalidad y a partir del año 1997 en las cómodas y amplias instalaciones de su sede en Av. Rivadavia entre Belgrano y Presidente Perón. Pero, actualmente, volvieron a realizarse en el veredón Municipal.

El ex presidente del centro tradicionalista La Tacuara, Ever Mundet (ya fallecido), recordó en muchas ocasiones los orígenes de esta fiesta diciendo que *"fue una iniciativa de un grupo de amigos que deseaban mantener viva la llama de las tradiciones"*.

El símbolo inicial, es el encendido de los fogones, los viernes por la tarde, simboliza el comienzo de una nueva edición de la fiesta, y es entonces cuando los alumnos de la Escuela de Danzas La Tacuara inician los espectáculos artísticos.

Peñas y Fortines es una verdadera fiesta del folklore y la tradición que destaca la autenticidad del pueblo. Se ha convertido en una de las fiestas más trascendentes y populares de la ciudad.

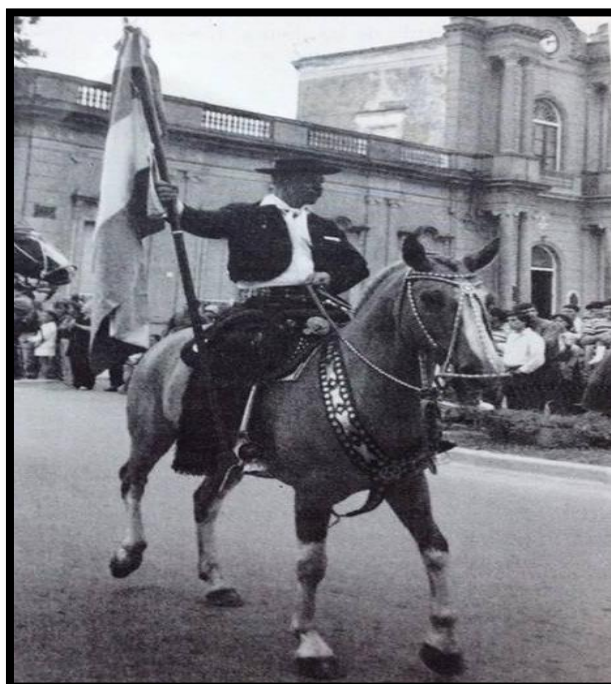
Centro Tradicionalista “La Tacuara”

El 15 de octubre de 1947, por iniciativa del entonces inspector de educación Carlos Salas, se funda el Centro Tradicionalista “La Tacuara. De esta forma se concretan las aspiraciones de un grupo de docentes y vecinos de Las Flores, que sentían la necesidad de crear un ámbito de difusión y conocimiento de nuestro folklore, a través de la enseñanza de danzas, canciones, poesías, leyendas y costumbres de nuestra tierra. Desde entonces ha mantenido vigente la llama del tradicionalismo reuniendo en su seno a todos los artistas de nuestro suelo.

Las actividades dieron comienzo en junio de 1948 en el local que actualmente ocupa, en la calle 25 de mayo 486, inmueble que había pertenecido a la Sociedad Francesa de Socorros Mutuos. Los primeros profesores fueron Carlos Cano y Evelina Urruty, de la Escuela Nacional de Danzas de la Capital Federal.

La institución cuenta con una delegación montada que ha participado en los desfiles más trascendentes del ámbito provincial, como así también en el acto de la repatriación de los restos de Juan Manuel de Rosas.

El grupo de danzas, desde hace 10 años a cargo del profesor Rodolfo Aducci, perteneciente a la Escuela de Ballet Brandsen, se ha presentado en todos los eventos tradicionalistas más importantes del país, obteniendo en cada oportunidad destacados premios.



Fuente: Álvarez. Desfile del XVI Festival Peñas y Fortines del Centro Tradicionalista “La Tacuara”. 2007. De: “El camino de Las Flores 1856-1998”

La Fiesta hoy (2016)

La Fiesta en la actualidad se sigue celebrando entre las fechas de las últimas semanas del mes de Noviembre, realizándose parte en el centro de la ciudad de Las Flores y parte en el campo de doma del Centro Tradicionalista La Tacuara.

Desde la secretaria de Cultura y Turismo, la técnica Wanda Borda, afirmó que *“la fiesta en un principio fue pensada a nivel local, de a poco fue tomando importancia hasta lograr ser declarada Fiesta Nacional”*.

Fue durante la realización de la última fiesta, los días 26y 27 de noviembre de 2016, que se realizó la observación y la investigación primaria entre los asistentes. A continuación, se describe lo que fue el desarrollo de la última edición de la fiesta de acuerdo a la observación realizada.

LA TACUARA
LAS FLORES

36° FESTIVAL NACIONAL PEÑAS Y FORTINES

26 y 27 de NOVIEMBRE 2016
Campo de Doma "LA TACUARA"

SÁBADO 26
JURA DE RECADOS
DESFILE
ENTREVERO DE TROPILLAS
ESPECTACULOS CON:
DICO'S TRÍO (LOBERÍA)
GAUCHO TALA (MADARIAGA)
MAIA SANCHO (LAS FLORES)
CAPRICHIO DE AMOR (LAS FLORES)
LA MOVIDA DEL CHAVO (LAS FLORES)

DOMINGO 27
JINETEADA
BASTO, GRUPO Y CRINA
GRUPO POR LA COPA "PEÑAS Y FORTINES"
ESCUADRA ALBICELESTE
ESPECTÁCULO MUSICAL CON:
CRISTIAN LOUSTAU (AZUL)
ANGELA JULIA (MONTE)

SERVICIO DE CANTINA
ENTRADA PREVENTA \$150 (\$200 EN PUERTA)
SORTEO CON LA ENTRADA: 1° 5 TERNERAS O \$ 20.000 | 2° 3 TERNERAS O \$ 12.000
3° 2 TERNERAS O \$ 8.000

Acompañan: **CFI** CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES | **Buenos Aires** Provincia | **LAS FLORES** MUNICIPIO DE VECINOS

Fuente: Secretaria de Cultura y Turismo. 2016. Las Flores. De: <https://www.facebook.com/lasflorestur/photos>

El desfile inaugural es el evento de la fiesta donde más personas concurren, no solo turistas si no residentes de la localidad. Siguiendo con sus declaraciones, la

representante de turismo comentó que *“el turista lo que busca es conectarse con la cultura local, con lo genuino, ver cómo se vive la tradición, poder compartir un asado, un fogón, disfrutar de las distintas expresiones artísticas que ofrece la fiesta...”*.

Se pudo apreciar que familias enteras llegaron a la plaza, centro de la ciudad en busca de festejar y compartir la tradición local. El desfile es el atractivo de la fiesta.

Todo se inició el sábado 26 pasadas las 18 hs. cuando, con la conducción de Marcelo Pellejero y las palabras de bienvenida del intendente Ramón Canosa, fueron desfilando las agrupaciones, peñas, escuelas rurales, centros tradicionalistas, con prendas gauchas muy bien lucidas en caballos de diversos pelajes.

Fueron unas 14 delegaciones de nuestro medio y de la zona que acompañaron esta nueva edición.

Nahuel Pellejero, colaborador de la organización de Peñas y Fortines, mencionó que *“Generalmente las personas que concurren son los residentes que buscan revivir la tradición, pero también año tras año se acercan más turistas de comunidades cercanas para participar de la celebración...”*

Todo continuó a las 21:30 horas, en la carpa levantada en el campo de doma con los espectáculos programados, y alrededor de las 5 de la mañana la fiesta finalizó con bandas folclóricas locales. Como hizo referencia el actual Presidente del Centro Tradicionalista La Tacuara, Dardo Iglesias *“El baile popular, las destrezas criollas, la música folclórica, son los protagonistas de este tipo de festejos, y la fiesta en si representa el legado de los ancestros en cada celebración”*.

El día domingo 27, todo comenzó a las 11 horas de la mañana, siguiendo el cronograma estipulado, con la jineteada, el evento caracterizado como el más representativo y esperado de toda la fiesta ya que compiten alrededor de 100 domadores con ansias de ganar. Y para finalizar, cerca de las 19 horas, se lleva a cabo una peña donde participan artistas de otras ciudades.

Respecto a los costos de la Fiesta, el desfile es totalmente gratuito, solo se abona una entrada al campo de doma de \$200 pesos, lugar donde se realizan las pruebas de riendas, espectáculos, bandas de música, bailes y elección de la reina.

El lugar cuenta con baños químicos y cantinas, donde se puede comer, que están a cargo de distintas delegaciones de Las Flores. A su vez, de muchos pueblos aledaños, llegan artesanos con sus puestos para vender productos regionales. Estos servicios están presentes los dos días que dura la fiesta.

El detalle de la observación de toda la fiesta puede visualizarse en el anexo 1.



Fuente: Imagen propia



Fuente: Imagen propia



Fuente: Imagen propia



Fuente: Imagen propia



Fuente: Imagen propia



Fuente: Imagen propia



Fuente: Imagen propia



Fuente: Imagen propia



Fuente: Secretaria de Cultura y Turismo. 2016. Las Flores. De: <https://www.facebook.com/lasflorestur/photos>



Fuente: Imagen propia

CAPITULO 3– Investigación, análisis y resultados

Entrevistas

Se realizaron entrevistas estructuradas sobre la base de un formulario previamente preparado contando con preguntas establecidas con anterioridad, que permitieron dar cuenta el modo en que los organizadores conciben, viven y llenan de significados una situación. Éstas entrevistas se realizaron a 3 sujetos previamente seleccionados, antes de la observación de la fiesta.

Se entrevistó al presidente del centro Tradicionalista La Tacuara, Sergio Iglesias, quien brindó detalles del trabajo que hacen para poder realizar la fiesta, ya que cuentan con un bajo presupuesto.

Otra entrevista que volcó conceptos muy enriquecedores fue la realizada a la representante del ente de Turismo de la ciudad, la Técnica Wanda Borda quien, desde su trayectoria y años de trabajo en la ciudad brindó detalles de la fiesta y aspectos a mejorar para que se siga realizando año tras año, ya que el cambio de autoridades dentro del centro tradicionalista organizador y la falta de diagramación, hacen que muchas veces se posterguen determinadas tareas que deben realizarse con un buen tiempo de anticipación para tener la difusión que el evento merece.

Por último, Nahuel Pellejero, colaborador de la fiesta, en su entrevista aportó datos de cuantas personas concurren a la fiesta, y como este número crece año tras año. Y, por esto, considera a Peñas y Fortines como el evento más relevante dentro del cronograma anual de fiestas de la ciudad.

En el Anexo 3 se encuentra el detalle de las entrevistas y las respuestas dadas por los entrevistados.

Encuestas

Por otro lado, para indagar sobre los atributos identitarios, culturales y tradicionales que tiene la fiesta para los locales y turistas se elaboró un modelo de encuesta (ver Anexo 2) que fue realizada a ochenta y un (81) personas, distinguiéndose setenta (70) a residentes y once (11) a turistas. La modalidad de abordaje fue por medio de un entrevistador, cuyo rol fué fundamental, pues de él dependió, en gran medida, que la información recopilada fuese confiable, completa y de alta calidad. Las mismas fueron efectuadas, una semana antes de llevarse a cabo la fiesta, y las realizadas a los turistas el mismo día de la fiesta.

A su vez, para el trabajo de campo se optó por una muestreo estratificado, que consistió en la división previa de la población de estudio en residentes, conocedores de la fiesta y, turistas, visitantes de la Fiesta, en ambos casos mayores de 18 años. Dichos encuestados fueron seleccionados y contactados al azar, en la vía pública.

Para determinar la cantidad de encuestas realizadas se hizo el cálculo de la muestra para los residentes en forma estadística, conociendo el tamaño de la población; y el cálculo de la muestra para los turistas, conociendo el número aproximado del tamaño de la población.

Cálculo del tamaño de la muestra para los residentes:

$$n = Z_{\alpha}^2 \frac{N \cdot p \cdot q}{i^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

n : *Tamaño de la muestra*

N: Tamaño del universo = 23871

Z: nivel de confianza. Valor correspondiente a la distribución de Gauss 1,645

p: Probabilidad del éxito o proporción esperada. Se asume que puede ser próxima al 50%, *p*=0,5.

q: Probabilidad del fracaso. 1-*p* (Si *p*= a 50%, *q*= 50%)

i : Error que se prevé cometer. .

Ficha nº 1 Características	Encuesta
Universo	23871 habitantes
Ámbito geográfico	ciudad de Las Flores
Tamaño de muestra	70 encuestas
Error muestral	9,8%
Nivel de Confianza	90%(valor proveniente de las tablas de distribución Z) para el caso <i>p</i> =0,5
Fecha de trabajo de campo	Noviembre 2016

Cálculo del tamaño de la muestra para los turistas:

n: *Tamaño de la muestra*

N: *Tamaño del universo= 100 (estimado)*

Z: nivel de confianza. Valor correspondiente a la distribución de Gauss 1,645

p: Probabilidad del éxito o proporción esperada, *p*= 0,5 que hace mayor el tamaño de la muestra.

q: Probabilidad del fracaso. $1-p$ (Si $p= a 50\%$, $q= 50\%$)

i : Error que se prevé cometer.

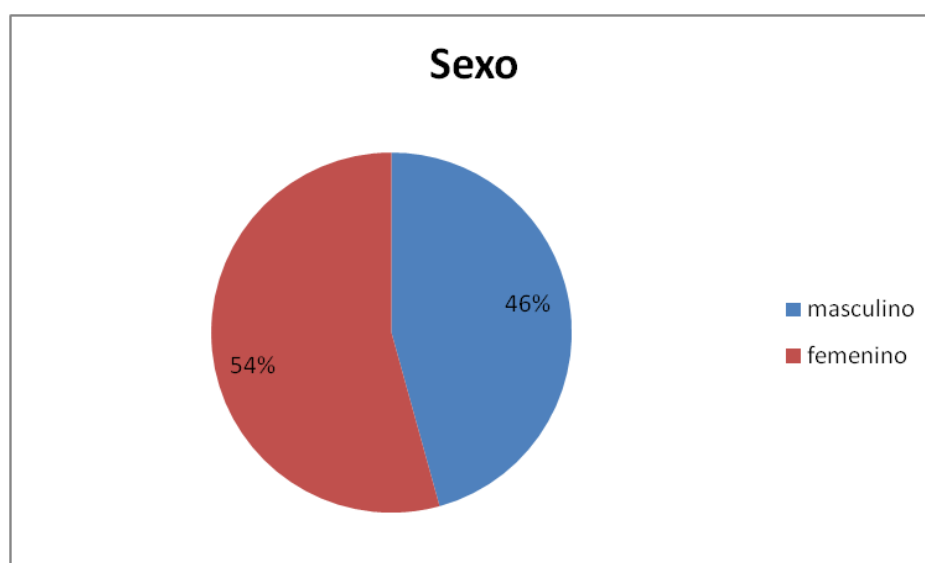
Ficha nº 2 Características	Encuesta
Universo	100 personas
Ámbito geográfico	ciudad de Las Flores
Tamaño de muestra	11 encuestas
Error muestral	16%
Nivel de Confianza	90%(valor proveniente de las tablas de distribución Z) para el caso más desfavorable ($p=q= 0,5$)
Fecha de trabajo de campo	Noviembre 2016

CAPITULO 4 – Resultados de la Investigación cuantitativa

De la investigación cuantitativa se pueden destacar los siguientes resultados que sirven como base para realizar un análisis descriptivo de la muestra tomada antes de sacar conclusiones generales.

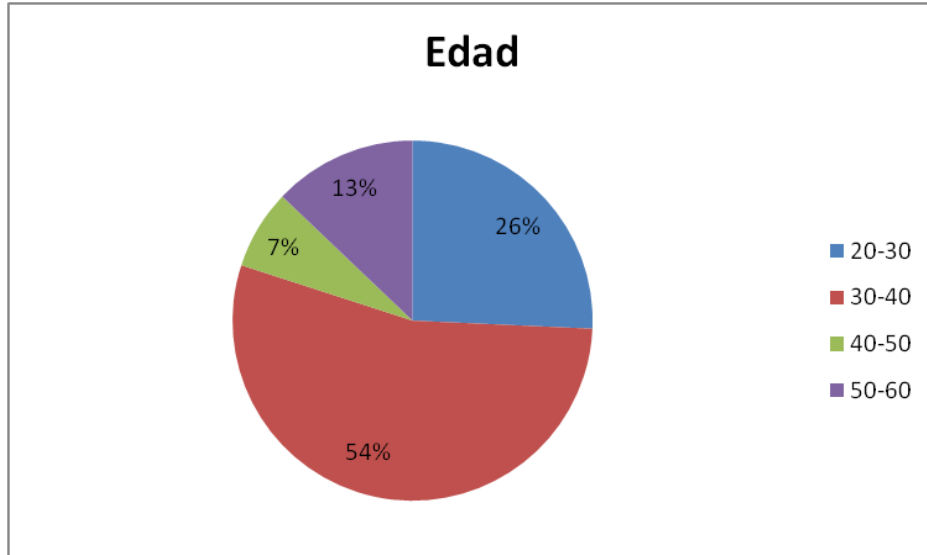
El 54% de los encuestados son mujeres, y el resto hombres. Del total de la muestra encuestada, el 56% de las personas tienen entre 30 y 40 años.

Residentes



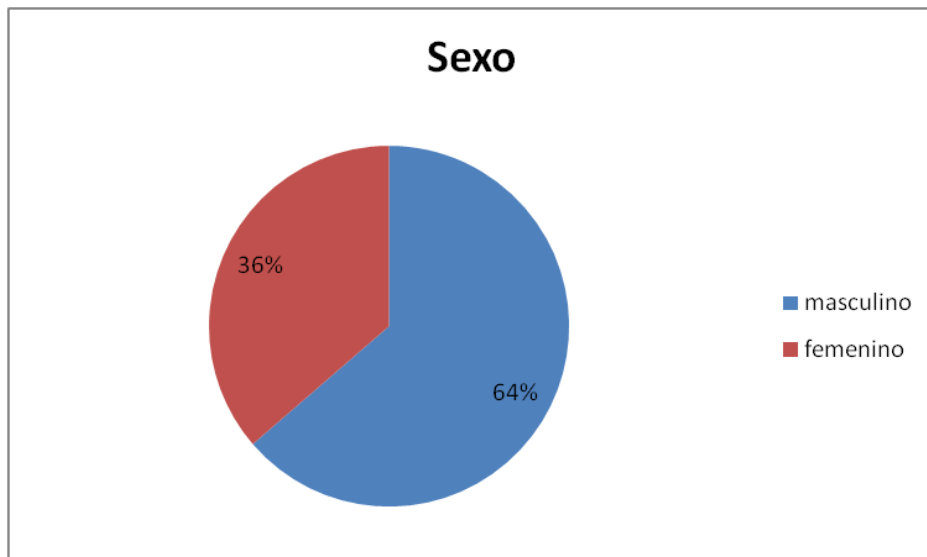
Elaboración propia

Residentes



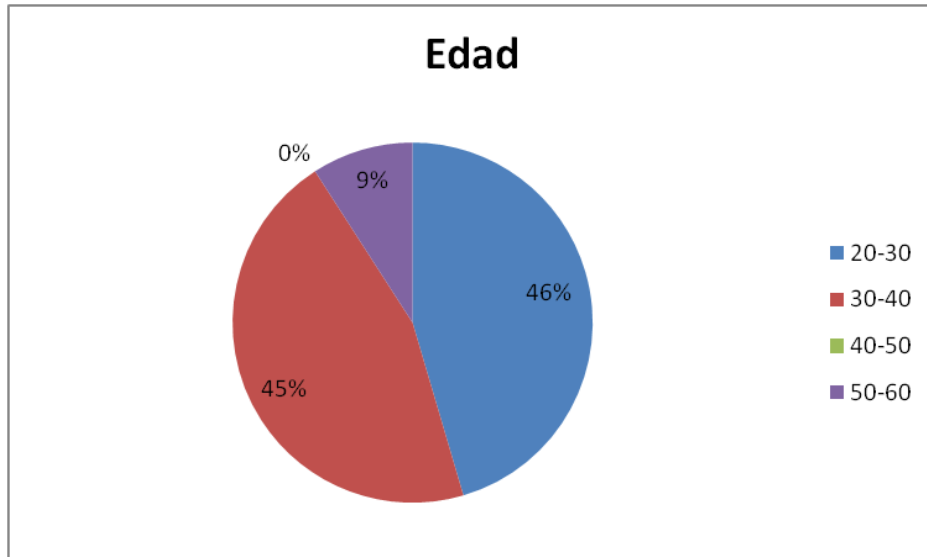
Elaboración propia

Turistas



Elaboración propia

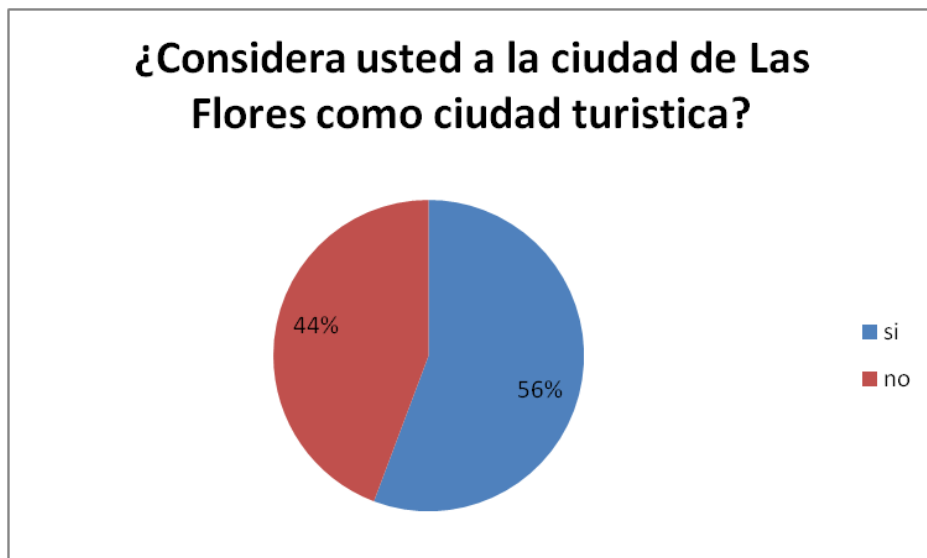
Turistas



Elaboración propia

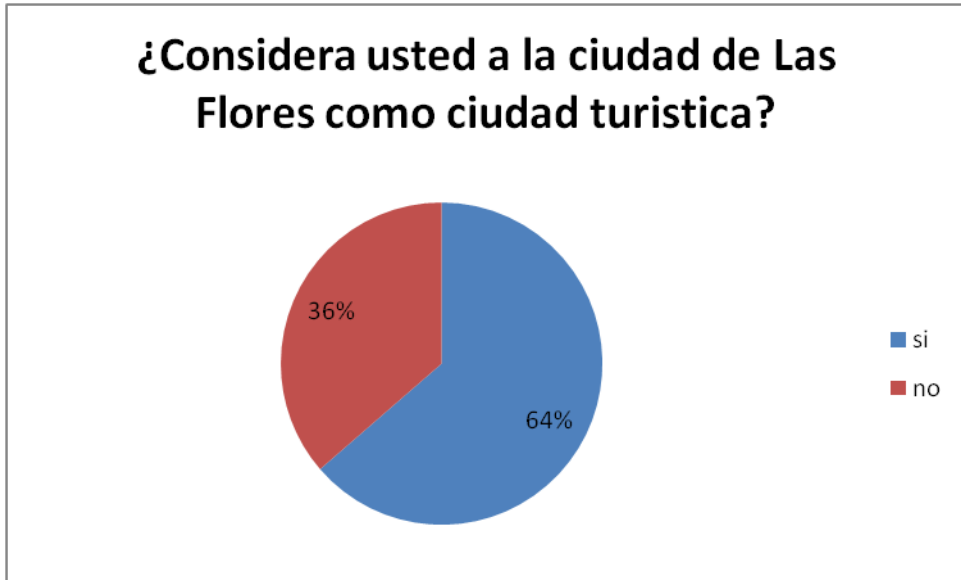
Como se puede visualizar en los gráficos anteriores, los dos primeros muestran los porcentajes de las encuestas realizadas a residentes, y a diferencia de las realizadas a los turistas, se puede visualizar que difieren en el sexo y en la edad, básicamente la edad de los residentes encuestados ronda entre los 30 y 40 años, siendo mayoritariamente mujeres, por otro lado, los turistas encuestados fueron en su mayoría varones entre 20 y 30 años.

Residentes



Elaboración propia

Turistas



Elaboración propia

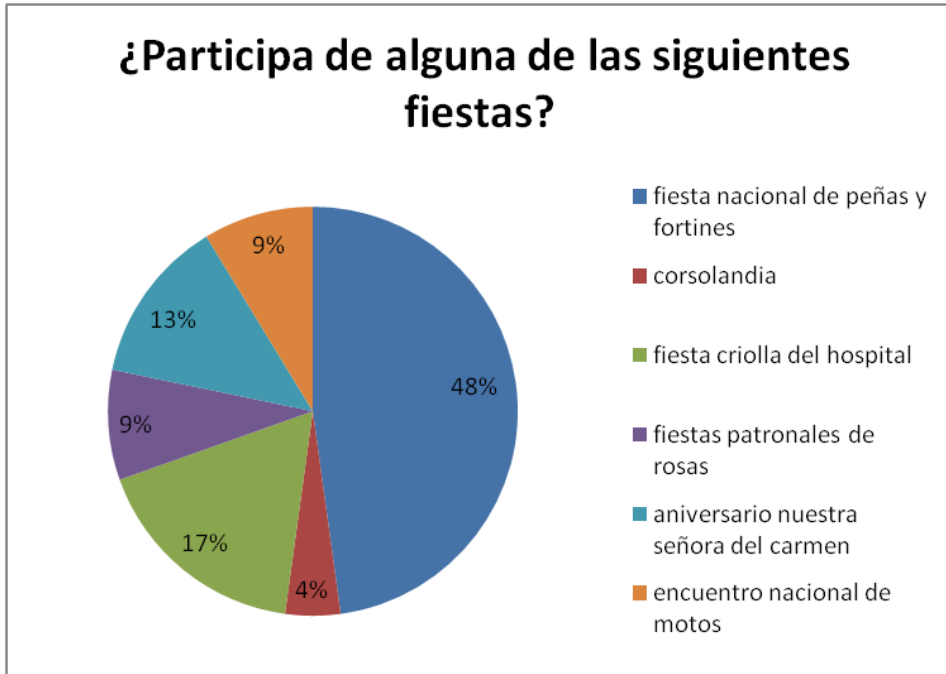
En lo que respecta a la pregunta si consideran a la ciudad de las flores como turística, los gráficos nos muestra como los residentes y turistas ven a la ciudad de las flores como una ciudad turística.

Residentes



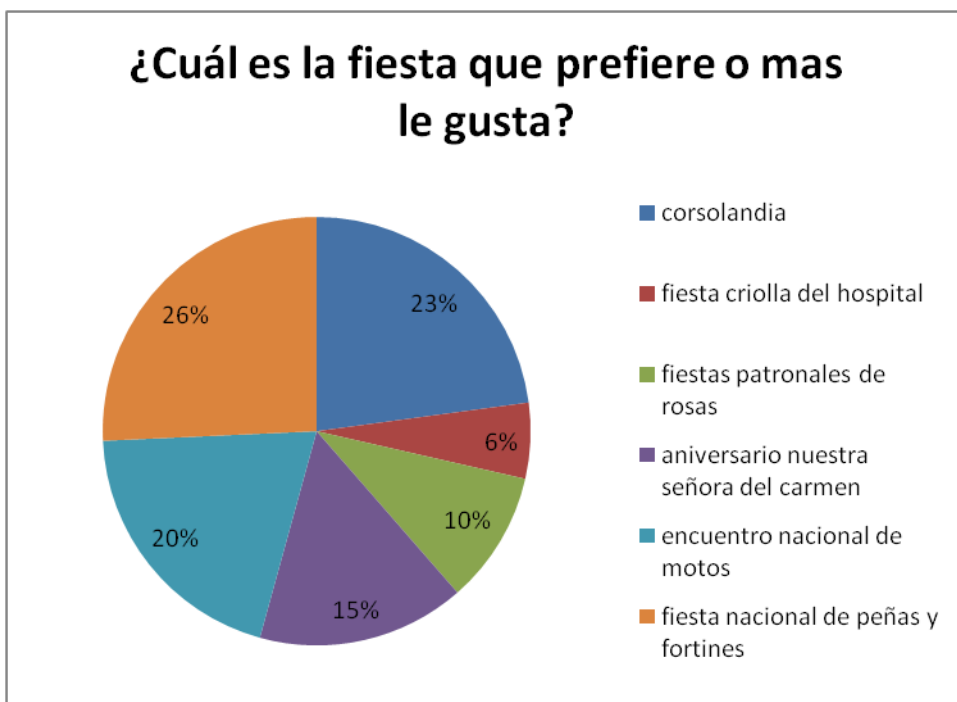
Elaboración propia

Turistas



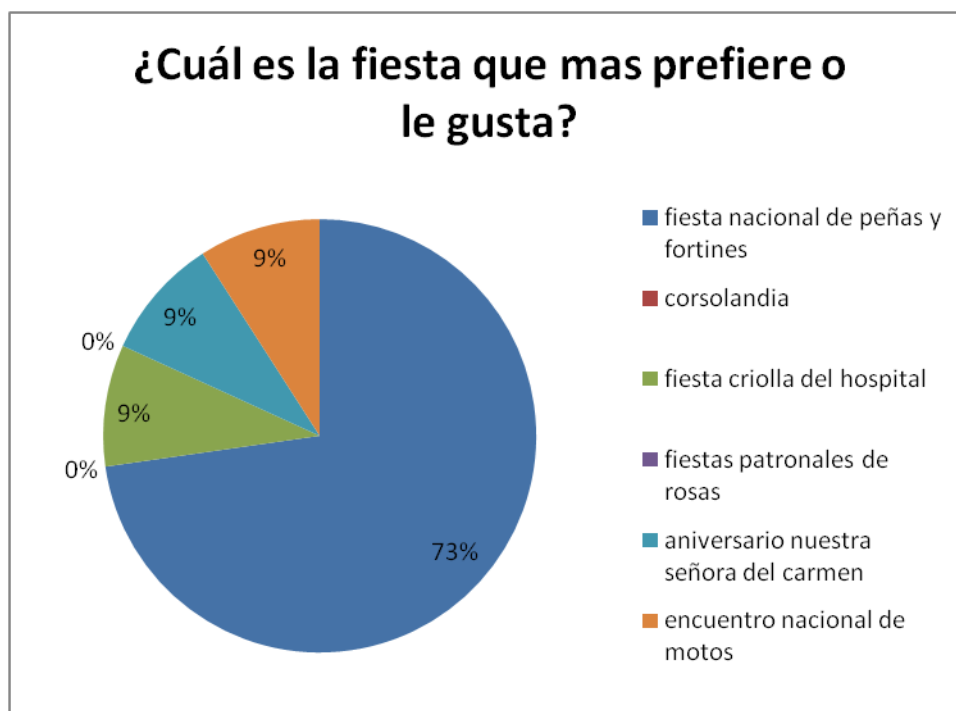
Elaboración propia

Residentes



Elaboración propia

Turistas



Elaboración propia

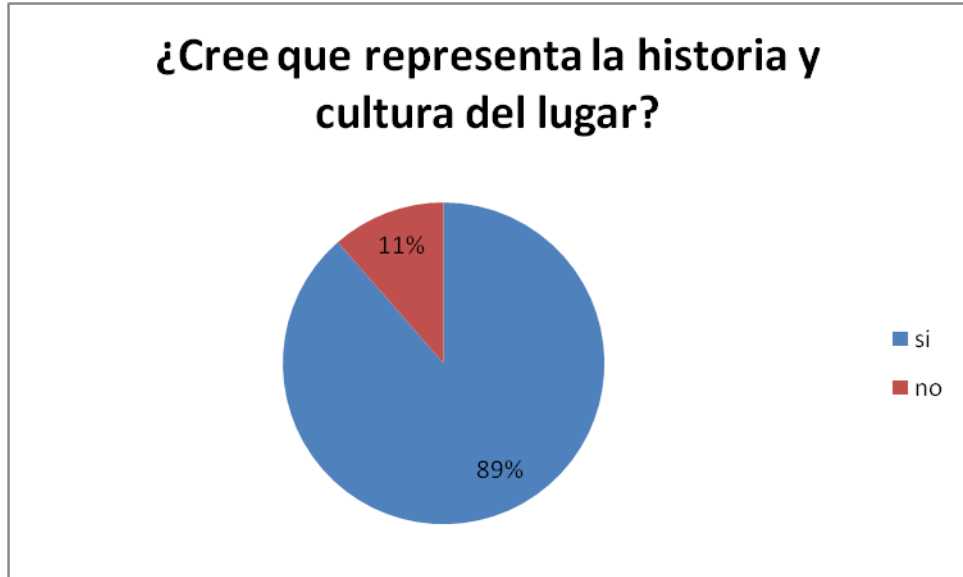
En ambos gráficos se muestra, en mayor o menor medida, que residentes y turistas participan y eligen a la Fiesta Nacional de Peñas y Fortines, sobre las otras fiestas populares realizadas en la ciudad.

Residentes



Elaboración propia

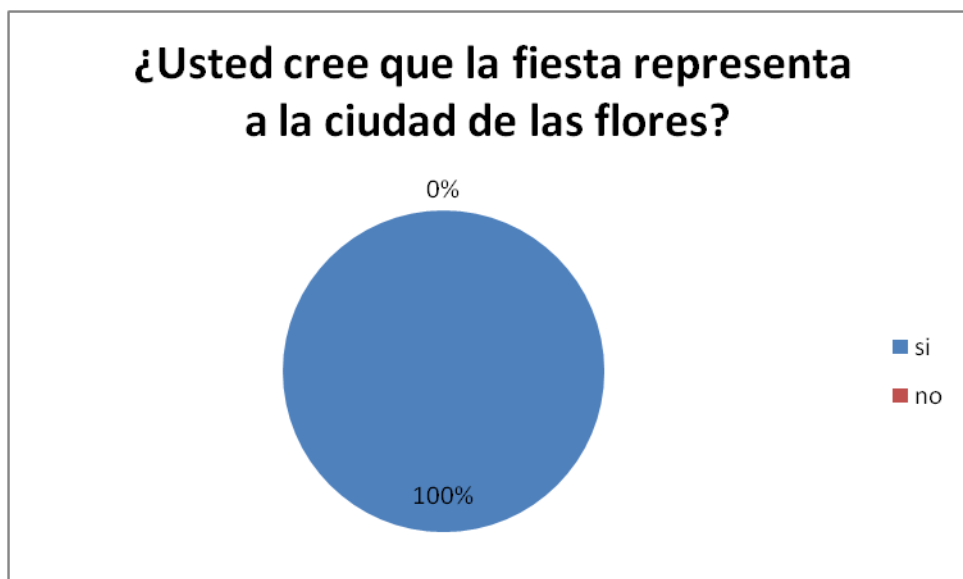
Residentes



Elaboración propia

El 61% de los residentes consideran a la fiesta como identitaria, y el 89%, (también residentes), sienten que representa la historia y cultura como pueblo, y eso es lo que se pretende mostrar. Estos porcentajes nos ayudan a acercarnos a la idea de que Peñas y Fortines es la fiesta popular identitaria elegida para la creación de una imagen de marca de la ciudad de Las Flores.

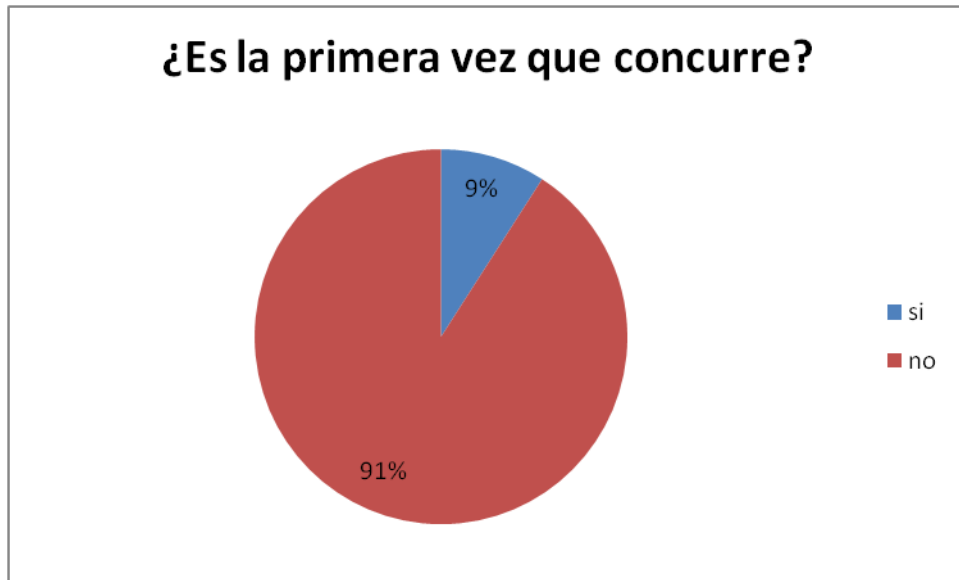
Turistas



Elaboración propia

Los turistas, por otra parte, unánimemente, contestaron que esta fiesta declarada de interés nacional y provincial es sin dudas la fiesta que representa no solo la historia y formas de vida de los locales, si no que los representa por su valor simbólico y sentimental, ya que lleva más de 30 años realizándose.

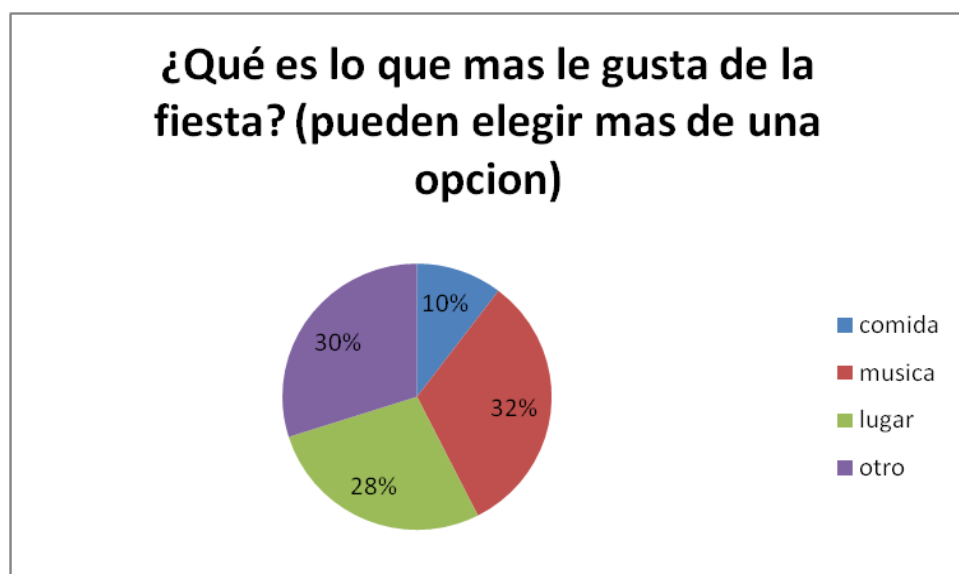
Turistas



Elaboración propia

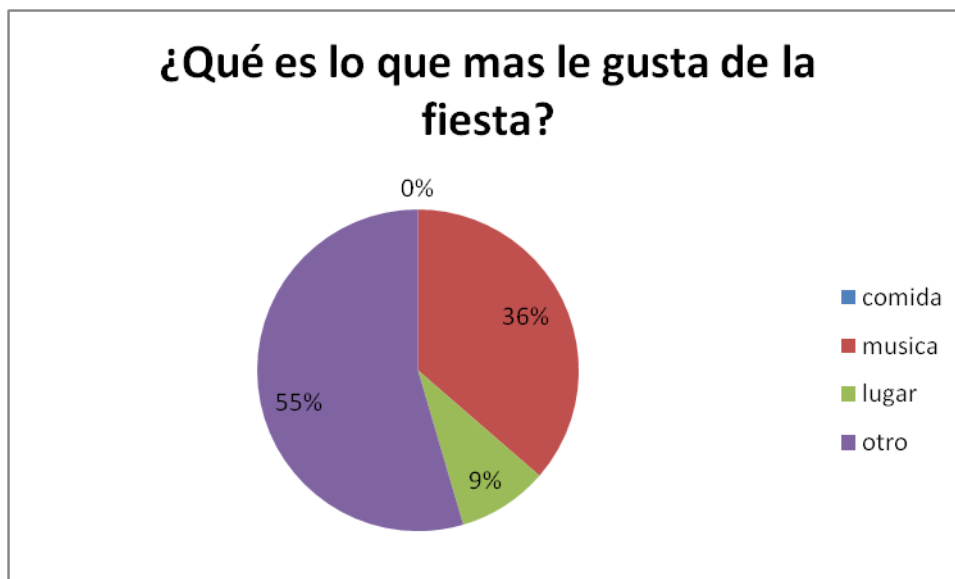
Como muestra el grafico, los turistas, un 91% de los encuestados, vienen a la fiesta año tras año, lo que muestra la relevancia que tiene dicho acontecimiento popular, ya sea por el lugar y las raíces culturales que representan al pueblo de las flores.

Residentes



Elaboración propia

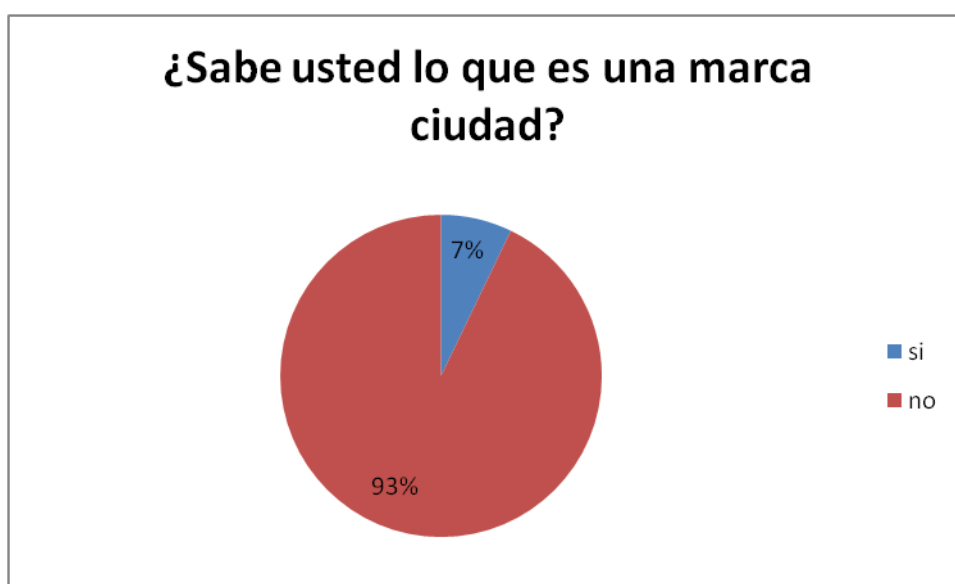
Turistas



Elaboración propia

Los gráficos muestran que residentes y turistas difieren en sus respuestas. Los primeros, consideran que la música, en este caso el folclore, es lo que más les agrada de la fiesta, mientras que los turistas, por su parte, tildaron la opción “otro” para referirse a sus preferencias sobre la fiesta.

Residentes



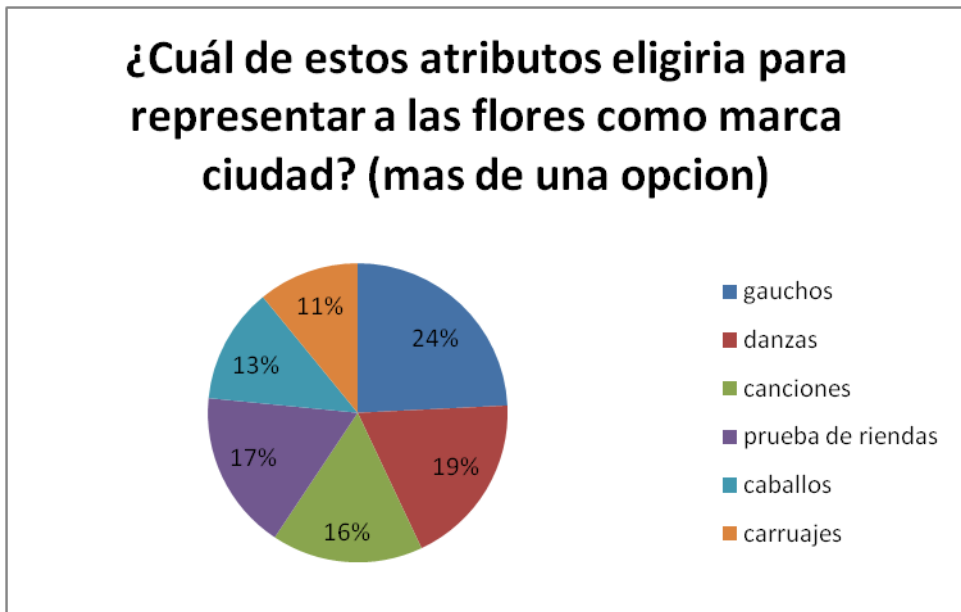
Elaboración propia

Turistas



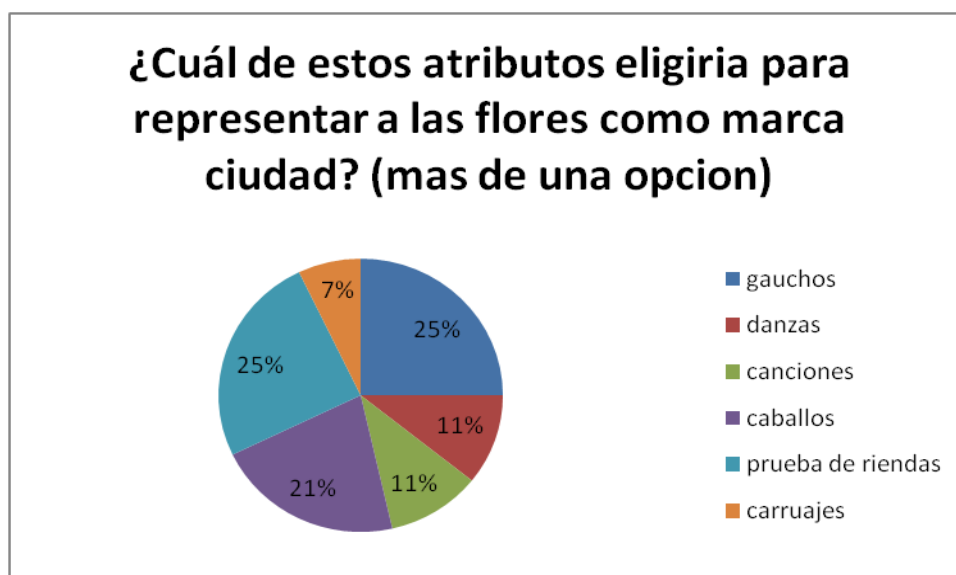
Elaboración propia

Residentes



Elaboración propia

Turistas

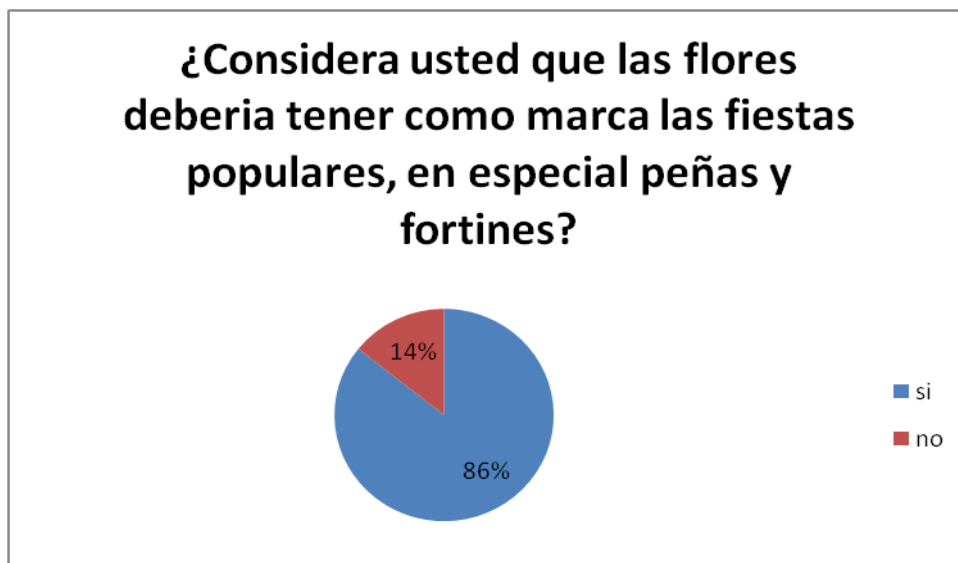


Elaboración propia

Cuando se les pregunta sobre la marca ciudad, el fin de este trabajo de investigación, ambos tipo de encuestados, residentes y turistas, respondieron que no conocen lo que es dicho término. Cabe aclarar, que al responder mayoritariamente que no conocen el concepto de marca ciudad, el encuestador optó por realizar una breve explicación para definir el concepto y luego se procedió a realizar la siguiente pregunta, en base a esto se pueden visualizar los atributos con los cuales se sienten identificados los encuestados a la hora de representar a la ciudad.

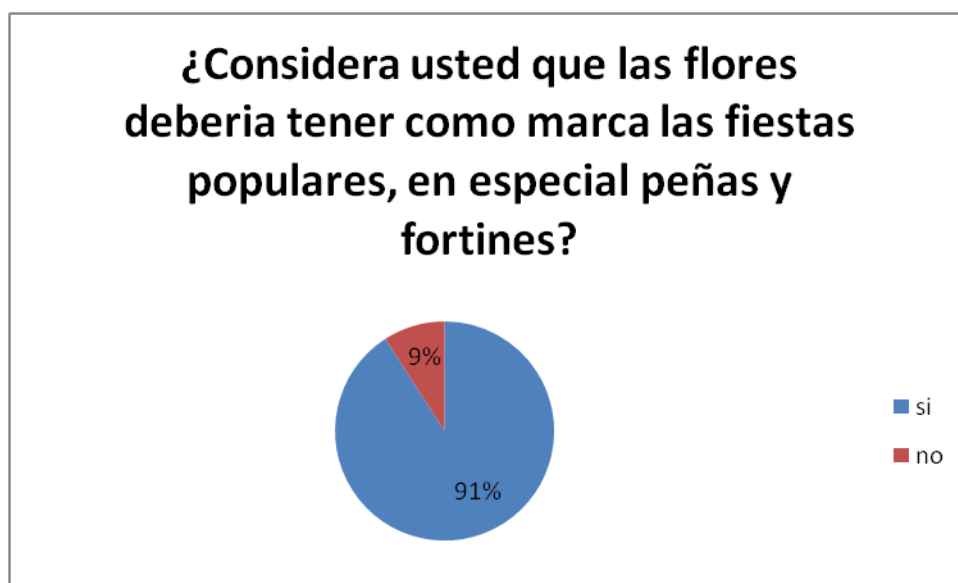
Como resultado los residentes eligieron la figura del gaucho sobre los demás atributos y los turistas también eligieron no solo el gaucho si no también la prueba de riendas, acontecimiento muy importante y divertido para los que concurren a la fiesta. No es casualidad esta elección, ya que el gaucho, como bien se mencionó, forma parte principal del desfile inaugural de la fiesta Nacional de Peñas y Fortines; es el gaucho la figura representativa tanto de los locales como de los que visitan la ciudad esos días.

Residentes



Elaboración propia

Turistas

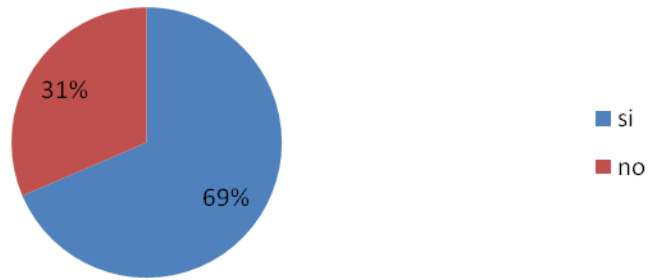


Elaboración propia

Los gráficos muestran, en ambos casos, un alto porcentaje de respuestas afirmativas sobre la creación de una marca ciudad cuyo elemento principal identitario es la fiesta nacional de peñas y fortines.

Residentes

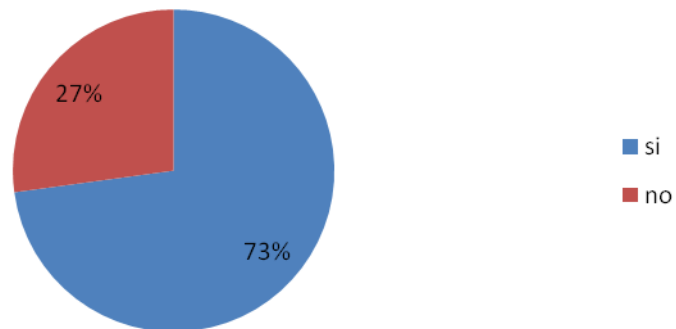
Si usted no fuese un residente habitual, ¿Cree que vendria de visita los dias que se realiza la fiesta?



Elaboración propia

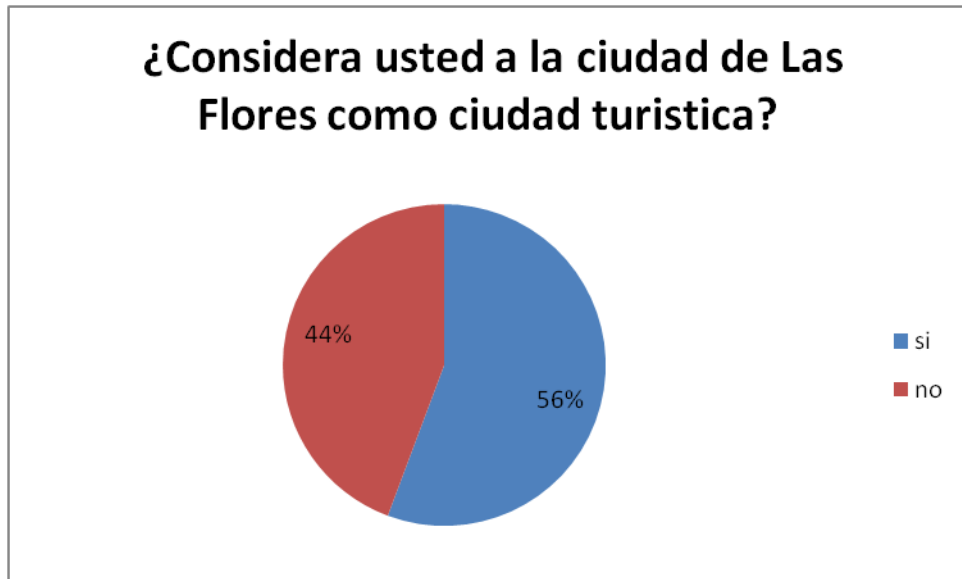
Residentes

¿Vendria a mas de una fiesta popular?



Elaboración propia

Residentes



Elaboración propia

Por el valor cultural e histórico que tiene la fiesta los locales consideran que si no fuesen residentes, vendrían de visita los días que se realiza la fiesta, para disfrutar del evento popular.

CAPITULO 5- Conclusiones

Conclusión

Como se pudo ver a lo largo de ésta investigación, se buscó afirmar que la Fiesta Nacional de Peñas y Fortines, es un símbolo que los residentes sienten como identitario y que, por lo tanto, se puede utilizar como apoyo para lograr la creación y posicionamiento de una imagen de marca en la ciudad. Esta última, tal como se la considera en la presente Tesis, debe comunicar efectivamente la esencia y la identidad de la ciudad, y transformarse en “un activo” altamente estratégico para potenciar los valores culturales y patrimoniales.

En ese sentido, y según los resultados de la investigación realizada, el principal símbolo identitario que los encuestados eligieron entre varias opciones fue la figura del gaucho (24% de los residentes y 25% de los turistas encuestados) un personaje imponente, el cual es el centro de toda la fiesta de Peñas y Fortines y que además se manifiesta a través del folclore, música que se escucha a lo largo de toda la fiesta. No es casualidad esta elección, ya que también el gaucho representa la historia de la ciudad de Las Flores.

A su vez, las encuestas arrojaron que la mayoría (61% de los residentes encuestados) considera a Peñas y Fortines como identitaria, y el 89%(también de los residentes) creen que representa la historia y cultura del lugar, y esto es más que importante porque la creación de toda marca, debe darse a partir de lo que ve el ciudadano y de cómo lo interpreta con base en su sentido de pertenencia.

Por lo tanto y teniendo en consideración esta información, se puede decir que Las Flores podría tener una imagen de marca basada en la Fiesta Peñas y Fortines, evento que los residentes sienten como identitario.

También, en base a las respuestas obtenidas en las entrevistas realizadas se logró llegar a la conclusión de que la Fiesta es el evento que los residentes eligen para mostrar sus raíces, ellos aman y sienten la fiesta, la respetan y valoran.

Desde los comienzos de la celebración y hasta estos días los actores trabajan a voluntad, por los sentimientos que le transmiten ser parte de este evento. Lo hacen para mostrar que Peñas y Fortines no es solo una fiesta popular, sino que es una celebración que abarca sentimientos, recuerdos, identidades y memorias de un pueblo.

En definitiva la ciudad carece de una imagen de marca identitaria y tiene una población apasionada que conoce y reconoce factores identitarios, donde se realiza un evento multitudinario anual que representa todos esos sentimientos de la población.

Recomendaciones

Gracias a esta investigación y a las ideas que se desprenden de ella, hay una serie de recomendaciones prácticas para proponer:

La ciudad debería considerar la idea de implementar una imagen de marca, incluyendo la figura del gaucho y la tradición y apoyándose en el reconocimiento de la Fiesta de Peñas y Fortines como identitaria y usarla como estandarte para la comunicación. Cabe destacar, que no se realiza una propuesta de diseño porque excede el objetivo de la Tesis, pero si se recomienda su creación en base a lo observado anteriormente.

Una vez que la ciudad tenga una marca propia, se podrá potenciar esta marca en las festividades que se realizan y sobre todo utilizar a Peñas y Fortines como el principal evento de la ciudad reforzando su identidad, posicionando a la ciudad en base a estos atributos y aprovechando la notoria cantidad de gente que la visita los días que se lleva a cabo la Fiesta para generar y potenciar también otros tipos de atractivos relacionados con la temática. Uno de ellos puede ser la creación del museo del gaucho, donde los visitantes puedan saber la historia del mismo y porque es tan importante en la fiesta. Esta iniciativa no solo beneficiaría turísticamente a la ciudad, sino que también refuerza la idea de la creación de la marca en base a los símbolos identitarios.

Por último, se recomienda que en la fiesta sería beneficioso, no solo para los locales sino también para los turistas, que haya un puesto oficial (exclusivo) de la fiesta, con atuendos y reliquias donde las personas que se acerquen puedan apreciar cómo comenzó la fiesta y la historia de la misma.

BIBLIOGRAFIA

Agudo Torrico, Juan (1998). "Cultura, Patrimonio Etnológico e Identidad". Departamento de Antropología Social. Universidad de Sevilla, España. PH Boletín 29. PP. 36-45.

Alvarez, Norma. "El camino de Las Flores 1856-1998". La Plata. Ed. Contraflor, 1998.

Amadeus (Abril 2008), "Cuando la ciudad es la marca", Revista Savia en http://www.amadeus.com/es/documents/aco/spain/es/revista_savia/savia_57gestion_marcaCiudades.pdf

Arévalo, Marcos, J. (1998): La identidad extremeña. (Reflexiones desde la Antropología Social). Universidad de Extremadura y Diputación de Badajoz. Tecnigraf. Badajoz.

Balandier, Georges (1988). "El Desorden". Barcelona. En: <https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/balandier-g-1988-el-desorden.pdf>

Balandier, G., (1986): Antropología política. Península. Barcelona, pp. 194-195.

Balandier, G., (1976): Teoría de la descolonización" vol. I, pp. 111-120 Asociación Nueva Antropología A.C.

Baretto, Margarita (2007). "Turismo y Cultura". Relaciones, Contradicciones y expectativas. El Sauzal, Tenerife (España). Revista Pasos. Nro. 1. Págs., 176. Capítulo IV "Turismo Cultural: Identidad, Autenticidad y Tradición". pp. 85-103.

Benko, Georges. Estrategias de comunicación y marketing urbano. EURE, Nª 79, Santiago de Chile, 2000.

Bostnam Comunicación Electrónica, La Marca (2006): "Identidad, Imagen y Personalidad de Marca", en <http://tucanal.es/bostnam/pdf/articulo.pdf>.

Boullon, Roberto C., Planificación del Espacio Turístico. México. Editorial Trillas, 1997.

Buenos Aires (provincia). Subsecretaria de desarrollo turístico (2013): Informe técnico conceptual: definición de criterios para la distinción turística de las fiestas populares.

Colombo, S., y Calvento, M., (2009): La marca-ciudad como herramienta de promoción turística. ¿Instrumento de inserción nacional o internacional?

Colombo, S., y Calvento., M., (2008): Las marcas ciudad como herramienta para el desarrollo local en municipios de la provincia de Buenos Aires. Balance preliminar y perspectivas.

Della Mea, Giselle (2008): ¿Qué es la marca ciudad?, en <http://3vectores.com/que-es-la-marca-ciudad/>.

Fernández Guell, José. M. (1997): Planificación estratégica de ciudades. Barcelona: Gustavo-Gili S.A.

Fernández, G; Paz, S. (2005): "Mas allá del marketing de ciudades: hacia una política pública de diseño y gestión de los signos de identificación de ciudad". Scripta Nova, revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de agosto, vol. IX, núm. 194 (94).

Giménez, Gilberto (1996). Territorio Cultura e Identidades, La región socio cultural. Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, México

Guber, Rosana (2004). "El Salvaje Metropolitano. Reconstrucción del Conocimiento Social en el Trabajo de campo". Buenos Aires. Paidó.

Homobono Martínez, José Ignacio (1990) Fiesta Tradición e Identidad Local. Cuadernos de Etnología y Etnografía de la Navarra Pamplona Nro. 55. PP. 43-58

Homobono Martínez, José Ignacio (2004) Fiesta Ritual y Símbolos: Epifanías de las Identidades. Univ. del País Vasco / EuskalHerrikoUnib. Fac. De CC. Sociales y de la Comunicación. Dpto. de Sociología. Bilbao.

Kotler, P.; Cámara, D.; Grande, I. y Cruz, I. (2000): Dirección de Marketing. Edición del Milenio. Décima edición, Ed. Pearson Education S.A., Madrid.

Kotler, P, Roberts, Kevin (2010), Marketing, Como convertir la Marca en referente. Seminario Audiovisual de Management, Editorial HSM, 1era edición, Buenos Aires.

La nueva. Ciudad de Las Flores, Diario digital.<http://www.lanueva.com/laciudad/715323/-las-flores-.html>

Lenclud, G. (1987): "La tradition n'est plus cequ'elleetait... Sur les notions de traditions et de societétraditionelle en ethnologie", Terrain, 9:110-123. M°. De Cultura. Paris.

López Carmona, J.M (2004): "Planificación estratégica y marketing de lugares". Disertación presentada en seminario virtual 2004."Marketing de ciudades y desarrollo urbano. Imago Urbis, Universidad Nacional de Quilmes, pp.4.

Loreto Florián M. y Gema Sanz (2005). "Evolución de la terminología del marketing de ciudades" Universidad de Alcalá.

Martínez Gómez, Antonio (2006), "Creación de una Marca Ciudad", Madrid.

Ministerio de Cultura, Presidencia de la Nación: "Guía de fiestas Nacionales de la República Argentina", en <http://fiestasnacionales.org>

Monferrer, E., y Camacho, M., (2010): Importancia del evento como instrumento de proyección del territorio. El evento tradicional como dinamizador local y generador de riqueza.

Morales, M., y Vela, J., (2009): Identidad territorial y promoción turística: la organización de eventos como estrategia de creación, consolidación, y difusión de la imagen de marca del territorio.

Municipalidad de Las Flores (2016). Secretaria de Cultura y Turismo. En <http://www.lasflores.tur.ar/turismoweb/evento.php?seccion=evento&mes=3&anio=2014>

Noticias Las Flores. Diario Digital. En <http://www.noticiaslasflores.com.ar/general/con-gran-acompanamiento-de-la-gente-comenzo-la-fiesta-criolla-del-hospital/>

Play Radios, (2016). “Se presentó oficialmente peñas y fortines”, en <http://playradios.com.ar/2015/11/26/se-presento-oficialmente-festival-penas-fortines/>

Paz, S., (2005): Administración estratégica de marca territorial, como construir y administrar la marca de ciudades y regiones.

Pizano Mallarino O, Zuleta J, Jaramillo G, Rey, G. (2004). “La Fiesta, la otra cara del Patrimonio”. Valoración de su Impacto Económico, Cultural y Social. Convenio Andrés Bello. Colección de economía y cultura. Bogotá. pp.138.

Prats, Llorenç (2006). “La Mercantilización del Patrimonio: Entre la Economía Turística y las Representaciones Identitarias”. Instituto Andaluz del patrimonio Histórico. Consejería de Cultura y Deporte. Revista PH 58.

Puente, Wilson (2000): Técnicas de investigación. En página web: <http://www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>

Ribes, J F., (2006): “Análisis del impacto económico de eventos, una aplicación a fiestas populares de proyección turística”.

Rodríguez Leyva, H. (2008): La formación de la identidad cultural del escolar primario, una alternativa pedagógica. (Tesis de Doctorado). Instituto superior pedagógico “Conrado Benítez”, Cienfuegos, Cuba.

Rojo Vicente, (2005), “Ten tu logo”. España. En Página web: <http://tentulogo.com/diferencias-entre-logotipo-isotipo-imagotipo-marca-imagen-corporativa-identidad-visua/>

Romeo Cotorruelo, M., (2001): Aspectos estratégicos del desarrollo local.

Schultz, U. (Dir.) (1993) La Fiesta. Una historia cultural desde la Antigüedad hasta nuestros días, Madrid: Alianza Editorial S.A.

Secretaria de Turismo de México, (Sectur), “Planificación y gestión del desarrollo turístico municipal”, en http://www.cdi.gob.mx/ecoturismo/docs/desarrollo_turistico_municipal.pdf.

Subsecretaria de turismo, Ministerio de producción, ciencia y tecnología: “Calendario anual del municipio de Las Flores”. Buenos Aires (2016).

Tinto Arandes, José Antonio (2008): “La imagen de marca de ciudades”, en Provincia nº 19, Enero-Junio.

Unesco (1982); “Declaración de México sobre las políticas culturales”. http://portal.unesco.org/culture/es/files/12762/11295424031mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf

Viajando por Argentina; (2007). “Encuentro Nacional de Motos en Las Flores”. En: <http://www.viajandoxargentina.com/modules/news/article.php?storyid=164>

YousyBaby Ramírez (2015): “Las fiestas populares tradicionales, reflejo de la identidad cultural de las comunidades”, Revista Caribeña de Ciencias Sociales (mayo 2015). En línea: <http>

ANEXOS

Anexo 1: Mi Observación 26/11/2016

Ingresé por la calle San Martín a la plaza principal llamada Plaza Mitre donde se realizó el desfile. Me choqué con un escenario donde se encontraban las autoridades de la ciudad. Se estaba empezando a escuchar de fondo música folclórica.

Pasé por el veredón de la Municipalidad, muy típica de las flores con una gran puerta principal de madera y pocas ventanas. Me acerqué a una pareja que se encontraba cercana a mí, y las interrogué sobre la fiesta, si eran residentes de las flores y si participaban todos los años de dicha celebración, tendrían entre 40 y 50 años, y a su lado se encontraban dos niños menores de edad.

Seguí caminando por la calle principal, San Martín, donde en minutos comenzaría el tan deseado desfile. Pasé por varios kioscos que se encuentran en la ciudad, hasta llegar a ubicarme cerca del palco para poder apreciar bien el desfile y a los gauchos.

Fueron las 18.00 y el desfile comenzaba, éramos alrededor de 150 personas (a pesar del mal tiempo, éramos bastantes) esperando por los caballos, carruajes y jinetes.

A un lado del presentador se encontraban los fotógrafos, que capturaban todos los momentos y caras de los que estábamos ahí.

Los primeros en desfilar fueron los pertenecientes al centro Tradicionalista La Tacuara, agrupación fundadora de la fiesta y organizadora hasta el día de hoy. Contaba con alrededor de 15 gauchos a caballo y la reina al final en un sulki acompañada de dos gauchos. Luego le siguieron instituciones de Las Flores, y de pueblos aledaños, y en total fueron 14 agrupaciones las que nos acompañaron en esta fiesta tan característica para los floreenses.

Casi a la mitad del desfile, me acerqué a hablar con un gaucho que ya había desfilado, y le pregunté acerca de lo que sentía al pasar por las calles de la ciudad y me comentó que él hacía 3 años que concurría y que era un orgullo poder mostrar sus caballos, porque es un trabajo muy grande el que hacen por cuidarlos, ya que son varias personas las que se encargan de ellos. Muy contenta con su predisposición me fui a seguir viendo la otra parte del desfile que faltaba.

Eran tropillas de caballos las que seguían, un espectáculo increíble. Las tropillas siempre son de caballos machos con una yegua. Se elige una yegua a la que se llama "Madrina" y se le coloca un cencerro. La yegua debe ser bien mansa pero al mismo tiempo tendrá que tener carácter. El sonido del cencerro nunca es igual de otro. Esto es importante porque cada caballo ha de seguir a ese sonido de día y por las noches o a su madrina. Muchas tropillas también tienen un caballo de un color diferente al que llaman "el lunar", (en el desfile se vieron dos), en realidad se usa el lunar para diferenciar una tropilla cuando se mezclan todos los animales y aparecen tropillas de idéntico pelo y tipo de animales.

Al finalizar el desfile, el presentador, Marcelo, agradeció a las autoridades, a los participantes y en especial al público por haber asistido. Me fui con una sensación de alegría, porque a pesar del mal tiempo muchas familias y personas mayores concurrieron como lo hacen año tras año para revivir la cultura e identidad del pueblo.

Todos los participantes seguían su fiesta en el campo de doma, donde una banda de música ya los estaba esperando y había una cantina con comidas y bebidas.

Al comenzar un nuevo día, el domingo 27, los jinetes se prepararon para las prueba de riendas, donde hubo un solo ganador de un pueblo aledaño.

Anexo 2: Modelo de encuestas

ENCUESTA A RESIDENTES N°:.....

Fecha:

Esta encuesta sirve para percibir si las fiestas populares son el principal atractivo para la creación de una marca ciudad.

1) Sexo

Masculino ()
Femenino ()

2) Edad

3) Usted trabaja?

Si ()
No ()

4) Estado Civil

Soltero ()
Casado ()
Viudo ()
Divorciado ()
En pareja ()

5) Educación finalizada que posee

Primaria ()
Secundaria ()
Terciaria ()
Universitaria ()
Postgrado ()

6) ¿Considera usted a Las Flores como ciudad turística?

Si ()
No ()

7) ¿Conoce las fiestas populares de Las Flores?

Si ()
No ()

8) ¿Participa de alguna de las siguientes fiestas?

Corsolandia ()
Fiesta Criolla del Hospital ()
Fiestas Patronales de Rosas ()
Aniversario Nuestra Señora del Carmen ()
Encuentro Nacional del Motos ()
Fiesta Nacional de Peñas y Fortines ()

9) ¿Cuál es la Fiesta que prefiere o más le gusta?.....

10) ¿Conoce alguna publicidad turística de las fiestas populares?

Si ()
No ()

11) ¿Se siente identificado con la fiesta nacional de Peñas y Fortines que se realiza en noviembre?

Si ()
No ()

12) ¿Cree que representa la cultura e historia del lugar?

Si ()
No ()

13) ¿Qué es lo que mas te gusta de la fiesta?

Comida	Música	Lugar	Otro

14) ¿Sabe usted lo que es una Marca Ciudad?

Si ()
No ()

15) ¿Sabe usted si Las Flores tiene una Marca Ciudad?

Si ()
No ()

16) ¿Cuáles de estos atributos elegiría para representar a Las Flores como marca ciudad?

Gauchos	
Danzas	
Canciones	
Caballos	
Prueba de	

riendas	
Carruajes	

17) ¿Considera usted que las Flores debería tener como Marca las fiestas populares, en especial Peñas y Fortines?

Si ()

No ()

18) Si usted no fuese un residente habitual, ¿cree que vendría de visita los días que se realiza la Fiesta Peñas y Fortines?

Si ()

No ()

19) ¿Vendría a más de una fiesta popular?

Si ()

No ()

20) ¿Qué probabilidad hay de que usted recomiende visitar la ciudad cuando se realiza Peñas y Fortines?

0%	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100%

Muchas gracias por su respuesta!!!

ENCUESTA A TURISTAS N°:.....

Fecha:

Esta encuesta sirve para percibir si las fiestas populares son el principal atractivo para la creación de una marca ciudad.

- 1) Sexo
Masculino ()
Femenino ()
- 2) Edad.....
- 3) ¿Usted trabaja?
Si ()
No ()
- 4) Estado Civil
Soltero ()
Casado ()
Viudo ()
Divorciado ()
En pareja ()
- 5) Educación finalizada que posee
Primaria ()
Secundaria ()
Terciaria ()
Universitaria ()
Postgrado ()
- 6) ¿Considera usted a Las Flores como ciudad turística?
Si ()
No ()
- 7) ¿Conoce las fiestas populares de Las Flores?
Si ()
No ()
- 8) ¿Participa de alguna de las siguientes fiestas?
Corsolandia ()
Fiesta Criolla del Hospital ()
Fiestas Patronales de Rosas ()
Aniversario Nuestra Señora del Carmen ()
Encuentro Nacional del Motos ()
- 9) ¿Cuál es la Fiesta que prefiere o más le gusta?
.....
- 10) ¿Qué lo motivó a usted a venir a la Fiesta Peñas y Fortines?
.....
- 11) ¿Es la primera vez que concurre?
Si ()
No ()
- 12) ¿Qué espera ver?
.....
- 13) ¿Cuál es la opinión de la Fiesta?
.....
- 14) ¿Cómo se enteró del evento?
.....
- 15) ¿Qué es lo que más le gusta de la fiesta?
- | | | | |
|--------|--------|-------|------|
| Comida | Música | Lugar | Otro |
| | | | |
- 16) ¿Usted cree que la fiesta representa a la ciudad de Las Flores?
Si ()
No ()
- 17) ¿Visita la ciudad en alguna otra fecha?
Si ()
No ()
- 18) ¿Sabe usted lo que es una Marca Ciudad?
Si ()
No ()
- 19) ¿Sabe usted si Las Flores tiene una Marca Ciudad?
Si ()
No ()
- 20) ¿Cuáles de estos atributos elegiría para representar a Las Flores como marca ciudad?
- | | |
|-----------|--|
| Gauchos | |
| Danzas | |
| Canciones | |
| Caballos | |

Prueba de riendas	
Carruajes	

21) ¿Considera usted que las Flores debería tener como Marca las fiestas populares, en especial Peñas y Fortines?

Si ()

No ()

Muchas gracias por su respuesta!!!

Anexo 3: Modelo de entrevistas y respuestas

ENTREVISTA

Preguntas

- 1) ¿Cómo definiría la fiesta?

- 2) ¿Por qué motivo forma usted parte de la comisión para la realización de la fiesta Peñas y Fortines?

- 3) ¿Participa en la organización de alguna otra Fiesta Popular?

- 4) ¿Cree que la fiesta es un atractivo para la ciudad?

- 5) ¿Cree que los florenses se identifican con las características que tiene la Fiesta Peñas y Fortines?

- 6) ¿Desde su lugar considera que la fiesta está hecha para los locales o para los turistas?

- 7) Según su criterio ¿qué lugar ocupa el turismo en la lista de prioridades a la hora de organizar la fiesta?

- 8) ¿Qué es lo que considera que busca el turista que viene a participar de la fiesta?

- 9) En caso de crear una Marca ciudad ¿Cree que basada en la fiesta popular, afectaría positivamente a Las Flores? ¿Por qué?

- **Nahuel Pellejero**
Fecha y Hora: 20/11/2016 10:30hs
Lugar: Las Flores

¿Cómo definiría la fiesta?

- Como un evento que reúne y revive la historia y mantiene presentes nuestras raíces folclóricas.

¿Por qué motivo forma usted parte de la comisión para la realización de la fiesta Peñas y Fortines?

- Porque siempre estuve ligado a las danzas y a las fiestas criollas de nuestra región.

¿Participa en la organización de alguna otra Fiesta Popular?

- Sí, de la Fiesta Criolla del Hospital.

¿Cree que la fiesta es un atractivo para la ciudad?

- Sí, desde que fue declarada de interés nacional, se notó un incremento notable de visitantes.

¿Cree que los florenses se identifican con las características que tiene la Fiesta Peñas y Fortines?

- Sí, es la idea.

¿Desde su lugar considera que la fiesta está hecha para los locales o para los turistas?

- Generalmente las personas que concurren son los residentes que buscan revivir la tradición, pero también año tras año se acercan más turistas de comunidades cercanas para participar de la celebración.
En la última edición, se acercaron alrededor de 100 domadores y 300 personas a disfrutar del evento.

Según su criterio ¿qué lugar ocupa el turismo en la lista de prioridades a la hora de organizar la fiesta?

- Ocupa un rol secundario, principalmente pensamos en los florenses.

¿Qué es lo que considera que busca el turista que viene a participar de la fiesta?

- Busca revivir y participar de un acontecimiento muy nuestro.

En caso de crear una Marca ciudad ¿Cree que basada en la fiesta popular, afectaría positivamente a Las Flores? ¿Por qué?

- Sí, porque sería una herramienta más para ser conocidos a nivel provincial y nacional.

➤ **Dardo Sergio Iglesias**

Fecha y Hora: 22/11/2016 16:00hs

Lugar: Las Flores

¿Cómo definiría la fiesta?

- Como un reflejo de Las Flores, donde crea identidad y nos permite ser reconocidos en comunidades vecinas.

¿Por qué motivo forma usted parte de la comisión para la realización de la fiesta Peñas y Fortines?

- Porque fui convocado hace años por amigos, actualmente soy el presidente del centro que la organiza y creo que es importantísimo que esta fiesta tradicional, que refleja la cultura de la ciudad, se realice año tras año, ya que forma parte del consciente colectivo de los vecinos.

¿Participa en la organización de alguna otra Fiesta Popular?

- No, a veces como institución reconocida participamos en la Fiesta de Rosas.

¿Cree que la fiesta es un atractivo para la ciudad?

- Si, aunque es un trabajo difícil en cuanto a lo organizativo, ya que no contamos con un amplio presupuesto.

¿Cree que los florenses se identifican con las características que tiene la Fiesta Peñas y Fortines?

- Por supuesto, el baile popular, las destrezas criollas, la música folclórica, son los protagonistas de este tipo de festejos, y la fiesta en si representa el legado de los ancestros en cada celebración.

¿Desde su lugar considera que la fiesta está hecha para los locales o para los turistas?

- Principalmente para los residentes, pero no podemos dejar de lado la cuestión turística, ya que todos los años se acercan personas nuevas.

Según su criterio ¿qué lugar ocupa el turismo en la lista de prioridades a la hora de organizar la fiesta?

- Esta fiesta esta primera en nuestra lista de prioridades, ya que es el acontecimiento más importante que tenemos en el año.

¿Qué es lo que considera que busca el turista que viene a participar de la fiesta?

- Busca lo mismo que los locales, revivir la cultura de la ciudad, el folclore, que es un atributo muy representativo.

En caso de crear una Marca ciudad ¿Cree que basada en la fiesta popular, afectaría positivamente a Las Flores? ¿Por qué?

- Desde ya que si, porque le estaría dando importancia a lo que son las fiestas populares de Las Flores y, a su vez, se estaría promocionando la ciudad.

- **Wanda Borda**

Fecha y Hora: 23/11/2016 11:30hs

Lugar: Las Flores

¿Cómo definiría la fiesta?

- La fiesta Peñas y Fortines es uno de los eventos populares tradicionales más relevantes que tiene nuestra ciudad, refleja características de la cultura y por ende la identidad cultural de nuestra ciudad. Fiestas como estas integran creadoramente elementos tales como: la música, el canto, la danza, comidas, bebidas, vestimenta de la cultura popular tradicional; los cuales encarnan de diversos modos en el arraigo de quienes lo conservan y transmiten, la fisonomía y temperamento del pueblo, por lo que es considerada de gran importancia tanto para nuestra ciudad como para la región,

¿Por qué motivo forma usted parte de la comisión para la realización de la fiesta Peñas y Fortines?

¿Participa en la organización de alguna otra Fiesta Popular?

- Desde la secretaria de Cultura y Turismo apoyamos prácticamente en su totalidad los distintos eventos que se realizan, brindando el apoyo necesario para que los mismos puedan ser llevados adelante, y con el convencimiento de que son los principales motivos por los cuales las personas visitan nuestra ciudad.

¿Cree que la fiesta es un atractivo para la ciudad?

- Sin dudas peñas y fortines es una fiesta muy esperada, no solo en Las Flores sino en toda la región. A nivel local, constituye un aporte cultural, con participación de artistas y centros tradicionalistas. Desde el punto de vista

económico contribuye al desarrollo local, siendo una fuente de ingresos para los distintos prestadores de servicios turísticos.

¿Cree que los florenses se identifican con las características que tiene la Fiesta Peñas y Fortines?

- Definitivamente, la gran mayoría de los florenses se identifican con la fiesta y sus distintas expresiones culturales.

¿Desde su lugar considera que la fiesta está hecha para los locales o para los turistas?

- La fiesta en un principio fue pensada a nivel local, de a poco fue tomando importancia hasta lograr ser declarada Fiesta Nacional, aunque a nivel organizativo aún quedan cosas por mejorar para poder aprovechar y difundir mejor el evento.

Según su criterio ¿qué lugar ocupa el turismo en la lista de prioridades a la hora de organizar la fiesta?

- Según mi opinión, si bien peñas y fortines es uno de los eventos más relevantes, y todos los años se ha colaborado y acompañado en su organización, el cambio de autoridades dentro del centro tradicionalista organizador y la falta de diagramación, hacen que muchas veces se posterguen determinadas tareas que deben realizarse con un buen tiempo de anticipación para poder tener la difusión que el evento merece.

¿Qué es lo que considera que busca el turista que viene a participar de la fiesta?

- Considero que el turista lo que busca es conectarse con la cultura local, con lo genuino, ver cómo se vive la tradición, poder compartir un asado, un fogón, disfrutar de las distintas expresiones artísticas que ofrece la fiesta.

En caso de crear una Marca ciudad ¿Cree que basada en la fiesta popular, afectaría positivamente a Las Flores? ¿Por qué?

- La marca ciudad tiene que representar la esencia del lugar, y este evento en particular sin dudas forma parte de nuestra identidad y afecta positivamente su imagen. Aunque al tratarse de un evento llevado adelante por una identidad, también considero que sería importante la planificación previa con las distintas asociaciones y comisiones en pos de una correcta organización que permita ir mejorando la fiesta año a año y que esta pueda ser sostenida en el tiempo.

Anexo 4: Las diferentes Fiestas Populares de la ciudad de Las Flores

Corsolandia

Para abrir el año, desde hace ya 46 años en el mes de febrero, se lleva a cabo el festival de los niños, llamado Corsolandia, declarado de Interés Turístico Provincial por su originalidad, se trata de un carnaval infantil organizado por la Comisión de igual nombre en la Av. Avellaneda entre Las Heras y Pueblos Originarios (ex Roca). Para la ocasión se esperan año tras año la participación de cientos de niños, como es costumbre, disfrutando de las fiestas de carnaval y participando en carrozas, disfraces individuales y grupales. Es uno de los eventos más destacados en el calendario local y provincial. La realización de este Carnaval Infantil ha merecido que la ciudad fuera reconocida como la Capital del Corso Infantil.



Fuente: Secretaria de Cultura y Turismo. 2016. Las Flores. De: www.lasflorestur.ar

Fiesta Criolla del Hospital

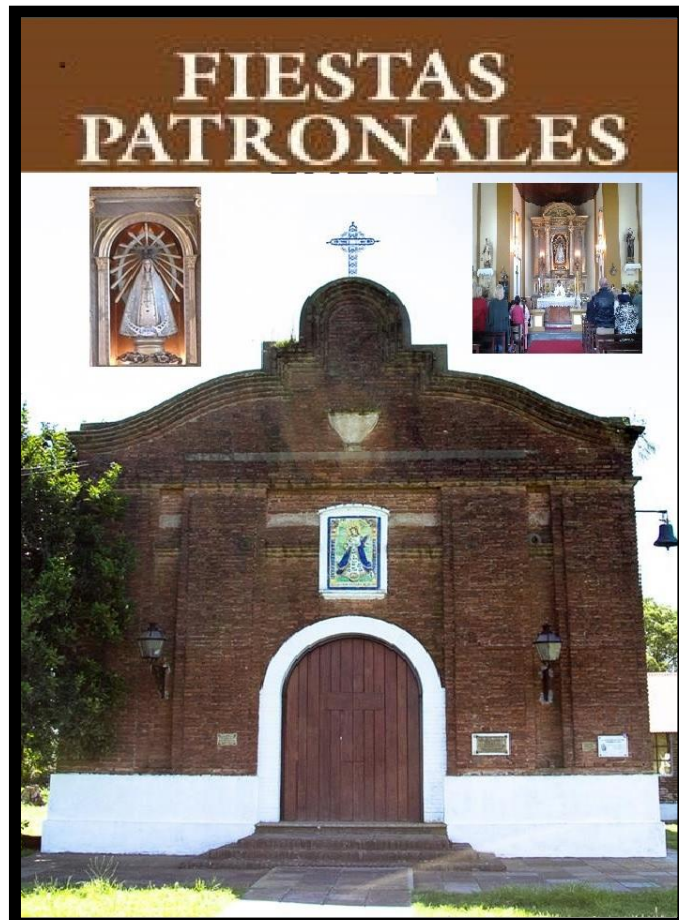
Continuando con la agenda anual, en marzo se celebra la Fiesta Criolla del Hospital, que ya va por su décimo octava edición, fue declarada de Interés Municipal en el año 2015, con un gran marco de público y grandes jineteadas, asados criollos, puestos de artesanos y la tradicionales noches de folklore en las carpas. Es una fiesta tradicionalista organizada por la Asociación Cooperadora del Hospital Zonal Gral. De Las Flores. Se realiza en el predio del Centro Tradicionalista "La Tacuara".



Fuente: Secretaria de Cultura y Turismo. 2016. Las Flores. De: <https://www.facebook.com/lasflorestur/photos>

Fiestas Patronales de Rosas

En Mayo se encuentran las Fiestas Patronales de Rosas. Desde hace años se realiza la popular peregrinación peatonal, en bicicletas, caballos y carruajes, que sale desde el Templo Parroquial de Las Flores y hasta Rosas distante 15 km. por caminos vecinales.



Fuente: Secretaria de Cultura y Turismo. 2016. Las Flores. De: www.lasflorestur.ar

Aniversario de la Santa Patrona Nuestra Señora del Carmen

Siguiendo el calendario de la ciudad de Las Flores, en julio se celebra uno de los acontecimientos que más personas atraen, es el Aniversario de la Santa Patrona Nuestra Señora del Carmen. Es la fiesta más significativa de la ciudad. Se inicia con una misa, luego se realiza la concentración de los fieles frente al templo y la llegada de las delegaciones rurales, barriales y escolares, de las entidades folclóricas, culturales, deportivas y sociales. Tras la aparición de la Virgen del Carmen, se inicia la procesión por las calles de costumbre. Al concluir la marcha, se sirve chocolate caliente.



Fuente: Secretaria de Cultura y Turismo. 2016. Las Flores. De: <https://www.facebook.com/lasflorestur/photos>

Encuentro Nacional de Motos

Una fiesta muy importante que se realiza es el Encuentro Nacional de Motos, que luego de cuatro años de ausencia, este año volverá a realizarse en el mes de octubre, organizado por una organización de Motociclistas de la ciudad. El municipio como organismo público, regula y pone a disposición todos los efectivos policiales y controles respecto a la seguridad vial. Concurren más de 4.000 motos y una multitud de aficionados a estos vehículos, quienes disfrutan entre otras cosas de shows musicales en vivo con el cierre de bandas importantes, caravanas por la ciudad, picadas y más. Es importante destacar, que por su larga y exitosa historia de casi 20 años de realización ininterrumpida, el evento ha sido galardonado y distinguido por la Secretaría de Turismo de la Nación como de "Interés Turístico Nacional"; lo cual se justifica con la llegada de visitantes de todo el país.



ENCUENTRO de MOTOS
Declarado de Interés Turístico Provincial y Nacional

LAS FLORES RUTA 3
KM. 187

**EN EL PARQUE PLAZA MONTERO
LA LAGUNA**

**7 AL 10
OCTUBRE**

Fuente: Secretaria de Cultura y Turismo. 2016. Las Flores. De: www.lasflorestur.ar