
APORTES y Transferencias



Año 7

Volumen 1

2003

Mar del Plata

Centro de Investigaciones Turísticas
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata

Centro de Documentación
Instituto de Investigaciones
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata
cendocu@mdp.edu.ar
<http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/>

AMBIENTE, PATRIMONIO Y TURISMO

Juan Carlos Mantero
Universidad Nacional de Mar del Plata
jmantero@mdp.edu.ar

El tema de la conferencia asignado por los responsables del Tercer Congreso Latinoamericano de Investigación Turística supuso asumir la problemática de la interacción ambiente – patrimonio – turismo para realizar una reflexión que a partir de la definición de tales nociones permitiera acceder a una reflexión respecto de su significación cultural en la comunidad.

El patrimonio de la comunidad comprende el ambiente e incluye la naturaleza y la cultura, del ayer y del presente, en su dimensión tangible e intangible que, en el desplazamiento para conocer que implica el turismo contemporáneo, supone no solo el traslado en el espacio sino el traslado en el tiempo, haciendo destino de *un lugar* y con frecuencia de *un ayer*.

La interacción planteada, en tanto sustento, atributo y actividad, se aprecia en tres *espacio/tiempo* singulares y diferentes: el paisaje, la ciudad y la fiesta que, en su intensidad cultural, significativa y vivencial, se tornan unidades relevantes en la conformación del destino turístico, en tanto definen ámbitos intensos de expresión del habitante y de satisfacción de expectativas del visitante.

El turismo en tanto actividad es una construcción social que, a través de la articulación de los interés y expectativas generadas, está en condiciones de rescatar la potencialidad subestimada del ambiente y el patrimonio como recurso y mediación en el desarrollo de la comunidad.

ENVIRONMENT, HERITAGE AND TOURISM

Juan Carlos Mantero

Abstract

The topic assigned to the Third Latin American Congress of Touristic Research rendered it necessary to come to terms with the interaction environment-heritage-tourism so as to reflect upon the fact that a definition of those notions allows for reflection as regards their cultural relevance within the community.

Community heritage comprises the environment and includes nature and culture, present and past, in tangible and intangible dimensions which, when moving on to knowledge of contemporary tourism, imply not only movement in time and space, but also having destiny of a place with the frequency of yesterday.

The interaction proposed, in connection with attribute and activity, can be appreciated in three singular, different notions of space/time: the landscape, the city and the festivity which, in their cultural and significant intensity, become relevant units in facing touristic destination, since they define intense scope of expression from the resident and the satisfaction of expectations from the visitor.

AMBIENTE, PATRIMONIO Y TURISMO

Juan Carlos Mantero

Afrontar el tema de la interacción ambiente - patrimonio - turismo, atento las implicancias y alcances que se le asigna, exige ubicar el lugar desde dónde se reflexiona, en tanto la ubicación y la actividad confieren el sentido al enfoque y al desarrollo del tema.

Nuestro lugar de reflexión se radica en la Universidad y la reflexión se nutre de la práctica de la investigación - transferencia a propósito de la actividad turística en el espacio y el tiempo de nuestro país, en rigor en el ámbito y en el lapso de nuestra acción. (1)

Nuestra tarea de investigación - transferencia se inscribe en las premisas de la investigación - acción, trascendiendo el propósito de la *cientifización* del turismo para asumir el compromiso de comprender para actuar, de investigar en función de transferir, que permita a los operadores y agentes de la actividad ser socialmente más eficientes en su acción y gestión.

En coincidencia con la disposición planteada por Mario Robirosa (2), nuestra reflexión es resultado de nuestra tarea en el campo de la aplicación de los conocimientos y de las teorías científicas a la acción en la realidad, en contextos particulares de la realidad, en persecución de finalidades determinadas.

Plantear el tema supone partir la definición y el alcance de los términos cuya interacción es objeto de consideración: el ambiente, el patrimonio y el turismo.

el ambiente

del latín ambiens, - entis

fluido que rodea a un cuerpo

condiciones o circunstancias físicas, sociales, económicas, etc, de un lugar,

un colectivo o una época (3)

El ambiente es la circunstancia de tiempo y lugar definido por la confluencia de la naturaleza y la cultura donde se presentan y generan las condiciones para el ser, estar y actuar de cada uno y del nosotros.

La imagen del ambiente puede graficarse en la superficie de intersección de las

esferas de la naturaleza y de la sociedad, sin perjuicio de las múltiples formas y diversas intensidades que puede presentar el ambiente en la gradiente de lo natural a lo cultural.

La sociedad se proyecta sobre el espacio y sobre el tiempo donde diferentes formas de localización y de relación y diferentes modos históricos y contingentes, sirven de soporte y de pauta a sus actividades e implican una estratificación de espacios y tiempos, calificados según la naturaleza de las relaciones con las actividades y los modos de existencia de los grupos sociales.

La singularidad del ambiente que cada cultura se construye se define por la diferencial gradiente de espacios / tiempos en la secuencia de lo natural / continuo a lo técnico / discontinuo.

el patrimonio

del latin patrimonium

hacienda que una persona ha heredado de sus ascendientes

bienes propios adquiridos por cualquier título

econ. suma de valores asignados para un momento de tiempo a los

recursos disponibles de un país, que se utilizan para la vida económica

El patrimonio es aquello que de sí y en función del otro una sociedad reivindica de la naturaleza de su territorio y de la cultura, de su producción y creación, a través del tiempo, del ayer y del hoy.

El patrimonio, en expresión de Marina Waisman, es *todo aquel artefacto del entorno que ayude al habitante a identificarse con su propia comunidad, en el doble y profundo sentido de continuidad con una cultura común y de construcción de esa cultura* (4), sin perjuicio de la definición y la proyección que le confiere aquel que lo estudia, aquel que lo reivindica, aquel que lo gestiona, aquel que lo goza.

La definición más recurrente asocia el patrimonio a la cultura, con prescindencia de la naturaleza, cuya definición es expresión de cultura y cuya proyección le constituye en paisaje.

La definición y la proyección del patrimonio, incluya o excluya lo natural, integre o diferencie lo natural y lo cultural, diverge en la apreciación del mercado, del Estado y de la sociedad.

La apreciación del mercado visualiza y reivindica en el patrimonio *el producto*

que identifica y rescata en función de intercambio, la consideración del Estado pondera y rescata en el patrimonio *el significado* que reconoce y asocia en función de proyecto, la sociedad estima e instala en el patrimonio *la obra* que asume e invoca en función de arraigo e identidad.

Así, en tanto el patrimonio arquitectónico y urbano es considerado como apoyo para la memoria social, uno de los valores a reivindicar es la presencia de sus habitantes como protagonistas de su destino al afirmar la continuidad en el proceso de construcción del entorno, donde *la permanencia de elementos considerados patrimoniales es una permanencia en la vida, nunca una permanencia aislada y convertida en mero objeto de contemplación* (5).

el turismo

del ingles tourism

afición a viajar por placer

organización de los medios tendientes a facilitar estos viajes

El turismo es una actividad con expresión en tiempo y espacio, cuya actual definición *institucional* refiere a aquella que desarrollan las personas durante sus traslados y estadías en lugar diferente de su entorno habitual, superando la visión *tradicional* que referencia a la localización del ingreso y la localización del gasto en finalidad de ocio y negocio turístico. (6)

En tal sentido, en su consideración integral, es más pertinente referir el turismo al tiempo libre y definirle en tanto actividad que realiza una oportunidad y posibilidad de uso del tiempo libre que, sin obviar traslado y estadía fuera del entorno habitual, en expresión de Frederic Munne, centra su sentido en las necesidades y aspiraciones de descanso, recreación y creación que procura asumir y realizar. (7)

Tal definición no remite a la mera compensación de las disfunciones de una sociedad en crisis, sino a las aspiraciones personales y sociales de acceder a un descanso distendido, a una recreación lúdica, a una creación significativa, genuinos satisfactores.

Interacción cultura y turismo

La consideración del patrimonio, a propósito de la actividad turística, exige diferenciar el contexto que nos ubica: la cultura del turismo y el turismo de la cultura, contextos que remiten a un texto diferenciado respecto del patrimonio.

la cultura del turismo

La cultura del turismo remite a las características de un fenómeno que signa nuestro tiempo, más allá del exigente presente de nuestras sociedades y del consecuente repliegue en el acceso al turismo.

En su concepción más extendida la cultura del turismo se inscribe en la cultura del consumo que amplía sus alcances al consumo del ocio e incluye el turismo en la producción y le asigna una primordial, con frecuencia excluyente, significación económica respecto de las utilidades generadas, con prescindencia de las utilidades vivenciales.

La cultura del turismo, generada e instituida en la concepción y práctica del turismo masivo de sol y playas, perdura en la vigencia de modalidades estereotipadas y opciones standardizadas, destinadas a las prácticas que realizan la mayoría de los turistas, pese a advertirse tendencias que resultan de la creciente exigencia del turista de nivel socio cultural y económico y de la competencia del mercado en función de su seducción y satisfacción.

En el marco del turismo *instituido*, donde la magnitud de los flujos requiere de las soluciones de la industria turística, generada al estímulo de la demanda y en función de la rentabilidad, se expresa con elocuencia la significación del *valor de cambio* asignado a la actividad y que tiende a connotar las opciones turísticas instaladas en el mercado.

Sin perjuicio de la primacía del valor de cambio en el turismo instituido, cabe advertir la entidad que adquiere el *valor de uso* en el turismo *alternativo*, generado al impacto de mutaciones en las necesidades e innovaciones en los satisfactores, que expresan la creciente asignación de valor de uso a actividades turísticas relacionadas a la naturaleza y a la cultura.

Expresiones divergentes se aprecian en la cultura del turismo: aquella que resulta de asignar valor de cambio y asume el patrimonio prioritariamente como *mercancía*, instancia económica, aquella que resulta de asignar valor de uso y reconoce el patrimonio primordialmente como *oportunidad*, instancia cultural.

el turismo de la cultura

El turismo de la cultura remite a las características de una modalidad de la actividad turística definida por el atributo del recurso y la expectativa del turista que le diferencia de otras opciones, ámbitos del ocio o del negocio turístico.

La cultura comprende aquello que surge de la definición del término: *resultado de cultivar los conocimientos humanos y de afinarse por medio del ejercicio de las facultades intelectuales del hombre; conjunto de modo de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, cultural, industrial, en una época o grupo social, etc.; conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida de un pueblo* (8).

El turismo de la cultura en sentido estricto - *sectorial* - remite al identificado como *turismo cultural* basado en las atracciones culturales del destino, permanentes o temporales, colecciones, exposiciones o actuaciones, o basado en las características culturales y/o sociales de una población que dispone de un estilo singular de vida.

A nuestro criterio, el turismo cultural en sentido amplio - *integral* - se refiere a aquel que se sustenta en el atributo cultural de la atracción y/o en la actitud cultural de la persona, (*elige a tus compañeros, antes de elegir tu camino*, proverbio árabe), por tanto comprende el recurso natural y el recurso cultural, tangible e intangible, no sólo testimonio del ayer sino testimonio del presente, perdurable o contingente.

En tal apreciación, la cultura trasciende su entidad material e incluye constitutivamente *el conjunto de técnicas, conocimientos, saberes, valores, representaciones, símbolos, mitos y ritos acumulados y transmitidos por un grupo humano a través de un proceso histórico compartido sobre un mismo territorio* (9).

el patrimonio

Las diferentes disciplinas, en la singularidad de sus respectivos enfoques, reivindican la entidad patrimonial de los diversos objetos de estudio y así se reconocen diversos patrimonios: urbano, arquitectónico, tecnológico, arqueológico, paleontológico, etnológico, documental etc.

El patrimonio de la sociedad es uno y múltiple, singular y diverso, de lo natural a lo cultural, de la historia a la biografía, del producto a la obra, del proceso al suceso, del vestigio a la ciudad, de la persona a la sociedad, el continuo define el patrimonio que las disciplinas disocian y cuyos saberes y accesos se especializan.

Saber y acceder al patrimonio supone la especialidad necesaria y la espacialidad apropiada, consustanciales al mejor conocer y al más pleno apreciar, por tanto se requiere de la exposición y de la interpretación de los objetos en recintos, del acceso y de la comprensión de los testimonios en el territorio.

la consideración del patrimonio

El patrimonio de la comunidad comprende el ambiente e incluye la naturaleza y la cultura, en tanto expresión del devenir de los tiempos y en tanto paisajes, escenarios y actividades que definen instancia y circunstancia donde las personas se desenvuelven, donde las gentes se realizan.

Los valores asumidos por cada comunidad se expresan en el patrimonio propio que reivindica y en el patrimonio ajeno que reconoce.

El viaje implica un traslado en el espacio pero implica la metáfora de traslado en el tiempo, acceso al tiempo pretérito, donde el vestigio o el testimonio de otro tiempo adquiere posibilidad de valoración social y por tanto interés turístico. El destino turístico es tanto un espacio (*el lugar*), cuanto puede ser un tiempo (*el ayer*).

El turismo como oportunidad de presentar y posibilidad de conocer el patrimonio desarrolla su actividad a partir de aquel objeto, espacio o actividad que estima atrayente en función del interés susceptible de generar y que le asigna condición de recurso previo identificación, estudio y evaluación.

El recurso es la unidad singular y atrayente, apropiada y accesible, que el turismo considera en su aptitud para dar, o contribuir a dar, sustento a la actividad en un territorio en función de la afluencia capaz de suscitar.

La posibilidad de que el patrimonio identificado y reconocido se constituya en unidad partícipe del sustento convocante de la actividad turística, trasciende las condiciones de su existencia y, atento su entidad natural y cultural, persistente o actual, exige de su puesta en acceso y consideración.

El turismo que hace del paisaje y de la cultura, sujeto y objeto de la actividad, requiere del saber como umbral de acceso al disfrute que la apreciación o la participación pueden suscitar.

Si se trata de la cultura del ayer, el acceso se da a través de la memoria, de la historia y de los vestigios. Sin embargo, asumir el patrimonio en su integridad y diversidad implica su reformulación en términos de capital cultural, expresión de identidades y diferencias, de consensos y conflictos, que permite identificar los procesos de generación y valoración de los bienes, articulando la densidad histórica con los significados más recientes que generan las prácticas sociales.

A través de *la memoria* el ayer se integra en el presente en forma de mitos y

leyendas transmitidos de generación en generación que confieren el sentido al bien y al lugar; en *la historia* se integra, a través de la formación sistemática y de la lectura específica, generando un saber excluyente y selectivo; en tanto *el vestigio*, por sí solo, no alcanza a evocar el momento que representa y requiere de aquello que le confiera *el sentido que la tradición oral ha vaciado* (10).

A propósito de la preservación del patrimonio, referido primordialmente a lo cultural, a nuestro criterio sin perjuicio de su alcance a lo natural, García Canclini diferencia cuatro paradigmas político - culturales: *el tradicionalismo sustancialista* que reivindica el valor en sí con prescindencia del uso actual, *el mercantilista* que promueve el valor en función del beneficio económico generable, *el conservacionista* y *monumentalista* a partir del rescate del valor simbólico de legitimación connotado y *el participacionista* de acuerdo a su contribución en relación a la sociedad actual. (11)

Ante el conflicto persistir - desistir, García Canclini expresa que la preservación no puede desconocer las necesidades actuales de la sociedad, y por tanto ha de procurar un equilibrio entre la tradición que confiere identidad y los cambios que plantea la innovación mediante la participación de los responsables y de los usuarios.

En tal sentido, la política respecto del patrimonio no tiene por tarea rescatar los objetos auténticos de una sociedad sino aquellos culturalmente significativos. Importan más lo procesos que los objetos e importan no por su capacidad de permanecer idénticos sino porque *representan ciertos modos de concebir y vivir el mundo y la vida propios de ciertos grupos sociales* (12).

la experiencia del patrimonio

La posibilidad de usufructuar de la oportunidad que presenta el patrimonio para la plena satisfacción de la persona que hay en el turista radica más en proponer *la experiencia* que en identificar el recurso e integrar el producto, requisito necesario aunque insuficiente.

Diseñar la experiencia, a propósito del patrimonio, supone hacer accesible su problemática integrando la contemplación y la aprehensión con la información y la comprensión que al texto confiera contexto y al suceso inscriba en proceso.

Concebir la narrativa apropiada supone entender el patrimonio y transmitir su significado y sentido, mediante actividades recreativas y lúdicas que, a través de la palabra, dinamice la aproximación al patrimonio, al lugar y al ayer, propiciando el diálogo en torno a la experiencia, sin perjuicio de advertir cuando el patrimonio opera como

recurso para reproducir las diferencias y la hegemonía de quienes disponen la producción y la distribución de los bienes. (13)

La conversión del patrimonio en experiencia, trasciende la mutación cosmética o la distorsión evocativa a que suele apelarse para hacer recurso del patrimonio e integrar el recurso en producto.

Proponer la experiencia del patrimonio supone un proceso que en primera instancia implica *dejar que las piedras hablen*, dar lugar a las sensaciones y a las asociaciones, estimular las inquietudes suscitadas y, a partir de allí, plantear el relato concebido para transmitir el mensaje deseado, a través de la opción comunicacional que se considere más apropiada. (14)

Sin perjuicio de ello, en expresión de García Canclini, un testimonio puede ser más verosímil y por tanto más significativo para quienes se relacionan con él, interrogándose por su sentido actual.

ambiente, patrimonio, turismo

La simultánea presencia y la diferente implicancia del ambiente, del patrimonio y del turismo en nuestra cultura se verifica en los atributos que le reconocen las lógicas que compiten por su puesta en consideración: la lógica del mercado y la lógica de la sociedad, sin excluir la lógica *arbitral* del estado, en función del valor que reivindican: el valor de cambio, el valor de uso y el valor de referencia.

Al consignar en tabla ad-hoc los diferentes atributos que el mercado, la sociedad y el Estado le asignan al ambiente, el patrimonio y el turismo, se aprecia:

	el mercado lo privado	la sociedad lo social	el Estado lo público
<i>valor</i>	<i>de cambio</i>	<i>de uso</i>	<i>de referencia</i>
el ambiente	el yacimiento	la condición	el contexto
el patrimonio	bien económico	bien social	bien político
<i>el turismo</i>	el negocio	la actividad	la norma

Las diferentes lógicas compiten por el sentido a conferir al ambiente y al patrimonio en la actividad de tiempo libre que se propone en el turismo.

tiempos de globalización

Cuando en los países del norte se proclama la entrada en *la era del acceso* y se reivindica que el capital intelectual como la fuerza motriz del desarrollo y el tránsito de la producción de industrial a la producción cultural es menester advertir el sentido del cambio y la consecuente pugna entre las esferas económica y cultural. (15)

Los parques y ciudades temáticas, los juegos y los lugares del ocio, la diversión electrónica y los mundos virtuales, se instalan en el centro del imaginario social como producto inducido del cambio de la ética del trabajo a la ética del ocio, de la mercantilización del producto a la mercantilización del juego, a través de la comercialización de productos culturales, con prescindencia de su valor social.

La globalización, a través del turismo, tiende a mercantilizar la experiencia cultural en tanto la industria del entretenimiento las envasa. La producción cultural a su escala tiende a constituirse en la fragmentación de la cultura y su reapropiación comercial para el consumo individual, donde la acumulación de cosas se sustituye por la acumulación de experiencias.

La inmersión en entornos electrónicos simulados diseñados para reproducir la realidad *extrae de la experiencia cultural su esencia simbólica y la transforma digitalmente en imágenes y formas ficticias*, consumando la paradoja de que *la imagen no representa al producto sino que el producto representa la imagen* (16).

Si la globalización desestructura la entidad cultural y desvirtúa la singularidad de lo propio en el contexto de la diversidad de lo ajeno, al promover la expansión de una industria cultural anónima y uniformante, exige de una actitud tendiente a recrear y articular las relaciones local - global y local - local para reivindicar la pluralidad cultural, sin perjuicio de asumir la trans e interculturalidad como inexorables presencias y tendencias de nuestro tiempo. (17)

El desafío de la globalización radica en que, además de constituirse por la circulación más fluida de los capitales, los bienes y los mensajes, se expresa en las relaciones generadas por las personas que se trasladan entre países y culturas en calidad de migrantes, turistas, ejecutivos, etc. y que sostienen vínculos interculturales.

De allí la conformación de un espacio multicultural diverso y complejo, participe

de diversos repertorios simbólicos, al que no resultan ajenos nuestros países, donde es menester identificar las diferencias y apreciar la hibridación cultural, reconocer la creatividad de los cruces e intercambios, asumir el valor de las diferencias, para repensar las culturas como sitios de residencia y de viaje y estar en condiciones de *transitar patrimonios y saborear diferencias*.

el paisaje - la ciudad - la fiesta

La interacción entre ambiente, patrimonio y turismo, en tanto sustento, atributo y actividad se advierte en la apreciación de tres espacios / tiempos singulares y disímiles: el paisaje, la ciudad y la fiesta que, a nuestro criterio, constituyen la oportunidad y la posibilidad más plenas destinadas al uso y goce del tiempo libre.

El turismo implica traslado, estadía y vivencia, en consecuencia el transcurso del tiempo que nos insume hace oportuno y posible el uso y goce diferencial del paisaje, de la ciudad y de la fiesta, instancias y circunstancias privilegiadas de la experiencia turística.

el paisaje

del francés pays

extensión del terreno que se ve desde un sitio

extensión de terreno considerada en su aspecto artístico

Cualquiera sea el interés que motive y la modalidad que adopte el turista, el paisaje tiene una presencia continua en el uso y goce que la actividad propone. Al margen de la frecuente intermitencia de apreciación, producto de la alternancia visión próxima y lejana, de la alternancia acción y contemplación, el paisaje está allí y, en su diferencia respecto de nuestro entorno habitual, signa nuestra experiencia turística.

En nuestra consideración, el paisaje deja de ser *la extensión que se ve*, en su ponderación *artística*, se convierte en un concepto dotado con capacidad para apreciar, conocer y comprender el territorio en cuanto espacio socializado, en tanto paisaje cultural.

Carl Sauer, geógrafo, expresa: *el paisaje cultural es el modelado desde un paisaje natural por un grupo cultural, en tanto la cultura es el agente, el área natural el medio y el paisaje cultural el resultado*.

La cultura asigna la condición de natural y de cultural al paisaje en consideración al estado de sus atributos y a la visión de aquel que lo aprecia.

A partir de una lectura selectiva de sus elementos constitutivos, el territorio es apropiado como capital simbólico por cada grupo humano, en tal sentido el paisaje es constitutivamente paisaje cultural, *continente del conjunto de saberes y técnicas que lo han modelado en su estructura formal y como generador de identificaciones al funcionar como elemento diferenciador.* (18)

La apreciación del paisaje constituye una oportunidad cotidiana en el turista aunque con frecuencia es una posibilidad desconocida y subestimada, tal vez por no implicar un valor de cambio e implicar un significativo valor de uso y goce, en el contexto de una cultura de consumo.

El paisaje sin referencia carece de sentido o solo lo adquiere en función de la distensión *terapéutica* que propone. El uso y goce del paisaje supone sustentar la apreciación en la información, saber de su conformación a través del tiempo, en su dimensión natural y en su dimensión cultural, nutrir la percepción de las representaciones implícitas en el paisaje.

Tanto respecto del turista, cuanto primordialmente del habitante, saber de la apropiación material y simbólica del paisaje contribuye a singularizarle y diferenciarle, por tanto a conferirle identidad y asignarle valor a su apreciación.

Tal valorización trasciende la utilidad turística generada. *Solo se conserva aquello que es percibido como factor de utilidad social, aunque a veces esa utilidad conlleve el no uso rentabilista para reforzar su visión como referente de identificación colectiva* (19).

En tal premisa se impone la presentación y ordenación del paisaje no solo en función social o económica, sino asumiendo los valores simbólicos que cada cultura local le ha ido atribuyendo, allí radica su potencialidad turística.

el paisaje conmueve y promueve

la ciudad

La ciudad es la impronta de la sociedad en el espacio y en el tiempo, impresión y expresión del habitar, trabajar, recrear y trasladarse de las sucesivas generaciones en sus espacios privados y públicos, en sus tiempos cotidianos y ocasionales.

En el contexto de una cultura compartida, las obras y las acciones que se despliegan en el escenario urbano, soporte de actividades y relaciones, resultan producto de las gentes en su competencia a través de los tiempos por el uso y el goce de las opciones vitales, por la producción, asignación y consumo de la cultura, por los reco-

nocimientos sociales y por los bienes y servicios económicos.

La ciudad tiene, en la potencialidad de conformar un recurso valorado, la posibilidad de constituirse en producto atrayente y convocante en función turística de escala o de destino, en tanto se garantice al usuario la satisfacción de utilidades expectables.

La significación creciente de los recursos/factores ambientales culturales en la consideración del turista y en la valoración del residente, *con-centrados* en lo urbano, respecto de los recursos/factores ambientales naturales, *des-centrados* en el territorio, acentúa el rol que le cabe a la convocatoria urbana en la actividad turística, beneficiada por la concurrencia de factores dinámicos producto de su entidad, sustento y atractor de gentes y actividades.

A partir de los testimonios ambientales, urbanos y arquitectónicos, producto de la apropiación del espacio y del apego al lugar, la potencialidad turística de lo urbano radica en las condiciones que proponen

la densidad, intensidad y diversidad de uso -actividades- y de ocupación -espacios- en la conformación del escenario,

la interacción de tiempo natural -la estación- y tiempo técnico -el calendario y la agenda- en la dinámica social,

la disposición de la gente frente a la singularidad y diferencia en las personas que afluyen y las prácticas que realizan,

y la diversidad atrayente de la estructura de usos y consumos en relación a las múltiples motivaciones, aspiraciones y posibilidades de los turistas (20).

La potencia del ambiente de la ciudad radica en su percepción como un caleidoscopio, donde cada movimiento del observador suscita una configuración inédita de sus fragmentos y esto remite a la realidad y a sus múltiples imágenes: lo cultural, lo social, lo espacial.

La movilidad recreativa, la atractividad de los recursos culturales y patrimoniales y la regeneración del paisaje urbano, le confieren a la ciudad un carácter de destino turístico no convencional, en coincidencia con el interés creciente del habitante *en las prácticas culturales y la intensificación de prácticas de uso múltiple del espacio*, precisamente por la polivalencia funcional, simbólica y vivencial de lo urbano... *la ciudad tiene habitantes, lo urbano tiene actores.*

En las metáforas femeninas respecto de las ciudades invisibles, Italo Calvino nos dice *las ciudades son un conjunto de muchas cosas: memorias, deseos, sig-*

nos de un lenguaje; son lugares de un trueque, como explican todos los libros de historia de la economía, pero estos trueques no solo son de mercancías, son también trueques de palabras, de deseos, de recuerdos ... imágenes de ciudades felices que cobran forma y se desvanecen continuamente, escondidas en las ciudades infelices. (21)

la ciudad convoca, invoca y evoca, provoca

la fiesta

del latín festa

*día en que se celebra con mayor solemnidad que otros
regocijo dispuesto para que el pueblo se recree*

la fiesta por cuanto tiene de inopinado, de efímero y de espontáneo, es un motor de la existencia colectiva (Jean Duvignaud)

La fiesta, en tanto expresión social, es más que la celebración convencional y repetida, constituye acto de afirmación, forma de renovado dinamismo, germen de utopías, que instala mojones en el devenir de una sociedad, cuya convocatoria trasciende el límite de aquellos que comparten su sentido y alcanza a todo partícipe circunstancial.

Manuel Delgado Ruiz expresa: *la fiesta es un dispositivo de representación cuya misión es la de espectacularizar una determinada comunidad humana, mostrándola, a sí misma y a las otras, como dotada de unos límites simbólicos específicos y otorgándole a sus miembros la posibilidad de experimentar un determinado sentido de identidad compartida. En todos los casos, la fiesta es un recurso mediante el cual una comunidad cualquiera se brinda la posibilidad de hacer real su ficción colectiva de unidad. Para ello opera una manipulación del tiempo y del espacio sociales cuyo resultado es una definición capaz de identificar, es decir de proveer identidad. (22)*

En tanto la fiesta irrumpe en el entorno habitual e interrumpe el continuo tiempo cotidiano, espontánea o programada, ocasional o periódica, instala una oportunidad y posibilidad de encuentro y convivencia convocante y, con frecuencia, incluyente.

Emile Durkheim define a la fiesta como *efervescencia*, tiempo cuya *intensidad mantiene la solidaridad de un grupo o de un pueblo gracias a la representación y figuración de las relaciones invisibles con la naturaleza... auténtica institución, mantiene regenera y reproduce el vínculo que une a cuantos integran una sociedad. (23)*

La fiesta en tanto expresión social en un tiempo diferente del tiempo cotidiano es para el habitante oportunidad de reencuentro con su gente en acto de cultura compartida y para el turista oportunidad de encuentro con el habitante en expresión de su cultura que se presenta y propone niveles diferentes de participación.

El sentido y las formas de la fiesta varían según las culturas, desde aquellas que solemnizan la existencia (ej. *la fiesta de los muertos* en México), confieren vida a la memoria (ej. *la diablada* de los indios en Bolivia), reproducen una liturgia ritual (ej. la inmersión en el río sagrado en India), conmemoran sucesos significativos de la historia compartida, a aquellas que resultan de la diversidad de expresiones y confluencias del multicultural universo urbano contemporáneo. (24)

La fiesta como oportunidad de juego con otros, al traducirse en prácticas lúdicas de carácter expresivo que se realizan por lo que tienen de comunicación y participación con los demás, en expresión de Frederic Munne afirma la presencia de cada persona en la comunidad en cuanto sujeto re-creador de sí mismo y de lo que le rodea. (25)

La fiesta se instala en el turismo como consecuencia de constituirse en expresión sintética y vital de la cultura de un grupo o de una sociedad, que admite diferentes niveles de participación y que, no obstante simulacros trucados en opción de consumo, tienden a multiplicarse de modo espontáneo en diversidad de opciones en función de la diversidad de actividades y protagonistas convocantes.

la fiesta concita, incita y excita, suscita

en síntesis

El paisaje, la ciudad y la fiesta constituyen tres ambientes, espacios diferentes con tiempos diferenciales, sustentos privilegiados de presencia y actividad turística.

El paisaje como expresión de la naturaleza, la ciudad como expresión de la cultura, la fiesta como expresión de la vida, generan y propician inquietudes y sugieren y proponen satisfactores que trascienden las demandas estereotipadas y las ofertas standardizadas.

Las utilidades funcionales, simbólicas y vivenciales del espacio/tiempo *ex-tenso* del paisaje, del espacio/tiempo *tenso* de la ciudad y del tiempo/espacio *in-tenso* de la fiesta confieren a cada uno de los lugares/aconteceres atributos susceptibles de goces y usos a la medida y aspiración de usuarios y protagonistas muy diversos.

El territorio, más allá de su condición de soporte de las actividades, es el punto

de encuentro del hombre con el patrimonio. Así el paisaje, la ciudad y la fiesta son lugar y acontecer, donde la persona en su condición de turista puede acceder al patrimonio, *objetivación de valores simbólicos que están en la base de la construcción social de la identidad de una comunidad.* (26)

La presencia y vigencia del patrimonio, natural y cultural, del que dan cuenta el paisaje, la ciudad y la fiesta, constituyen inestimable factor de desarrollo del territorio, no solo por aquello que acredita de persistente y perdurable, sino primordialmente por su condición de espacio de vida portador de futuro.

El turismo adquiere sentido de actividad creativa cuando, a través de su inmersión en el ambiente y de su experiencia del patrimonio, cada persona adquiere conciencia de su ser en el mundo, de la proyección de sus actos y sus obras y de la diversidad cultural de su entorno.

in-conclusiones

La afectación turística del ambiente y del patrimonio se inscribe en una de las modalidades más plenas de uso del tiempo libre, en tanto la respuesta al creciente interés suscitado en la región contemple la concepción de productos inéditos que satisfagan la expectativa de experiencias de calidad, a partir de la genuina convicción de que productos significativos estimulan vivencias y la satisfacción del turista genera beneficios que trascienden la economía.

Cabe advertir la dificultad que generan los límites del turismo como oportunidad re-creativa y la ausencia de un lenguaje afin entre los responsables del patrimonio, los agentes del ambiente y los operadores del turismo. Tal situación plantea la exigencia de acuerdo respecto de la cuestión del patrimonio, la necesidad de involucrar a los actores sociales interesados y el ineludible desafío de incluir la cultura actual y vital en su consideración.

Liderar la articulación del ambiente y el patrimonio en función turística supone apoyar programas de estudio y de difusión, ponderando su interacción actual y la sinergia potencial, integrar lo espontáneo y lo programado, asumiendo la pertenencia del patrimonio a la comunidad, propiciar el beneficio socio cultural como fuerza motriz de su puesta en valor y en desarrollo.

Tales premisas exigen promover la inversión pública en el recurso, auspiciar la inversión social en el acceso e incentivar la inversión privada en el servicio, requisitos necesarios en la finalidad de priorizar la condición del ambiente, privilegiar el valor del patrimonio y promover el desarrollo del turismo.

Notas

- (1) de la actividad del CIT Centro de Investigaciones Turísticas de la Universidad Nacional de Mar del Plata da cuenta periódicamente la publicación *APORTES y transferencias* (1997-2001).
- (2) véase Mario Robirosa. *Organización y gestión comunitaria*. CIAM. Universidad Nacional de Mar del Plata. 1996.
- (3) *Diccionario de la Lengua Española* de la Real Academia Española
- (4) Marina Waisman. *El interior de la historia*. editorial Escala. Colombia. 1990.
- (5) Marina Waisman. obra citada.
- (6) véase OMT. *Introducción al Turismo*. publicación OMT. Madrid. 1998.
- (7) véase Frederic Munne. *Psicosociología del tiempo libre*. editorial Trillas.
- (8) Marina Waisman. obra citada.
- (9) Pablo Palenzuela. *El paisaje como patrimonio etnológico*. PH boletín 32.
- (10) M. González Méndez - C. Otero Vilariño - M. Bóveda López. *Turismo intelectual y arqueología: la aprehensión lúdica del pasado*. PH boletín 32.
- (11) Néstor García Canclini. *¿Quiénes usan el patrimonio? Políticas culturales y participación social*. en Revista Sur año 2 n° 4. Mar del Plata
- (12) Alberto Cirese. *Ensayos sobre las culturas subalternas*. Cuadernos de la Casa Chata. México. 1979. citado en (11)
- (13) véase Néstor García Canclini. *Culturas Híbridas*. Editorial Grijalbo. 1990.
- (14) véase Renee Sivan. *El futuro del pasado. El producto turístico. La conservación de los bienes culturales*. Cuadernos.
- (15) Jeremy Rifkin. *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Editorial Paidós. Buenos Aires. 2000.
- (16) Jeremy Rifkin. Obra citada.
- (17) véase Néstor García Canclini. *La globalización imaginada*. Editorial Paidós. Buenos Aires. 1999.
- (18) Pablo Palenzuela. *El paisaje como patrimonio etnológico*. PH boletín 32.
- (19) Pablo Palenzuela
- (20) Juan Carlos Mantero. *Actividad turística y desarrollo local*. en *Política Turística Argentina. Bases para su formulación*. Editorial Ladevi. Buenos Aires.
- (21) Italo Calvino. *Las ciudades invisibles*. Ediciones Siruela. España. 1998.
- (22) Manuel Delgado Ruiz. *Ciudad líquida, ciudad interrumpida*. Editoria Universitaria de Antioquía. Colombia. 1999.
- (23) cita de Néstor García Canclini.
- (24) Jean Duvignaud. *El tiempo de la fiesta*. Correo de la UNESCO. diciembre 1989.
- (25) Frederic Munne. Obra citada.
- (26) Edgardo Venturini. *Crónicas de unos viajes posibles, de sus condiciones y de sus efectos. Turismo en el ámbito urbano - metropolitano contemporáneo*. APOR- TES y transferencias. año 3 vol 2 año 1999. CIT Mar del Plata.