

Eje N° 6: El uso turístico del patrimonio como instrumento para el desarrollo.

REFLEXIONES EN TORNO AL TRINOMIO: PATRIMONIO, TURISMO Y TERRITORIO

Carlos Andrés Pinassi. Licenciado en Turismo (UNS) y Magister en Gestión del Patrimonio Arquitectónico y Urbano (UNMdP).

Dpto. de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur – CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas). andres.pinassi@uns.edu.ar

Palabras clave: Patrimonio cultural – Turismo – Territorio.

INTRODUCCIÓN

Hablar de patrimonio, turismo y territorio, tres conceptos de fuerte peso en la esfera de las ciencias sociales, implica asumir una postura y enfoque desde el cual sean abordados los mismos. No será de igual manera hacer referencia al patrimonio cultural como recurso económico, que como recurso turístico; referirse al turismo, como actividad productiva, que como proceso socio-espacial; o manifestar la idea del territorio como el mero soporte de recursos culturales y naturales, en vez de considerar la existencia de un territorio constituido por actores, intereses, actividades y relaciones de poder que se dan en un tiempo y espacio dado.

La presente comunicación, aborda desde la perspectiva de la geografía del turismo, el tratamiento del trinomio descrito al comienzo.

En primera instancia, se presenta el concepto de patrimonio cultural, vislumbrando una clara diferenciación entre la perspectiva de definición etimológica y la cara desarrollada desde la antropología.

Posteriormente, se analiza la valorización de dichos bienes y manifestaciones culturales por parte del turismo. Se aproxima así, al estudio de la generación de la atraktividad turística del patrimonio cultural, visto desde la geografía tradicional del turismo, y su articulación con los nuevos aportes de la geografía crítica actual.

Por último, se caracteriza al territorio del turismo, lugar donde convergen los dos primeros conceptos descritos, sus asociaciones y vinculación con la sociedad.

PATRIMONIO, TURISMO Y TERRITORIO

Desde su perspectiva etimológica, el patrimonio se encuentra asociado a los conceptos de pertenencia, propiedad y herencia. Esta concepción, arraigada en la base individual, en un sentido amplio, se extiende al conjunto de individuos de la sociedad, manifestando la idea de un patrimonio histórico- cultural de todos.

Esta visión, reduce al patrimonio a un conjunto de objetos y manifestaciones, en cierto término representativos de la sociedad, que son recibidos del pasado y que la responsabilidad de las sociedades presentes es salvaguardarlo, mediante el uso y disfrute de todos, para traspasarlo a las sociedades futuras, en las mejores condiciones posibles, y que así continúe siendo testimonio identitario de la comunidad. Adquiere en este caso, la connotación de “mensajero de cultura” (Ballart Hernández y Treserras, 2007:13).

Los organismos internacionales, abocados y vinculados a la preservación de este patrimonio histórico cultural, hacen mención y descripción de diferentes componentes susceptibles de legitimación patrimonial. Reflejo de ello, son las distintas definiciones de patrimonio que abordan las cartas y recomendaciones internacionales (UNESCO 1982; ICOMOS, 1999).

De esta manera, la concepción actual del término adquiere un carácter complejo, en el que se amplía hacia una visión territorial del patrimonio y se distinguen nuevos componentes o bienes culturales, tanto de carácter material como intangible. Estos, son el resultado de procesos históricos, generados en sociedad a lo largo de su existencia, transformándose en elementos fundamentales y susceptibles de ser preservados, como símbolos identitarios de un pueblo, ante un presente cambiante y con nuevas actividades, modas y gustos, que pueden atentar contra dicho conjunto de recursos heredados¹.

Esta idea de patrimonio, como legado o conjunto de bienes heredados del pasado, ha sido puesta en cuestionamiento. Al respecto, Bertoncello (2010:36) manifiesta, que “[...] el patrimonio no es algo que tiene origen en el pasado y es meramente recibido en el presente, sino que, por el contrario, es desde el presente que se llevan adelante los procesos de definición del patrimonio.”

Tal consideración, permite el abordaje del concepto desde una perspectiva antropológica. En palabras de Prats (1997, 1998 y 2005), el patrimonio es una *construcción social*, en tanto no existe de forma natural, sino que ha sido creado por los individuos en sociedad, a través de un proceso complejo, en un espacio y tiempo dado, con un fin específico. Esta construcción puede variar a lo largo de la historia, determinando nuevos fines e intereses.

Ballart Hernández y Tresserras (2007:11) manifiestan la misma postura al respecto, considerando que el patrimonio: “es una construcción cultural y como tal sujeta a cambios en función de circunstancias históricas y sociales. Nuestra sociedad moderna ha elaborado su propia versión de patrimonio colectivo, incluyendo bienes culturales y naturaleza, y presuponiendo la existencia de un patrimonio de toda la humanidad.”

Esta connotación del patrimonio, se encuentra dada a partir de los procesos de patrimonialización, que de forma voluntaria e inducida incorporan valores socialmente construidos (Bustos Cara, 2004:11) a ciertos bienes o manifestaciones, en teoría, representativos de la cultura de una determinada sociedad.

De acuerdo a la lectura que realiza Prats (2005:18-19), los procesos de patrimonialización llevan asociados “dos construcciones sociales, distintas, pero complementarias y sucesivas”. En primera instancia, el autor hace referencia a una *sacralización de la externalidad cultural*, en la que se seleccionan aquellos bienes considerados, “más representativos” de una cultura determinada, para ser legitimados como patrimonio. Este proceso, lleva aparejado un vínculo específico con el bien o manifestación cultural en cuestión y su representación en la sociedad. Dicho proceso consiste en “[...] un mecanismo universal, intercultural, fácilmente reconocible mediante el cual toda sociedad define un ideal cultural del mundo y de la existencia y de todo aquello que no cabe en él [...]” (Prats, 2005:18).

Por otra parte, el autor destaca como segunda construcción cultural, a la *puesta en valor y a la activación*. El mismo diferencia a estos conceptos, comúnmente considerados como sinónimos, predeterminando a la puesta en valor como la acción asociada a la valorización propiamente dicha, y a la activación, vinculada a los discursos. Toda activación patrimonial “[...] comporta un discurso, más o menos explícito, más o menos consciente, más o menos polisémico, pero absolutamente real” (Prats, 2005:20). En este mismo sentido, el autor en otra de sus publicaciones, manifiesta que “el patrimonio cultural es una invención [...]” (Prats, 1998:63), debido a la generación de discursos que produce, consecuentes a la legitimación de bienes o manifestaciones culturales, asociados en representación de una determinada ideología del poder del estado. Un ejemplo claro de lo expuesto, resulta la vinculación ideológica del gobierno oficialista de la República Argentina en la actualidad, asociada ella a la recuperación de la soberanía sobre el territorio de las Islas Malvinas. En este contexto, se ha reconocido y declarado como “Sitio Histórico”, un lugar en la Provincia de Santa Cruz, en el que cayera un helicóptero participante de la guerra, que transportaba soldados argentinos

¹ Entre algunos de los autores que realizan un abordaje del patrimonio cultural desde su perspectiva etimológica, se destacan: Camarero Izquierdo y Garrido Zamaniego (2008) y Querol (2010).

durante el combate con Inglaterra. Sin establecer juicio de valor al respecto, este ejemplo resulta representativo para identificar una abstracción o recorte de la realidad que pretende legitimar el poder político, a través un proceso de patrimonialización concreto.

Dichos procesos pueden surgir por iniciativa, dependiendo de la situación, de la población local², del propio poder del estado y a partir de la valorización que los visitantes realicen de un sitio o lugar determinado. En este último caso, entra en juego el turismo. Desde esta perspectiva, a través de la apreciación que realiza de determinados espacios, puede contribuir a la conservación activa del patrimonio cultural, utilizándolo como recurso turístico, capaz de generar un desplazamiento.

Para poder comprender esta relación entre turismo y patrimonio cultural, es necesario analizar el proceso de construcción de la atractividad turística de un determinado destino o recurso. En este contexto, se debe definir con anterioridad, qué se entiende por atractivo. Sunyer et al. (2005:62), considera como atractivo o recurso turístico³ a “todo elemento material que tiene capacidad, por sí mismo o en combinación con otros, de atraer visitantes a un determinado espacio, y cuando esa visita responde a motivos de turismo, ocio y recreación.” Es decir, siguiendo la lectura que realizan los autores, “los recursos territoriales constituyen la materia prima de la actividad turística.” En este sentido, en relación con el turismo cultural y patrimonial, el propio patrimonio cultural, se transforma en el recurso, susceptible de uso y aprovechamiento por parte de los visitantes.

A partir de lo expuesto, existe entonces un elemento cultural que es valorado como tal por sus condiciones. Esta valoración, manifestada por procesos de patrimonialización, conlleva a su conversión en recurso cultural, al ser apreciado como tal. Como se mencionara con anterioridad, dicha iniciativa de asignación inducida de valor, puede ser llevada a cabo por el poder del Estado, por actores locales (vecinos, instituciones, gestores), o por la valorización propia de los turistas, contribuyendo a su activación y a su posterior conversión en atractivo. Es decir, como primera aproximación de análisis, sesgada en el espacio receptor de visitantes, que aquel recurso que es valorado por los turistas y que genera un desplazamiento hacia el destino donde se localiza, se transforma en recurso turístico o atractivo en sí mismo.

Lo expuesto hasta aquí, se ha analizado desde una sola mirada: la del destino o área receptora. Esto permite deducir que el conjunto de recursos turísticos de un destino, constituyen aquellos componentes básicos o complementarios, pero no únicos, capaces de motivar a los individuos y generar un flujo de visitantes desde un área emisora, considerada ésta como el entorno habitual de dichas personas, hacia un espacio receptor, donde se encuentran los mencionados recursos territoriales.

Asimismo, dicho concepto debe abordarse también desde una perspectiva no sólo centrada en el área receptora, portadora de recursos y productos turísticos, sino en la mirada del visitante, quien desarrolla su residencia en un área emisora, distante al destino y quien define la atractividad propia de los recursos y del espacio turístico en su conjunto.

Almirón, Bertonecello y Troncoso (2006:107), a partir de la lectura que realizan de Urry (1996), sostienen que la atractividad turística de un lugar no sólo debe analizarse desde el espacio receptor, sino desde las áreas emisoras, concentradoras de los potenciales turistas. En este sentido, puede definirse entonces, desde dos perspectivas: en primera instancia, a partir de los recursos turísticos o atractivos, entendidos como un conjunto de componentes naturales o culturales, con ciertos atributos particulares en un determinado sitio, que existen previamente a la valorización que los visitantes hagan de dicho espacio; y por otro lado, establecen que la atractividad es una “construcción social”, que va más allá de la mera existencia de atributos en el territorio, sino que la misma se forma a partir de la combinación de estos últimos con ciertas cuestiones ajenas al espacio soporte de los atractivos. Dichas variables resultan relativas a los propios visitantes y al contexto en el que ellos están inmersos, como pueden ser las modas, gustos, hábitos de consumo, etc.

² Principalmente en los procesos de patrimonialización vinculados al “patrimonio local” (Prats, 2005).

³ El autor de la presente comunicación, considera al término atractivo como sinónimo de recurso turístico.

A partir de esta última postura, se atribuye la construcción de la atraktividad a las sociedades de origen, es decir, la determinación de una actitud generadora del desplazamiento, propia de un espacio diferente al receptor, en el que verdaderamente se encuentran los recursos. En este caso, se imputa dicho proceso social al interés o “mirada del turista” (Urry, 1996) sobre un espacio dado.

Posicionar la construcción de la atraktividad en la sociedad de origen, genera ciertos interrogantes, ya que considera la idea de que un lugar sólo podrá ser considerado turístico, si realmente interesa a los potenciales visitantes, que residen en un espacio diferente al que se localizan los atractivos. Queda así marginada, toda posibilidad de desarrollo de un determinado lugar, que puede albergar atributos aprovechables por el turismo. Al respecto, Bustos Cara (2004:13-14) plantea que: “la superación de la dicotomía entre la sociedad de origen del turista y la sociedad de destino [...] debe buscarse en el proceso de producción de valor del atractivo turístico y hacerlo de manera sostenible. Para esto es necesario reconocer que la sociedad de destino produce sus valores y que estos son territorializados los que pueden sustentablemente alimentar los valores buscados o reconocidos por la sociedad de origen. Los valores desterritorializados, es decir imaginados en el origen, tarde o temprano se desvanecen ante las realidades locales.”

En el proceso de activación de bienes culturales como atractivos turísticos, será necesario entonces compatibilizar ambas miradas, por un lado, analizar y exaltar los atributos particulares de los recursos turísticos, y por otro, tratar de definir las propuestas de gestión a partir de los intereses de los visitantes. Aquí entra en juego el papel que desempeña el marketing turístico, en tratar de identificar las necesidades y deseos de los turistas para, a partir de ello, diseñar productos concretos que respondan a sus exigencias.

Siguiendo la misma línea de pensamiento, puede manifestarse que existen diferentes componentes patrimoniales, con ciertas características que los hacen ser más o menos propensos a convertirse en verdaderos atractivos turísticos. Dependiendo de los valores que la obra o la manifestación cultural albergue, en cuanto a parámetros estéticos, paisajísticos, culturales, históricos, entre otros, será más o menos apto para captar el interés de los potenciales visitantes de un destino turístico. A esto se le debe adicionar la posible declaratoria que posea el bien, otorgando la misma una valoración mayor, cuanto más elevado sea el estatus alcanzado. En este sentido, se entiende que un lugar declarado Patrimonio de la Humanidad, representará una mayor apreciación, en términos de atraktividad, que otro con declaratoria a nivel Provincial o Municipal (Bertoncello, 2008:11). Esta asignación de valor juega un rol fundamental en estos procesos, donde pueden ser los detonantes del desarrollo de la práctica turística en un determinado lugar, asociando a ello: formas de consumo, de planificación, ciertos impactos positivos o negativos, entre otras repercusiones que se puedan producir en el espacio soporte de la actividad turístico recreativa.

Las interrelaciones entre los visitantes, la población local, el proceso de conversión de recursos a atractivos turísticos, la construcción propia de la atraktividad de un destino, la consolidación y desarrollo del espacio turístico y su articulación con la sociedad en su conjunto, determina un territorio con caracteres complejos, en el que se articulan, superponen y conviven distintas actividades y actores, con múltiples intereses y relaciones de poder. En este contexto, la existencia propia del turismo, con el conglomerado de elementos asociados que acarrea, condiciona la existencia de un territorio particular del turismo⁴, en el que la misma práctica prevalece y determina el actuar de componentes de un sistema, interceptado por diferentes factores de un ambiente inmediato y mediato determinado.

A partir de lo expuesto por Bertoncello (2002:41), la valoración turística conlleva la inclusión de una sociedad (área emisora) a un territorio turístico, localizada ésta en un espacio diferente al que se realiza la práctica de ocio (área receptora). Es decir, que se articulan distintos espacios geográficos, con sus relaciones de poder asociadas y con caracteres disímiles, en un mismo territorio del turismo. De este modo, excede las fronteras espaciales del destino, determinando complejas vinculaciones

⁴ Para un análisis detallado del concepto de territorio turístico o del turismo ver: Knafou (1996) y Bertoncello (2002).

entre diferentes sociedades, que si bien comparten experiencias en un tiempo y espacio dado, su interrelación se determina más allá del encuentro o contacto. Es decir, que existe un “proceso de integración social”, que otorga un “carácter estructural” al vínculo establecido, “más allá de las posibles interrelaciones o contactos que el turista pueda establecer en el destino” (Bertoncello, 2002:41).

En este contexto, existe entonces un territorio en el que conviven y se articulan diferentes actores, estructurados a partir de una práctica determinada, la turística. Dicho territorio, cambiante, existe y se superpone con otros, determinando interacciones complejas. En el mismo, se interrelacionan distintos espacios, con caracteres, actividades y procesos sociales diferenciales. Esto lleva a que exista una valorización de un determinado destino, dada a partir de dicha diferenciación, lo que le otorga un vínculo especial y el cual estructura una trama de relaciones, que define caracteres propios de funcionamiento de dicho territorio turístico. Será necesario entonces, para abordar un análisis de esta estructuración, entender no sólo los actores que en el mismo se desarrollan, sino sus vinculaciones, que determinan ciertos comportamientos y formas de actuar, resultado de la práctica del turismo, como proceso social en cuestión.

REFLEXIONES FINALES

Desde la perspectiva y enfoque actual de la geografía del turismo, con una visión más crítica, analítica y centrada en el individuo⁵, la concepción y articulación de los términos: patrimonio (cultural en este caso), turismo y territorio, adquieren un tratamiento particular. Algunos de los vínculos principales, se abordaron en este trabajo.

La acepción actual del espacio, ha superado la consideración de mero portador de recursos (culturales y naturales), para adquirir un papel activo en los procesos de patrimonialización, de activación de atractivos turísticos y de territorialización.

Patrimonio, turismo y territorio, funcionan como un trinomio, que requiere de un tratamiento específico para su planificación y gestión. Hablar de patrimonio cultural hoy en día, no sólo determina pensar en una obra arquitectónica, un bien mueble o una manifestación cultural, sino implica analizar dichos componentes en su contexto territorial (espacial y social), interceptado por múltiples intereses y actores, aun más cuando el turismo, como práctica socioespacial, se visualiza como una alternativa de uso o aprovechamiento de dicho conglomerado de bienes culturales. Se requiere pensar entonces, no sólo en el territorio en el cual dicho patrimonio se localiza, sino también en analizar los sujetos de la actividad turística, como parte integrante del proceso de consumo patrimonial. Se tratará entonces en este proceso de gestión, de articular intereses y deseos de los turistas y recreacionistas (considerando en este último concepto a los propios habitantes del lugar en el que se localiza el patrimonio), con una oferta cultural-patrimonial adecuada a las exigencias, pero planificadas desde una perspectiva preservacionista. Es decir, se deberá buscar el mejor uso turístico-recreativo posible, sin atentar la integridad y autenticidad del componente en cuestión.

En este contexto, se requiere trabajar los conceptos de patrimonio, turismo y territorio, desde la mirada de la sostenibilidad, donde se articule la utilización adecuada, la preservación del bien, la satisfacción del visitante y la conformidad del residente. Tarea compleja de llevar a cabo, que requerirá del esfuerzo de los gestores culturales y turísticos, consecuentes al logro de la articulación con los poderes del estado y la sociedad local.

Entender las vinculaciones entre los tres conceptos analizados, es tarea fundamental para toda propuesta de gestión que tienda al desarrollo de una comunidad. Cualquier estrategia patrimonial y turística a implementar, se encuentra condicionada por dichos factores, por lo que su eficiente interpretación contribuirá a la disminución del factor de fracaso en las iniciativas de activación y puesta en valor del patrimonio cultural de una sociedad.

⁵ Los caracteres y objetos de estudio de la geografía del turismo contemporánea, se pueden analizar con mayor profundidad en: Bertoncello (2002) y Hiernaux (2006 y 2008).

BIBLIOGRAFÍA

- ALMIRÓN, Analía; BERTONCELLO, Rodolfo y TRONCOSO, Claudia (2006). "Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina". En *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Vol. 15. ISSN 0327-5841. Disponible en web: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=180713891001>. Consulta: 09 junio de 2011.
- BALLART HERNÁNDEZ, Josep y TRESSERRAS, Jordi (2007). "Gestión del patrimonio cultural". Barcelona: Ariel. 3ª ed. 238 p.
- BERTONCELLO, Rodolfo (2002). "Turismo y territorio. Otras prácticas otras miradas". En *Aportes y Transferencias*. 6 (2). Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata. Pp. 29-50.
- BERTONCELLO, Rodolfo (2010). "Turismo y patrimonio, entre la cultura y el negocio. En Duarte Paes, María Teresa y Ramos da Silva Oliveira, Melissa. *Geografía, turismo e patrimonio cultural*. Sao Paulo: Annablume. Pp. 33-54.
- BERTONCELLO, Rodolfo (comp.) (2008). "Turismo y geografía. Lugares patrimonio natural- cultural de la Argentina". Buenos Aires: CICCUS. 272 p.
- BUSTOS CARA, Roberto (2004). "Patrimonialización de los valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local". En *Aportes y Transferencias*. Año/vol. 8, Nº 002. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata. Pp. 11-24.
- CAMARERO IZQUIERDO, Carmen y GARRIDO SAMANIEGO, María José (2008). "Marketing del Patrimonio Cultural". Madrid: Pirámide. 258 p.
- HIERNAUX, Daniel N. (2006). "Geografía del turismo". En Lindón, A. y Hiernaux, D. (Dirs.). *Tratado de Geografía Humana*. México: Antrhopos. Pp. 401-432.
- HIERNAUX, Daniel N. (2008). "El giro cultural y las nuevas interpretaciones geográficas del turismo". En *GEOUSP - Espacio y Tiempo*. Nº 23. San Pablo: Universidad de San pablo. Pp. 177-187.
- ICOMOS (1999). "Carta Internacional sobre el Turismo Cultural". México. Disponible en web: <http://www.icomosargentina.com.ar/images/stories/documentos/22.pdf>. Consulta: 07 agosto de 2012.
- KNAFOU, Remy (1996). "Turismo e territorio. Para uma abordagem científica do turismo". En Adyr Balastrieri Rodrigues (org.). *Turismo e Geografia. Reflexões teóricas e enfoques regionais*. San Pablo: Hucitec, Pp. 62-72.
- PRATS, Llorenç (1997). "Antropología y patrimonio". Barcelona: Ariel.
- PRATS, Llorenç (1998). "El concepto de patrimonio cultural". *Política y Sociedad*, 27: 63-76, Madrid.
- PRATS, Llorenç (2005). "Concepto y gestión del patrimonio local". *Cuadernos de Antropología Social*, 21:17-35, FFyL- UBA.
- QUEROL, María Ángeles (2010). "Manual de gestión del patrimonio cultural". Madrid: Akal. 541 p.
- SUNYER, Neus Andreu et al. (2005). "Técnicas e instrumentos para el análisis territorial. Cap. II". En Antón Clavé, Salvador y Otros. *Planificación territorial del turismo*. Barcelona: UOC.
- UNESCO (1982). "Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales". México. Disponible en web: http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf, Consulta: 07 mayo de 2012.
- URRY, John (1996). "La mirada del turista" (Cap. 1). Lima: Universidad de San Martín de Porres (serie Turismo y Sociedad, 2), 2004, 204 p.