



Acceso Abierto. Disponible en:

[https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco\\_sapiens](https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiens)Correo: [faeco.sapiens@up.ac.pa](mailto:faeco.sapiens@up.ac.pa)

ACCESO ABIERTO

Recibido: 9-9-22 Aceptado: 29-10-22

## TURISMO EN PANAMÁ: EL FOLKLORE COMO PATRIMONIO CULTURAL

Tourist in Panama: The folklore as cultural heritage

**Nubia Ávila**

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de San Miguelito, Panamá

Correo: [nubia.avila@up.ac.pa](mailto:nubia.avila@up.ac.pa)  <https://orcid.org/0000-0002-6443-9421>**Jackeline Juárez**

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de San Miguelito, Panamá

Correo: [jackeline.juarez@up.ac.pa](mailto:jackeline.juarez@up.ac.pa)  <https://orcid.org/0000-0003-2677-3127>

### Resumen

El turismo es uno de los pilares que impulsa el desarrollo socioeconómico de los países, debido a que representa una importante fuente generadora de divisas y empleos, se da por los desplazamientos del turista que motivado por los atractivos que ofrece el destino, decide emprender su viaje, en busca de gratas experiencia, y ello requiere cubrir sus necesidades con servicios de transporte, alojamiento, alimentación y esparcimiento. El presente trabajo hace un análisis sobre el turismo cultural, desde a modalidad del folklore, costumbres, tradiciones, aborda la relación entre turismo, folklore o patrimonio cultural y su incidencia en la actividad como factor de desarrollo local, de igual manera presenta algunas reflexiones acerca de la forma de cómo las instituciones y organizaciones turísticas proyectan el atractivo folklore. El objetivo de este trabajo es valorizar el folklore como alternativa para impulsar las actividades culturales en el segmento de turismo cultural. El mismo se realizó mediante una revisión bibliográfica donde se analizaron las fuentes relacionadas con el turismo cultura y el folklore.

**Palabras clave:** Turismo, turismo cultural, folklore, atractivos turísticos en Panamá

### Abstract

Tourism is one of the pillars that drives the socioeconomic development of countries, because it represents an important source of foreign exchange and jobs, it is due to the movement of tourists who, motivated by the attractions offered by the destination, decide to undertake their trip. , in search of a pleasant experience, and this requires meeting their needs with transportation, lodging, food and leisure services. The present work makes an analysis of cultural tourism, from the modality of folklore, customs, traditions, addresses the relationship between tourism, folklore or cultural heritage and its impact on the activity as a factor of local development, in the same way it presents some reflections about of the form of how the tourist institutions and organizations project the attractive folklore. The objective of this work is to value folklore as an alternative to promote cultural activities in the cultural tourism segment. The same was carried out through a bibliographic review where the sources related to tourism, culture and folklore were analyzed.

**Keywords:** Tourism, cultural tourism, folklore, tourist attractions in Panama

## INTRODUCCIÓN

Uno de los pilares que impulsa el desarrollo socioeconómico de un país es el turismo este constituye una importante fuente productora de ingresos y empleos, originada por los desplazamientos o las rutas turísticas motivadas por los atractivos que ofrece cada lugar, el turista decide emprender su viaje, en busca de experiencias, sosiego, diversión, para ello se requiere una oferta completa que cumpla con sus necesidades: servicios de transporte, alojamiento, alimentación y esparcimiento.

Ese desarrollo depende del funcionamiento armónico de los elementos del turismo, que algunos especialistas identifican como sistema, otros como factores, en este espacio no se profundizará sobre qué termino sería el más apropiado, lo que sí es importante aclarar, es que ambos contemplan el núcleo motivador que impulsa y determina la decisión de realizar el viaje, que sin la existencia de él, difícilmente esta actividad generaría los beneficios que actualmente produce al atractivo turístico, considerado materia prima del turismo.

### Atractivos turísticos

La palabra atractivo deriva del latín, “attractivus” y puede traducirse como “que trae hacia sí”. Es fruto de la suma de tres componentes de dicha lengua: el prefijo “ad-”, que significa “hacia”; el verbo “trahere”, que es sinónimo de “traer”, y el sufijo “-tivo”. Este se emplea para indicar una relación pasiva o activa. (PhoHen, 2022)

Para Carmen Altés Machín, los atractivos son los que están en el contexto de un destino, que pueden generar un interés entre el público, determinar la elección y motivar el desplazamiento o la visita, se clasifican en naturales, los que están relacionados con la historia y con la cultura viva.

Al respecto, el Centro de Investigación y Capacitación Turística (CICATUR) propone una clasificación en base a cinco categorías, que contemplan diversos tipos y subtipos de atractivos turísticos:

La categoría “Sitios Naturales” comprende los elementos de la naturaleza. La categoría “Manifestaciones Culturales” abarca las obras del hombre del pasado, resaltando sitios arqueológicos, realizaciones urbanas, lugares históricos y museos. La categoría “Folklore” que incluyen diversas expresiones de la cultura de un sitio, relacionadas con la forma de vida, vestimenta, comidas típicas, instrumentos musicales, bailes tradicionales, creencias, mitos, leyendas, así como también la producción de artesanías elaborados con los elementos originarios de cada región (alfarería, lapidaria, coco, tejidos, etc.). La categoría “Realizaciones técnicas, científicas, artísticas contemporáneas” está formada por aquellas obras del hombre de reciente construcción, es decir, que pertenecen a nuestro tiempo, y que debido a su singularidad o característica excepcional poseen la capacidad de generar interés en la demanda. Por último la categoría “Acontecimientos programados” se incluyen todos los eventos organizados, actuales y tradicionales, con capacidad suficiente para motivar el desplazamiento de las personas como actores o espectadores. (OMT,1999)

Con respecto al turismo existen distintas teorías, unas, establecen que deriva del latín “tornus”, que es equivalente a “movimiento”; y otras indican que en castellano se ha tomado del inglés “tourism”, que, a su vez, deriva de la palabra francesa “tour”, que es sinónimo de “vuelta”. (Pérez & Merino, 2016)

La Organización Mundial de Turismo durante la Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes, definió que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios, entre otros”. (OMT,1991)

En referencia a la persona que realiza las actividades de Turismo, la Organización Mundial de Turismo identifica como turista el “visitante nacional o internacional que permanece por lo menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar o país visitado a diferencia de un excursionista o visitante del día que no pernocta en el lugar visitado”. (OMT, 2016)

## El valor y jerarquía de los atractivos turísticos

El valor de los atractivos turísticos puede radicar en diferentes situaciones. En algunos casos, se trata de espacios de importancia histórica. En otros, la atracción surge por la belleza natural. Más allá de lugares concretos (físicos), hay atractivos turísticos que son más bien simbólicos, como la gastronomía o la oferta de eventos. Estos a su vez se valorizan y jerarquizan dándole al atractivo diversos significados. (Pérez Porto & Merino, 2021).

En opinión de Galeano (2016), la jerarquización es “el proceso técnico por el cual el equipo de especialista reconoce la estructura del atractivo turístico y determina su importancia como motivación para las corrientes turísticas, otorgándole un valor expresado generalmente en puntos preestablecidos”.

Estas se expresan de las siguientes formas: La jerarquía 5 se les asigna a los atractivos de gran significación para el mercado turístico internacional, como ejemplo, el Canal de Panamá. La jerarquía 4, son rasgos excepcionales capaz de motivar una corriente de visitantes del mercado interno o externo, ejemplo. Playa Venao y Cambutal en el pacífico. Jerarquía 3 atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas. Ejemplo Casco Antiguo. Jerarquía 2 atractivos con méritos suficientes como para ser considerados importantes para el mercado interno que forman parte del patrimonio turístico, ejemplo: El Corpus Cristy de la Villa de Los Santos. Jerarquía 1 atractivos con méritos suficientes como para ser considerados importantes

para el mercado interno que forman parte del patrimonio turístico, pero sin condiciones para el turismo receptivo e internacional, ejemplo: cascada el zumbón.

## El folklore como atractivo turístico

Panamá siendo un país pequeño en extensión, cuenta con grandes atractivos turísticos naturales de gran valor y belleza que motivan el desplazamiento de la demanda turística, su variado y rico folklore constituye uno de los mayores atractivos, por sus danzas, música y bailes donde se aprecia mucho color y ritmo, y una exquisita y variada gastronomía, que sorprende por sus deliciosos platillos con sabores excitantes, producto de la amalgama de las diversas etnias originarias y coloniales que componen nuestra cultura.

El folklore panameño es una forma de expresión y forma de vida lleno de características muy particulares que lo distinguen a nivel internacional, posee diversos atractivos que motivan a los turistas locales e internacionales, estas actividades son muy apreciadas para conocerlas y participar de ellas.

Antes de continuar con esta descripción sobre la importancia del folklore en el turismo, se debe conocer de donde procede el vocablo. Folklore es una palabra inglesa que consta de dos términos: folk (que significa pueblo) y lore (que significa saber). Esta palabra fue acuñada por el anticuario inglés William John Thoms a mediados del siglo XIX y aunque ha sido objeto de muchísimas y variadas discusiones, finalmente hace ya tiempo que fue aceptada por todos los pueblos y hoy día se intenta incluso superar y trascender ese término, fue empleada por primera vez el 22 de agosto de 1846 en el periódico "The Atheneum" de Londres por William John Thoms, con el seudónimo Ambrosio Merton, quien definía a esta disciplina como el estudio de las antigüedades y la arqueología que abarca el saber de las clases populares de las naciones civilizadas (Molina, 2012).

De acuerdo con Isabel Aretz, etnomusicóloga, compositora, investigadora y escritora argentina, nacionalizada venezolana, el folklore se divide en tres grandes áreas; cultura social, cultura material y cultura mental espiritual en el campo del turismo se hace mayor énfasis en el folklore social que se manifiesta en los bailes, las fiestas, ferias, festivales y el material que abarca la vestimenta, la gastronomía, todos los elementos tangibles.

La Dra. Aretz los describe de la siguiente manera: La cultura social tiene que ver con las relaciones de grupos humanos o personas entre sí. La cultura material hace referencia a los objetos, las viviendas, la indumentaria, los enseres domésticos, las técnicas de pesas y medidas, la agricultura, los hilados y tejidos. Comprende todo lo que implica los trabajos y técnicas primarias transformadoras, corporales y artesanales. La cultura mental espiritual comprende todo lo relacionado con la religión o lo religioso, la magia, la literatura, la sustancia intangible (Aretz, 1978).

### **El Patrimonio Cultural y su importancia para la cultura**

Según la UNESCO el folklore se considera parte esencial de una cultura y permite construir la identidad de una comunidad. Sin embargo, estableciendo que patrimonio en general, es todo lo que se valora y aprecia del pasado, que se vive hoy y que se debe preservar para el futuro, según la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural establece que el Patrimonio Cultural se clasifica en: Patrimonio Cultural Material y Patrimonio Cultural Inmaterial llamado también “Patrimonio Viviente”.

El patrimonio cultural tangible o material se compone de los bienes muebles e inmuebles hechos por las sociedades de nuestro pasado. Incluye: el patrimonio arquitectónico: monumentos, edificios y construcciones que representan nuestra memoria física y nuestra evolución o involución social. El patrimonio arqueológico: elementos de valor producidos por culturas previas a la invasión de los españoles al ahora continente americano. También cuentan restos humanos, flora, fauna, fósiles y restos paleontológicos. El patrimonio artístico e histórico: pinturas, esculturas o producciones

artísticas que hablan de otras épocas. Se incluyen también piezas que sirven para evocar, recordar y explicar otros momentos de la historia (audios, películas u objetos de uso diario, por ejemplo). El patrimonio industrial: valores históricos, tecnológicos, sociales, arquitectónicos o científicos. Se constituye por edificios, máquinas, talleres, molinos, fábricas, minas, depósitos y medios de transporte. El patrimonio natural: formado por el conjunto de bienes y riquezas naturales, o ambientales, que la sociedad ha heredado de sus antecesores. Incluye también monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas, hábitat de especies animal y vegetal endémicas o en peligro de extinción, así como lugares delimitados por su valor excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural.

El patrimonio cultural inmaterial o “patrimonio vivo” se refiere a las prácticas, expresiones, saberes o técnicas transmitidos por las comunidades de generación en generación. El patrimonio inmaterial proporciona a las comunidades un sentimiento de identidad y de continuidad: favorece la creatividad y el bienestar social, contribuye a la gestión del entorno natural y social y genera ingresos económicos. Numerosos saberes tradicionales o autóctonos están integrados, o se pueden integrar, en las políticas sanitarias, la educación o la gestión de los recursos naturales. (Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural, 1972).

### **El folklore, la cultura panameña y su importancia en el turismo**

En Panamá generalmente los recorridos turísticos lo realizan en sitios que por su nivel de importancia como el Casco Antiguo de la ciudad, no se pueden obviar, como ejemplo: conjunto de edificios y objetos de valor histórico de Panamá, Panamá la Vieja, el Canal de Panamá, importante obra de ingeniería civil que representa el motor de la economía panameña, sin embargo, no hay que olvidar que el turista también desea conocer y vivir otras expresiones culturales del país.

**Las manifestaciones y expresiones folklóricas** se presentan como alternativa para diversificar la oferta turística, Panamá ostenta una rica cultura producto del proceso de

descubrimiento y colonización, cuya fusión entre las etnias: aborígen, hispano y africano, fusionando distintos ritmos, formas de vestir y diversos estilos de lenguajes, característico del habla del hombre panameño. Así se aprecia en la población negra de las Costas del Caribe, en Colón y Bocas del Toro, con su gastronomía, artesanías, vestidos y pegajosos bailes, con respecto a los grupos originarios estos cuentan con sus saberes que plasman en sus vestimenta, como la mola y el zaburet en los Gunas, los Ngäbe utilizan las chaquiras y las naguas, amplio vestido de colores lisos y figuras geométricas, y las mujeres Emberá se atavían con su falda de tres yardas conocidas como parumas, se adornan con pecheras de cuentas y monedas, con respecto a los grupos criollos, entre sus expresiones se distingue el tamborito, la tuna, las cumbias, y en la vestimenta sobresale la pollera uno de los vestidos más hermoso y espectaculares del mundo. No cabe duda, que el folklore surge del alma de los pueblos.

Una de las regiones más conocidas y visitadas por sus manifestaciones musicales: fiestas religiosas, patronales y festivas son las de la región de Azuero, reconocidas por ser unas de las más tradicionales, ya que están relacionadas con España, los negros esclavos y los indios. Esta mezcla dio como resultado el tamborito, nuestro baile nacional, la magnífica pollera y el sombrero “pintao” (Villa, 2021)

Las provincias de Herrera y Los Santos de la región de Azuero, son algunas de las más visitadas por turistas que viajan de todos los rincones para participar de sus hermosas y culturales actividades: Los Carnavales, el desfile de Las Mil Polleras, las fiestas de Santa Librada en Las Tablas; el Festival Nacional de la Mejorana, en Guararé de la provincia de Los Santos; las fiestas de San Pedro y San Pablo en Chitré, Herrera o las fiestas del Nazareno de Atalaya y de Santiago apóstol veragüense, por mencionar algunas.

Cuando hablamos del traje típico “La Pollera” estos sitios alcanzan el mejor destino. La pollera y el montuno de distintas formas y estilos, de diario o de gala, son vistosas y extraordinarias. Estos lugares se distinguen por poseer en sus coterráneos una vistosidad, arreglo, donaire en su atavío folklórico .

Por otro lado, no se duda de las manifestaciones producto de las costumbres heredadas de los esclavos traídos de África: los congos, con sus diablos, la reina y sus meninas y toda la comunidad congo que llega al alma y sentimiento de todos, locales y foráneos. Su música transmite el dolor de la esclavitud, el rechazo a sus amos, y el disfrute de los días de fiesta y sosiego en sus palenques. Turistas de todos lados aprecian estas manifestaciones culturales: sus humildes vestidos producto originalmente de los que podían encontrar o trapos que le daban sus amos esclavistas, las flores naturales que lucen con orgullo estas hermosas negras de piel color de ébano.

Panamá también tiene entre sus manifestaciones culturales el calipso, música producto de las costumbres e inspiración de los afroantillanos, que arribaron en la segunda ola de ingreso de inmigrantes negros al Istmo de Panamá durante la construcción del ferrocarril transístmico de entre 1850 a 1855, y mediante la tercera ola, que llegaron para la construcción del Canal de Panamá por los franceses entre 1881 a 1889. El calipso es la música de gran atractivo turístico representativo en Panamá y característico en las islas de Bocas del Toro.

Otro de los atractivos que posee Panamá, es la cultura indígena guna, de gran valor artesanal por sus molas y winis gunas (chaquiras), también es un elemento que los identifica. Las comunidades de las costas de Guna Yala son muy apreciadas por los turistas que buscan atractivos marinos, sol, arena blanca, playas y mar transparente. Estos recorridos incluyen la forma artesanal, creativa y colorida de la costura que las mujeres de estas comunidades desarrollan para confeccionar sus molas, su forma de vestir y de danzar, actividades artísticas y culturales.

Otra de las comunidades muy visitadas por turistas es la de los emberá, otro de los pueblos originarios que habitan y circundan cercanos a los ríos en Darién, desde hace 20 años se ha acercado al mercado turístico y ha abierto aldeas en las orillas de los hoteles en el Canal.

Andrés Villa periodista del diario La Estrella de Panamá: señala que estas culturas étnicas son un gran atractivo al turista por el colorido y sencillez de sus naguas (vestidos) que resaltan la belleza de sus mujeres. Combinan danzas, la arquitectura de sus aldeas, y las aventuras en cayucos que surcan corrientes fluviales. *“Es un segmento turístico que ha tomado impulso y es muy aceptado entre los visitantes”*. (Villa, 2021)

Villa continúa señalando que todo lo mencionado es un elemento principal y complemento a toda la experiencia viajera. “Con estas manifestaciones, los operadores de turismo forman productos que alargan la estadía de los viajes y ofertan un destino diferente”.

Datos obtenidos de la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP), entre enero y diciembre de 2019, Panamá recibió a 3 millones 365 mil 507 visitantes a través de las principales terminales aéreas, terrestres y marítimas del país, de acuerdo con las cifras que manejan las autoridades migratorias. Este número refleja un aumento significativo con respecto a 2018, cuando en el país ingresaron 3 millones 172 mil personas. El mayor ingreso se produjo por vía aérea (3 millones 36 mil 719), seguido de la terrestre (295 mil 241) y marítima (33 mil 547). (HUB, 2022)

En otra dirección se hace un llamado a las autoridades y organizaciones turísticas de la forma de cómo se está proyectando el folklore, sea llamado también: Patrimonio Cultural: Patrimonio Cultural Material o Patrimonio Cultural Inmaterial, para que se brinden las condiciones apropiadas a los turistas en la búsqueda de estos valiosos atractivos que engrandecen la cultura, historia y favorecen la economía de todos los pueblos. Ya que se mantiene la percepción de que sólo se potencia o explota el folklore como activo comercial, para el lucro; en pocas palabras para algunos inversionistas, personas naturales y organizaciones que se benefician del turismo solo les importa vender, dejando de lado el verdadero valor que tiene el folklore, en casos específicos distorsionando o tergiversando la verdadera esencia del quehacer del ente folk y su identidad dentro de una sociedad, por lo que no se debe alterar su autenticidad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aretz, I. (1978). *Manual del folklore venezolano*. Monte Avila. Venezuela.

Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. (1972). Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Unesco, Paris-Francia.

Galeano, L. (2016). *Docplayer*. Obtenido de investigación turística: <https://docplayer.es/4348572-Investigacion-turistica-lucio-galiano-luna.html>

Molina, M. A. (2012). Identidad y diferencia del folklore en la Península Ibérica. Obtenido de [file:///C:/Users/avila/Downloads/Dialnet-IdentidadYDiferenciaDelFolkloreEnLaPeninsulalberic-3825361%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/avila/Downloads/Dialnet-IdentidadYDiferenciaDelFolkloreEnLaPeninsulalberic-3825361%20(3).pdf)

Organización Mundial del Turismo. (2022). *Glosario de turismo*. Obtenido de [https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=Turista%20\(o%20visitante%20que%20pernocta,2.13\)](https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=Turista%20(o%20visitante%20que%20pernocta,2.13)).

Organización Mundial del Turismo. (1999). *Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal*. Madrid: OMT.

Pérez Porto, J., & Merino, M. (2016). Definición.de. Obtenido de Definición de atractivos turísticos: <https://definicion.de/atractivo-turistico/>

Pérez Porto, J., & Merino, M. (2021). *Concepto de atractivo turístico*. Obtenido de <https://definicion.de/atractivo-turistico/?ref=tfrecipes>

SENACYT. (28 de junio de 2019). Obtenido de <https://www.senacyt.gob.pa/presentan-el-libro-importancia-medica-de-la-flora-y-la-fauna-panamena/>

SENACYT. (2019). Panamá.

Turismo, O. M. (1991). *Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes*. Ottawa, Canadá.



Acceso Abierto. Disponible en:

[https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco\\_sapiens](https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiens)

Correo: [faeco.sapiens@up.ac.pa](mailto:faeco.sapiens@up.ac.pa)



Recibido: 9-9-22 Aceptado: 29-10-22

Villa, A. (2021). La riqueza del folclore nacional como atractivo para el turismo. Diario La estrella de Panamá. Panamá.

## Sitios Web

<file:///C:/Users/avila/Downloads/Generalidades%20del%20folklore.pdf>

<http://etimologias.dechile.net/?folklore>

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/14020/1/TESIS%20Bel%C3%A9n%20Oca%C3%B1a.pdf>

<https://phohen.com/post/definicion-de-atractivos-turisticos/12210666#>

<https://www.hub.com.pa/mas-de-3-millones-de-visitantes-de-otros-paises-ingresaron-a-panama-en-2019>