

# UNA MIRADA ANTROPOLÓGICA AL TURISMO CULTURAL EN EL MUSEO DE SITIO PUCLLANA

**Gladys PAZ FLORES**  
Museo de Sitio Pucllana Lima - Perú  
pazflores.gladys@gmail.com

## RESUMEN

El turismo produce cambios culturales significativos que implica una relación entre diferentes grupos socioculturales. En este sentido, la puesta en valor de los recursos culturales también ha diversificado los productos turísticos, segmentando el mercado en "Turismo Cultural", donde se incluyen museos, sitios arqueológicos, galerías de arte y también la visitas a comunidades indígenas.

Este estudio antropológico sobre este segmento, es fundamental para reconocer los aspectos y símbolos culturales, relaciones recíprocas entre los grupos, y el comportamiento de los actores en estos espacios. De esta manera, nos permite identificar conceptos teóricos y formas de interculturalidad, identidad y roles de ambos actores tomando como eje el análisis de las relaciones socios culturales, flujos de población y expresiones simbólicas en la interacción entre los turistas y anfitriones en espacios donde se expone nuestra riqueza cultural, como es el Museo de Sitio Pucllana.

## PALABRAS CLAVES

Museos, Turismo Cultural, Huaca Pucllana, Interculturalidad, Antropología.

## AN ANTHROPOLOGICAL LOOK AT CULTURAL TOURISM AT PUCLLANA SITE MUSEUM

## ABSTRACT

Tourism produces significant cultural changes that imply a relationship between different socio-cultural groups. In this sense, the enhancement of cultural resources has also diversified tourism products, segmenting the market into "Cultural Tourism", which includes museums, archaeological sites, art galleries and also visits to indigenous communities. This anthropological study on this segment is fundamental to recognize the cultural aspects and symbols, reciprocal relations between groups and the behavior of actors in these spaces. In this sense, it allows us to identify theoretical concepts and forms of interculturality, identity and roles of both actors taking as their axis the analysis of cultural partner relationships, population flows and symbolic expressions in the interaction between tourists and hosts in spaces where our cultural wealth is exposed, like the Pucllana Museum.

## KEYWORDS

Museum, Cultural Tourism, Huaca Pucllana, Interculturality, Anthropology

Recibido: 17/05/2021  
Aprobado: 16/08/2021

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación forma parte del desarrollo de mi tesis de maestría en Antropología Cultural y expone parte de los resultados de una investigación etnográfica de tipo exploratoria cualitativa desarrollada en el año 2019 en el Museo de Sitio Pucllana, ubicado en el distrito de Miraflores en el departamento de Lima y considerado uno de los museos más visitados por turistas extranjeros.

Esta investigación trata de identificar conceptos teóricos y formas de interculturalidad, identidad y roles de los visitantes y anfitriones analizando las relaciones socio culturales, flujos de visitantes y expresiones simbólicas en la interacción entre ambos en el desarrollo de sus vistas en el museo.

En la primera parte, se revisan algunos conceptos generales de la Antropología de Turismo y el Turismo Cultural, que nos ubican dentro de un marco para el desarrollo de la investigación. Posterior a ello, se exponen los datos relacionados al flujo de turistas proporcionado por el museo de sitio desde su creación. Finalmente, se exponen ocho entrevistas a profundidad que se realizaron para esta investigación, las que se hicieron de manera aleatoria divididas en cuatro grupos basados en procedencia y diferencias culturales, los que son los principales actores para llegar a la discusión de los resultados.

## REFERENTES TEÓRICOS CONCEPTUALES

### ANTROPOLOGÍA DEL TURISMO

La actividad del turismo ha formado un campo de interés para la antropología desde la década de los setentas con los primeros trabajos de Cohen (1972) y MacCannel (1973)<sup>1</sup>. La antropóloga Normal Fuller (2009), menciona que el turismo se puede observar como fenómeno cultural y probablemente sea la más rica y original, donde el viaje puede ser analizado como un ritual o peregrinación porque quiebra con la cotidianidad.

Los modelos teóricos y metodológicos de la antropología son básicamente útiles para el estudio y comprensión del turismo, donde se da un cambio social a través de los encuentros, interacciones y conflictos interculturales. Este fenómeno se conecta con los distintos conceptos de contacto, choque cultural, aculturación, identidad, modernización y globalización, estudiados por la antropología.

Las diversas situaciones en las que se relacionan los visitantes o turistas con los locales o anfitriones estimulan situaciones como la diferencia de idiomas, de prácticas y comportamientos culturales en diferentes circunstancias. Estas situaciones probablemente generen un cambio de corto o largo plazo en la comunidad receptora que se debe de analizar.

Por otro lado, Barreto y Otamendi (2015), mencionan la referencia de Nelson Graburn (2009), donde sostiene que no hay una antropología específica "del"

1 Tomado de (Fuller: 2009)

turismo, sino que la Antropología tiene como uno de sus objetos de estudio al turismo, donde las investigaciones etnográficas están relacionadas con la actividad turística, agrupando y profundizando así las principales áreas temáticas referidas a este campo del conocimiento.

Para Milano (2016: 146), la antropología comenzó a interesarse por el estudio del turismo cuando vio penetrar a los turistas en los lugares donde llevaba a cabo sus estudios etnográficos. Las nuevas tecnologías de movilidad, así como la emergencia de una nueva clase turista, hicieron el resto, provocando una rápida expansión del turismo y situando a los antropólogos ante un nuevo objeto de estudio: el fenómeno turístico.

Recientemente Santana (2020:5) señala que “La actividad turística es la máxima representación de la movilidad, modernidad y encuentro entre culturas y su diversidad. Por ello el ejercicio de la antropología social en un ámbito como el turismo se beneficia actualmente de los avances tecnológicos para obtener la mayor cantidad de información para el investigador de campo, aunque haya una limitación temporal. Hay una gran variedad de análisis etnográficos on site y online con una multiplicidad y variedad de formas donde se interacciona”.

## **TURISMO CULTURAL**

Según la OMT, “turistas” se denomina a las personas alejadas de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con independencia de sus motivos. Sin embargo, a veces un turista puede emprender viaje por otros motivos y puede aprovechar para visitas a lugares turísticos en sus tiempos libres. En este sentido, el concepto de turista, se entiende entonces como, una persona que decide voluntariamente visitar un lugar alejado de su residencia.

El origen del turismo es cultural, desde los primeros reportes de viajeros o peregrinos religiosos era casi siempre correspondiente a una clase privilegiada. Para la OMT, este se refiere a un tipo de actividad turística en la que la principal motivación es aprender, descubrir, experimentar y consumir atracciones y productos culturales tangibles e intangibles en un destino no turístico<sup>2</sup>.

Definir el concepto de Turismo Cultural es complejo, en los últimos años, la UNESCO lo define como “uno de los desplazamientos de personas que satisfacen la necesidad humana de diversidad y tienden a elevar el nivel cultural del individuo y suscitan nuevos conocimientos, experiencias y contactos”. (Perdersen, 2005:24 tomado de Matorell 2017:72)

En el ámbito nacional, Norma Fuller (2009:39) propone que el turismo cultural tiene como objeto el conocimiento de los monumentos y sitios históricos – artísticos y de las manifestaciones inmateriales como los conocimientos tradicionales, estilos de vida, etc. En este sentido, menciona que el turismo que más se practica en Perú es el cultural, dado que es la cuna de muchas civilizaciones y tradiciones.

---

<sup>2</sup> Tomado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>

Revisando la estadística del primer semestre del año 2019, año en que se realizó nuestra investigación, observamos el número de turistas que visitaron los museos nacionales en la siguiente tabla:

**Tabla 01:** Visitantes a Museos a Nivel Nacional

*"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"*

*"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"*

**VISITANTES A MUSEOS A NIVEL NACIONAL, 2019**

Visitas a Museos por Departamento, hasta Junio 2019

Datos Cuantitativos			
Departamento	Visitas Nacionales	Visitas Extranjeras	Total
ÁNCASH	31,943	3,160	35,103
APURÍMAC	2,709	0	2,709
AYACUCHO	43,619	904	44,523
CAJAMARCA	46,829	2,096	48,925
CUSCO	38,834	36,144	74,978
HUANCAVELICA	4,328	108	4,436
ICA	21,053	5,161	26,214
JUNÍN	17,731	166	17,897
LA LIBERTAD	5,915	1,699	7,614
LAMBAYEQUE	133,169	8,074	141,243
LIMA	164,285	95,278	259,563
LORETO	1,124	117	1,241
PIURA	13,147	253	13,400
PUNO	2,726	24,879	27,605
SAN MARTÍN	1,948	29	1,977
TACNA	446	1,148	1,594
TUMBES	1,246	84	1,330
<b>TOTAL</b>	<b>531,052</b>	<b>179,300</b>	<b>710,352</b>

Fuente: Oficina General de Estadística y Tecnologías de la Información y Comunicaciones

Los departamentos con mayores visitas de turistas extranjeros son Lima, Cusco, Puno, Ancash, Cajamarca y la Libertad, donde evidencialmente están relacionados a los monumentos arqueológicos.

**MUSEO DE SITIO PUCLLANA**

Esta investigación tomó en cuenta la información estadística sobre los turistas que cumplen con el perfil dentro del Turismo Cultural; por ello, se eligió analizar a los grupos de turistas que visitan el Museo de Sitio Pucllana (MSP) ya que consideramos que es un grupo significativo para determinar la perspectiva intercultural de la población extranjera hacia la cultura peruana expuesta en la ciudad de Lima.

El MSP se encuentra en el distrito de Miraflores, reconocida como la ciudad turística por excelencia con una historia que se remonta desde el desarrollo de la Cultura Lima (200 – 600 d.C.) hasta la modernidad. En este distrito, además se encuentran ubicadas las cadenas hoteleras internacionales con un total de

40% de hoteles de 4 y 5 estrellas a nivel nacional y la ruta gastronómica más reconocida.<sup>3</sup>

El MSP es considerado uno de los más visitados de la ciudad de Lima por su fácil acceso y presentar servicios y actividades dirigidas al turismo nacional e internacional desde hace 40 años. En el año 2016, la Municipalidad de Miraflores ganó el premio denominado Premio Interamericano a la Innovación para la Gestión Pública Efectiva - Edición 2016 con el proyecto “Huaca Pucllana: Modelo de Cooperación para la Recuperación del Patrimonio” realizado por la OEA (Organización de Estados Americanos)<sup>4</sup> reconociendo la buena gestión que se realiza mediante el convenio del Ministerio de Cultura y la Municipalidad de Miraflores bajo la dirección de la Dra. Isabel Flores Espinoza desde el año 1981 hasta el año 2020 y actualmente, bajo la dirección de la Mg. Micaela Álvarez Calmet.

El Museo de Sitio Huaca Pucllana se inauguró el 7 de julio de 1984, tres años después de la creación del Proyecto arqueológico, con la construcción de una pequeña sala de exposición que permanece hasta el día de hoy.



**Foto 01:** Museo de Sitio Pucllana

En 1991, se firma un Convenio Interinstitucional entre la Municipalidad de Miraflores y el Instituto Nacional de Cultura, hoy Ministerio de Cultura para la ejecución del proyecto y el compromiso de habilitar el Parque Arqueológico Pucllana, con áreas de servicio al turista, área de cultura tradicional, artesanía, auditorio y biblioteca. (Flores, Bacigalupo y Ccencho, 1999). En el año 2005, se renueva el convenio y se establece una tarifa al público con el fin de que este sea autosostenible. En el año 2016, se realiza el proyecto de iluminación total y se da inicio de visitas nocturno. En el año 2017 el MSP, es declarado Patrimonio Cultural de la Nación y su incorporación dentro del Programa “Museos Abiertos”,

<sup>3</sup> Fuente: [www.miraflores.gob.pe/turismo](http://www.miraflores.gob.pe/turismo).

<sup>4</sup> Fuente: [www.oas.org](http://www.oas.org)

con ingreso gratuito el primer domingo de cada mes para peruanos y residentes extranjeros.

En los últimos años, se observa notoriamente que ha ido incrementando el número de visitantes antes de la pandemia por la Covid19:

**Tabla 02:** Cuadro de número de visitantes registrados 1984 – 2019

<b>Año</b>	<b>Nacional</b>	<b>Extranjero</b>	<b>Total de Visitantes</b>
1984	1177	58	1235
1985	201	29	230
1986	1220	88	1308
1987	1471	62	1533
1993			1017
1995			12795
1998			9115
1999			9991
2000			9463
2001	8954	3743	12697
2002			19359
2003	6882	13998	20880
2004	2477	37970	40447
2005	13191	18348	31539
2006			35224
2007			38769
2008			50142
2009			65198
2010			58528
2011	26199	41395	67594
2012	21571	48311	69882
2013	17107	67067	84174
2014	17203	73108	90311
2015	22064	86027	108091
2016	21903	94145	116048
2017	29727	108364	138091
2018	32844	135281	168125
2019	30316	146371	176687

Fuente: Archivo del Museo de Sitio Pucllana

- No se cuenta con la data de los años 1988 – 1992, 1994, 1996 – 1997.

En los últimos años se ha podido ver una creciente en la gráfica de visitantes al MSP, para el año 2018 se registró un total de 168.125 mil personas, de las cuales el 80.52% fueron extranjeros con un total de 135.381 mil turistas. En el año (2019), se registra un total de 146.371 visitas de extranjeros. Es decir 10.990 turistas más que el año anterior.

Los trabajos de campo fueron realizados desde el mes de enero hasta el mes de junio del año 2019. Se realizó un registro de procedencia de los visitantes de acuerdo a los cuatro grupos investigados (Latinoamericanos, europeos, americanos y otros).



**Foto 02:** Turistas en Huaca Pucllana, actividad MUA 2019.

## REFERENCIAS GENERALES DE LA POBLACIÓN INVESTIGADA

La investigación es de tipo exploratoria cualitativa, por lo que la estrategia metodológica se basa en la etnografía que tiene como objetivo recoger datos e información de distintas fuentes, lo que implicó conversaciones y entrevistas personales a profundidad con los turistas o visitantes, la observación participante durante los recorridos turísticos que se dan en el Museo de Sitio Pucllana, así como comentarios y puntuaciones dejadas en las redes sociales. Este trabajo nos permitió conocer la perspectiva de los turistas en cuanto al concepto de interculturalidad e identificar los aspectos positivos y negativos de este encuentro.

La selección de informantes se dividió en cuatro grupos con un total de 8 personas, de ambos géneros, entre los 25 a 60 años de edad, de forma aleatoria.

El primer grupo, compuesto de tres personas provenientes de países latinoamericanos, donde su idioma nativo es el español; el segundo grupo compuesto por dos personas provenientes de países de América del Norte, donde el inglés es su idioma nativo; el tercer grupo, dos personas provenientes



de Europa, donde el italiano y el danés son sus idiomas nativos; y el cuarto grupo, denominado otros, compuesto de una persona proveniente de Medio Oriente donde el hebreo es su idioma nativo.

**Tabla 03:** Población entrevistada

Grupos	Nombre	País	Profesión/ Oficio	Duración de viaje	Año en que se recolecto la información
Latinoamericanos	Sara	México	Antropóloga	2 meses	2019
	Argenis	México	Independiente	1 semana	2019
	Javier	Costa Rica	Administrador	1 semana	2019
Americanos	Fred	Estados Unidos	Ingeniero	3 semanas	2019
	Aleksa	Canadá	Arqueóloga	1 mes	2019
Europeos	Gino	Italia	Comunicador	2 semanas	2019
	Pauline	Dinamarca	Arqueóloga	7 semanas	2019
Otros	Tzur	Israel	Economista	1 semana	2019

## DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

### - ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS EN LA VISITA AL MUSEO

La comunicación/interacción entre individuos de diferentes culturas debe de realizarse en un ambiente de respeto mutuo, seguro que garantice buenas relaciones sociales. Por ello, se busca adoptar y promover la interculturalidad mediante políticas específicas contra la discriminación, protegiendo los derechos sociales y promoviendo el respeto por las prácticas culturales.

En un espacio cultural como el Museo de Sitio Pucllana, el encuentro entre turistas y locales tiene efectos culturales y sociales. Esta es una relación breve, incluso de horas, el idioma se vuelve un factor prescindible y básico en la condición de recepción.

Bustos (2005:137) menciona que el turista extranjero presenta más dificultades por el idioma, alimentación, estilos de vida, cambio de moneda, entre otras; a diferencia del turista nacional, lo que origina algunos encuentros y desencuentros. Incluso se observan otros factores, en algunos casos, cuando realizan algunas de sus visitas, el comportamiento del turista responde a la escasez del tiempo y la actitud de querer verlo todo. Esta actitud puede destruir el contacto, transformando la relación en una incomprensión y rechazo.

Analizar la relación entre los turistas y habitantes locales nos demuestra que el tema es muy sensible ya que se puede ver afectada por varios motivos como, la invasión incontrolada de turistas, aprovechamiento y deterioro del patrimonio cultural, la presencia de restaurantes o bares alrededor del sitio, montos excesivos



de los productos alimenticios, degradación y contaminación del medio ambiente dada por los inversionistas que tratan de obtener una mejor oferta del paisaje, entre otros. En este sentido, el turismo masivo puede significar que sea imposible todo contacto con la población local, lo que genera una ruptura social, por la falta de tiempo para la interacción.

En la siguiente tabla se exponen los resultados de las preguntas principales de las entrevistas, los que se han agrupado en cuatro según la procedencia de los visitantes. En número entre los paréntesis corresponde a la cantidad de personas que tuvieron esa alternativa como respuesta.

**Tabla 04:** Principales puntos de la entrevista (2019)

Preguntas de Investigación	Grupo 1: Latinoamericanos	Grupo 2: norteamericanos	Grupo 3: europeos	Grupo 4: Otros
<b>Relaciones personales</b>	Diversa (2), Positiva (1)	Positiva (2)	Negativa (1), Positiva (1)	Diversa (1)
<b>Servicios turísticos</b>	Excelente (1), Variada (2)	Muy buena (1), Increíble (1)	Algo hay (1), Interesante (1)	Bueno (1)
<b>Servicios de transporte</b>	Deplorable (1), Problemático (1), Puede mejorar (1)	Caótico (1,) No adecuado (1)	Desastrosos (1), Barato (1)	Horrible (1)
<b>Interés en el Turismo Cultural</b>	Definitivamente (2), totalmente (1)	Muy importante (1), Definitivamente (1)	Interesante (1) Es la mejor oferta turística (1)	Tener otras experiencias (1)
<b>Museos visitados en Lima</b>	MNAAHP (1), Museo Larco (1), Pachacamac (2), Catacumbas (2), Mali (1), LUM (1), Pucllana (3), Museo Amano (1)	MNAAHP (2), Museo Larco (2), Pachacamac (2), Pucllana (2), Amano (1), Museo de Oro (1)	Larco (2), Pucllana (2), Amano (1), Museo de Oro (1), Catacumbas (1), Museo de la Inquisición (1), Mali (1), MAC (1), Museo Mario Testino (1), MNAAHP (1)	Museo de Sitio Pucllana (1)
<b>Sentimiento de empatía por el patrimonio</b>	Totalmente (1), Sí (2),	Tengo un gran sentimiento ahora (1)	Sí, pero creo que eso lo tiene uno desde antes de visitar el museo (1), Definitivamente (1)	Entiendo más su cultura (1)
<b>Los Museos como lugar intercultural</b>	Aún no (1), Sí (2)	Importantes (1) Definitivamente (1)	Sí (2)	Son buenos para conocer la historia (1)
<b>Servicios y actividades del MSP</b>	Excelente (2), Interesante (1)	Excelente mantenimiento y guiado (1) Está bien (1)	Están bastante bien (1), Me encanta (1)	Son buenas para el turista (1)

Continúa tabla 4

Continúa tabla 4

<b>Propuestas para mejorar los servicios</b>	Mayor difusión en redes (3), servicios para personas con discapacidad (1),	Uso de mayor tecnología (1) Grupos con menor número de personas (1)	Promocionar más (1), Convocar voluntarios para realizar eventos de teatro (1)	Mayor tecnología como videos o películas (1)
<b>Percepción de la cultura peruana actual</b>	Está en avance (1), Amplio mis conocimientos (1), Me falta conocer más (1)	Es impresionante (1), Ahora entiendo mejor el panorama (1)	Tengo mejor contextualizada la historia (1), Sienten orgullo de su cultura (1)	Me siento más cercano ahora (1)

De acuerdo a los resultados obtenidos en las entrevistas, proponemos algunos de los impactos positivos y negativos:

**- SOBRE LA MOTIVACIÓN DE ELEGIR EL PERÚ COMO DESTINO TURÍSTICO**

Es importante conocer la motivación de los turistas extranjeros al elegir el Perú como destino turístico, para ello, nuestra primera pregunta en la entrevista a profundidad se refirió a este tema: Seis de los ocho participantes, que equivalen al 75% de entrevistados presenta el interés por la cultura e historia para visitar el país, a pesar de encontrarse en los diferentes grupos y no compartir la misma nacionalidad e idioma. El segundo motivo, equivalente al 25% se relaciona a la visita de familiares o amistades.

**- SOBRE LAS RELACIONES PERSONALES CON PERUANOS**

Sobre este tema, resulto que los entrevistados que estuvieron mayor tiempo en el país, refieren a experiencias diversas y negativas con los peruanos:

¿Cómo ha sido su experiencia en cuanto a las relaciones personales con peruanos?

**Sara (Grupo 1):** Diversa. Pero en principio, distantes porque no suelen ser muy abiertos ni cálidos en inicio, además de que carecen de amabilidad en muchos ámbitos. Cuando se establece confianza, los modos y formas cambian.

**Argenis (Grupo 1):** El trato con mi pareja y su familia siempre ha sido cordial, pero en lo relativo a personas desconocidas siempre me ha parecido hosco y seco.

**Gino (Grupo 3):** Algo problemáticas porque aquí no se acostumbra decir lo que se piensa sin rodeos.

**Tzur (Grupo 4):** La mayoría de peruanos que he conocido han sido muy amables, pero también he sentido que la gente del mercado no le agradan mucho los turistas. He notado que lo peruanos actuaran diferentes con los extranjeros.

El aspecto negativo se inicia por la falta de comprensión en el lenguaje, dentro de sus comentarios mencionan que la gran mayoría de peruanos no hablan inglés, este sólo se habla dentro de los hoteles y hospedajes, es por ello que,

en otros espacios como los mercados, tiendas de souvenirs o taxis, no fluye la comunicación, algunos de ellos sienten una especie de burla, hipocresía o aprovechamiento en el precio de los productos por ser extranjeros.

#### - **SOBRE SU APRECIACIÓN EN LAS OFERTAS Y SERVICIOS TURÍSTICOS EN LIMA**

Un análisis previo al llegar a este cuestionamiento fue preguntarles que tanto conocían de la parte social y cultural de Lima, a lo que casi el 100% de los entrevistados respondieron que casi nada más allá de las ofertas turísticas:

¿Qué conocía sobre la parte social y cultural de la sociedad de Lima, antes de visitar esta ciudad?

**Javier (Grupo 1):** La verdad que muy poco, pero me habían recomendado la zona de Miraflores y la visita a la Catedral.

**Fred (Grupo 2):** Muy poco, si bien mi esposa es peruana, igual ella vive en los Estados Unidos desde muy joven, es otra turista más. Se conoce más sobre su gastronomía y Machupichu.

**Gino (Grupo 3):** Nada.

**Pauline (Grupo 3):** Muy poco, sólo lo que decían mis amigos que estuvieron acá, quienes se quedaron en Miraflores, lo que sabía era muy limitado.

**Tzur (Grupo 4):** Para ser honesto, no sabía nada de Lima, menos de sus aspectos sociales o culturales. Fue una gran sorpresa ver lo bueno y lo malo. No sabía que podía tener tantos atractivos, pero tampoco sabía que eran tan pobres.

La mayoría de los entrevistados muestran gran sorpresa por la cantidad de atractivos turísticos que posee la ciudad, así como de sus aspectos socio-culturales y formas de vida. Los centros de mayor impacto siempre son los mercados y los medios de transporte donde la interacción es directa e inmediata.

Hay una convergencia en la respuesta positiva por la oferta y servicios turísticos en general, el cual también se observa en los comentarios de las redes sociales y el libro de visitas analizado, sin embargo, se menciona la falta del uso de tecnología en los museos, así como una mayor difusión a nivel internacional.

#### - **SOBRE LA PERCEPCIÓN DE LA CULTURA DESPUÉS DE VISITAR LOS MUSEOS**

Después de haber visitado los museos en Lima, los entrevistados muestran una mayor empatía y mejor comprensión de la cultura peruana. El factor sorpresa de observar elementos que no conocían es importante para sentir una mayor cercanía con la cultura peruana, El 100% de los entrevistados, incluyendo a los que mencionaron experiencias negativas, concluyen en querer regresar al país y recorrer otras ciudades y compartir mayores tiempos conociendo el país.

## CONCLUSIONES

Se han podido diferenciar cuatro tipos de impactos en el análisis del contexto y los resultados de las entrevistas a profundidad:

### 1) Impactos positivos económicos

El museo ha tenido un crecimiento sustentable, gracias al autofinanciamiento que se logró en 1991. Esto, además, genera puestos de trabajo a terceros, reflejados en la venta de artesanías en el mismo local, la creación del espacio para habilitar un restaurant, visitas de agencias de turismo particulares con sus propios guías, taxistas, entre otros de forma particular.

### 2) Impactos positivos Socio – Culturales

Las últimas tendencias de reconocimiento positivo en redes sociales han sido fundamental para tener en creciente la cantidad de turistas que se registran cada año, lo que causa un interés de nuevos visitantes y también de instituciones internacionales que muestran un interés por conocer el patrimonio cultural peruano.

### 3) Impactos positivos Académicos

La educación es uno de los pilares del Museo de Sitio Pucllana, por lo que la mayoría de sus actividades involucran escolares, universitarios a nivel nacional e internacional a través de programas de intercambio con otras instituciones. Se han registrado participaciones de turistas en las diferentes actividades, talleres y otros servicios que ofrece el museo. Hay registros de visitantes extranjeros que luego de la visita, han participado como voluntarios.

### 4) Impactos negativos

La mayor parte de los impactos negativos se da en la misma ciudad de Lima, por la falta de fluidez en el idioma es una desventaja que genera desagrado a la hora de transportarse o comprar souvenirs. Además del sistema de transporte deplorable que tiene la ciudad de Lima, que hace difícil la estadía de los turistas.

En cuanto al museo de sitio, uno de los factores es el flujo de gente en las inmediaciones del museo que ha generado consecuencias y malestares sociales, medio ambientales y culturales debido a la gran demanda de visitantes.

Esta pequeña muestra expuesta en esta investigación, debería de ser parte de un macro análisis antropológico sobre el turismo actual, que nos ofrezca una mayor amplitud del conocimiento y comprensión enfatizando en las relaciones socio –culturales entre los visitantes y anfitriones, lo que contribuirá posteriormente a enriquecer la experiencia intercultural.

## AGRADECIMIENTOS

Agradecer a la Dra. Isabel Flores Espinoza y la Mg. Micaela Álvarez Calmet, directora del Museo de Sitio Pucllana por la permitirme desarrollar esta investigación y autorizarme el uso de los datos para esta publicación. Al profesor Pedro Jacinto por sus enseñanzas y observaciones en el desarrollo de la investigación y a todo el equipo de trabajo del museo, en especial a la Lic. Rita Velásquez, promotora cultural y María Parra, guía de turismo del museo, al igual que sus compañeros por la gran labor que realizan en el museo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barreto, M. y Otomandi, A. (2015). "Antropología y Turismo en los países de la plata (Argentina y Uruguay)" En: Pazos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Vol. 13, 283.294. Recuperado el 18 de julio de 2019, de: <https://www.redalyc.org/pdf/881/88134125002.pdf>
- Bustos, A. (2005) "Hacia un turismo intercultural: el caso Atacameño" En: Revista LIDER. Vol. 13, año 10. Pp. 133-150 Chile.
- Flores, I, Bacigalupo C. Ccencho, J. (2005)
- Huaca Pucllana: Su recuperación y propuesta en valor. Una propuesta de gestión del Patrimonio Monumental En: Medio de Construcción. Revista mensual de diseño y construcción N° 150. Pág. 14 -23 Lima – Perú.
- Fuller, N. (2009). "Turismo y Cultura, entre el entusiasmo y el recelo" Fondo Editorial PUCP. Primera edición. Lima – Perú.
- Matorell, A (2017) "Turismo Cultural: Reflexiones para un encuentro sostenible entre turismo y cultura" Fondo editorial Universidad de San Martín de Porres. Primera edición. Lima – Perú.
- Milano, C. (2016) "Antropología, turismo y desarrollo en cuestión: El turismo comunitario en debate". En Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia N° 32, pp 145.166. España. <https://www.raco.cat/index.php/QuadernsICA/article/view/320293> [Consulta: 20-01-2021].
- Santana, A. (2020). "Turismo un objeto de estudio para la Antropología Social" Disparidades. Revista de Antropología 75(1). Recuperado el 24 de enero de 2021 de: <file:///C:/Users/pc/Downloads/856-Texto%20del%20art%C3%AD-culo-1166-1-10-20200518.pdf>