

---

# APORTES y Transferencias

---



Año 8

Volumen 2

2004

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/>

## **PATRIMONIALIZACION DE VALORES TERRITORIALES.**

### **Turismo, sistemas productivos y desarrollo local.<sup>1</sup>**

Dr. Roberto Bustos Cara  
Universidad Nacional del Sur  
usbustos@uns.edu.ar

#### **Resumen**

Identidad, cultura, patrimonio y territorio son conceptos convergentes que abren para los estudios de Turismo, como disciplina de reflexión, un campo de estudio creciente cuando se orientan hacia los procesos sociales que los sustentan. La patrimonialización es un proceso fundamental, social y cultural, que está en la base de las ofertas y demandas turísticas.

La patrimonialización es un proceso voluntario de incorporación de valores socialmente construidos, contenidos en el espacio-tiempo de una sociedad particular y forma parte de los procesos de territorialización que están en la base de la relación entre territorio y cultura. La apropiación y valorización como acción selectiva, individual o colectiva, se expresa en acciones concretas que permiten construir referencias identitarias durables.

La patrimonialización de valores territoriales implica la construcción de una “conciencia patrimonial”, que en general, en las condiciones actuales tiene un carácter representacional y comunicacional. La sustentabilidad y sostenibilidad de estos patrimonios depende en primer lugar de la comprensión de los procesos sociales y culturales que los rigen.

#### **Palabras clave:**

turismo y patrimonialización, desarrollo local, identidad, cultura, territorio.

## **APPRAISAL OF TERRITORIAL VALUES**

### **Tourism, productive systems and local development.**

Dr. Roberto Bustos Cara  
Universidad Nacional del Sur  
usbustos@uns.edu.ar

#### **Abstract**

Identity, culture, heritage and territory are convergent concepts that open up to studies in Tourism as a reflection discipline. This is a field of growing studies when it is oriented towards the social processes that sustain them. Appraisal is a fundamental, cultural and social process that can be found as the basis for touristic offer and demand.

Appraisal is a voluntary process that incorporates socially constructed values contained within the space and time of a particular society and makes up the processes of territorialization that are the basis for the relationship territory-culture. Seizure and appraisal as individual, collective and selective action is expressed through concrete actions that allow for the building of lasting identity references.

The appraisal of territorial values implies the awareness of a "patrimonial conscience" that generally has a representative and communicative characteristic under the present conditions.

The sustainability of these patrimonies depends highly on the understanding of the social and cultural processes that govern it.

**Key words:** tourism and appraisal, local development, identity, culture, territory.

## **PATRIMONIALIZACION DE VALORES TERRITORIALES.**

### **Turismo, sistemas productivos y desarrollo local.<sup>1</sup>**

Roberto Bustos Cara. Universidad Nacional del Sur

#### **1. Perspectiva social y cultural del análisis turístico**

Identidad, cultura, patrimonio y territorio son conceptos convergentes en los que sus atributos constitutivos esenciales son y forman parte de la red de significaciones que sustentan el mundo de los objetos y las acciones.

En este sentido la mediación cultural es el centro de numerosos análisis que articulan la sociedad, la naturaleza y el sistema productivo integrados por el territorio como actor y sujeto colectivo. Esta trama de sentidos es al mismo tiempo el camino entre la estructura y la acción, estructura más dinámica que nunca frente al mundo socio-comunicacional actual.

El turismo como hecho social ha movilizadado al conjunto de las ciencias sociales en su demanda de perspectivas complejas de interpretación. En cierta medida es como si las formas explicativas se consumieran a sí mismas, y siendo efectivas en un momento dejan de serlo en otro... es que en realidad construimos el hecho social y la explicación al mismo tiempo. Esta carrera interminable parece acelerarse cuando nos referimos a la investigación en turismo.

La perspectiva territorial no es nueva, sin embargo una aproximación desde la convergencia de los conceptos de territorio, patrimonio y cultura instrumentados e interpretados desde la subjetividad filtran el hecho turístico con un entramado más fino.

Las sociedades movilizadas por el turismo se influyen entre sí al contrastar estructuras y acciones. Entre origen y destino existe un ida y vuelta una interacción que hace dudar nuevamente de aquella expresión de Bertonecello (Bertonecello 2002:43) cuando dice “atención la creación de valor para el turismo se da en el origen, si podemos hacer coincidir, los sentidos de origen y destino, ambos estarán satisfechos y la autenticidad recuperará su valor” (1).

La superación de la dicotomía entre la sociedad de origen del turista y la sociedad de destino, planteada por Bertonecello 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 valores territorializados los que pueden sustentablemente alimentar los valores busca-

dos 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.

Por otro lado una trama de sentidos se conforma como una trama de valores, esto conduce a interesarse cada vez más sobre los procesos de su construcción y su carácter transmisible y transferible a objetos y acciones. La trama de sentidos y significados se alimenta en el mundo subjetivo individual y colectivo, donde las “representaciones” se insertan y se transforman en una clave interpretativa de valoraciones y conductas.

## **2. Representaciones, imaginario y turismo.**

El análisis de las representaciones abre un campo que se orienta tanto al turismo como hecho social, al turista como actor y sujeto, a la sociedad local, y al propio investigador. Permite estudiar al mismo tiempo el hecho social y la herramienta para interpretarlo. Sin embargo este concepto solo adquiere una capacidad explicativa si se inserta en una red conceptual que articule el camino de la subjetividad, asociando la percepción, las representaciones, el imaginario y la ideología e integrando la identidad y la cultura como estructuras condicionantes de la acción. (Bustos Cara 2002).

La realidad representacional es la que mueve al turismo, más que el imaginario, la cultura o la identidad, aunque los cuatro conceptos estén íntimamente relacionados. Las representaciones son parte de la subjetividad de los actores como sujetos, tienen un carácter dinámico pero son a la vez suficientemente estables y susceptibles de inducir conductas individuales y colectivas.

Hemos orientado nuestra investigación hacia las representaciones como objeto de estudio pero también como método, a veces muy próxima a los estudios de marketing, con los que no debe confundirse. Este concepto tiene mayor complejidad y valor operativo, en términos explicativos. Fue introducido en el campo de las ciencias sociales a partir de la Psicología y en general su uso se extiende a varias disciplinas, entre ellas la Sociología, la Historia, la Geografía y las Ciencias Políticas. En la escuela francesa de Geografía, nos parece importante mencionar dos obras de síntesis por su específica referencia a lo territorial, “Représenter l’espace: l’imaginaire spatial à l’école” de Yves André et all y “Représentations et Aménagement du Territoire” de Hervé Gumuchian.

Las representaciones identifican un proceso mental socio-cognitivo que tienen por objeto hacer comprensible la realidad, transformando una noción compleja y abstracta en una simple y concreta. Si analizamos nuestro discurso en general se apoya en nociones simples y concreta sobre todo cuando está ligado a la acción más o menos inmediata. Cada nueva representación se construye ante el impacto de situaciones

desconocidas y debe anclarse en el sistema de representaciones existentes, con un lugar y una función específica.

*Serge Moscovici*, promotor del concepto prefería no realizar definiciones, por la complejidad, pero al mismo tiempo porque la definición podría dificultar la comprensión de los aspectos involucrados. Sin embargo decía: "Por representaciones sociales, entendemos un conjunto de conceptos, proposiciones y explicaciones originadas en la vida cotidiana, en el curso de comunicaciones interpersonales. Son el equivalente en nuestra sociedad de los mitos o sistemas de creencias de las sociedades tradicionales, pueden ser vistas como una versión contemporánea del sentido común". (Moscovici, 1981:181, Citado por Pereira Sá C. 1996:31)

*Tienen una serie de características que enumeramos a continuación:*

- 1- *El primer carácter de las representaciones es que son relativamente estables en el tiempo o coherentes en el contenido (no cambio todos los días de opinión). Esta condición hace que las representaciones puedan servir de grilla de lectura de lo real. Son sociales porque surgen y se heredan desde la sociedad.*
  
- 2- *Las representaciones tienen una organización. Se organizan en torno a: -un núcleo central, (idea fuerza). Es él que le da a la representación su significado y coherencia. Teoría del Núcleo central: Propuesta por Jean Claude Abric, en 1976, "la organización de una representación presenta una característica particular, sus elementos son apenas jerarquizados, sin embargo, toda representación está organizada en torno a un núcleo central, constituido por uno o varios elementos que dan a la representación su significado. La idea central de la teoría es que " toda representación esta organizada en torno a un núcleo central, que determina al mismo tiempo, su significado y su organización interna. En segundo lugar Abric dice, el núcleo central es un subconjunto de representaciones cuya ausencia desestructuraría la representación o le daría un significado diferente". -elementos periféricos, menos rígidos que el núcleo central y se agregan alrededor de él, protegiéndolo de las críticas.*
  
- 3- *Dinámica de las representaciones: -Relativamente estables, su estabilidad permite incorporar informaciones nuevas.-raramente son fenómenos individuales.-factores externos pueden conducir a su modificación.*
  
- 4- *Funciones: - constituyen un cuadro de referencia para interpretar las situaciones nuevas. Tienen como rol reducir las incertidumbres (Domesticar lo extraño como dice Moscovici).*

-Juegan un rol en el debate político.- No conforman una imagen neutra del mundo, su función es evaluativa, tienen un carácter emocional e implican una toma de posición.

-Juegan un rol activo en la Historia y la Sociedad. Preparan y orientan la acción. Son (producto) arte y parte de la Historia.

- 5- Representaciones y toma de decisión: *Son imágenes o modelos de la realidad, que en los procesos de decisión, están en la base de las soluciones imaginadas, de las previsiones y las consecuencias probables. No se puede abordar o entender las idas y venidas del espíritu sin tener en cuenta la naturaleza y la organización de los componentes*

*Las representaciones sociales, a su turno, son reconocidas como fenómenos psicosociales histórica y culturalmente condicionados. Su explicación se debe dar necesariamente a nivel posicional e ideológico, además de los niveles interpersonales e intrapersonales, pues las representaciones como dice Farr (1992), están tanto en la cultura como en lo cognitivo, circulan a través de la comunicación social cotidiana y se diferencian de acuerdo a los conjuntos sociales que las elaboran y utilizan. (Citado por Pereira de Sá, 1996:22)*

Forman parte de un proceso cognitivo en el marco de un sistema comunicacional (relacional) colectivo particularmente eficiente en la sociedad actual donde las identidades adquieren este carácter predominantemente.

Específicamente nos interesa destacar el carácter fundamental de la construcción subjetiva de la realidad en términos de percepciones, representaciones imaginarios o en el mundo más complejo de la ideología y la identidad. Esta perspectiva obliga a ubicarse en una dimensión interdisciplinaria que legitima el recurrir al patrimonio común, conceptual y metodológico elaborado por el conjunto de las ciencias sociales, a fin de establecer redes conceptuales mucho más finas y complejas que filtren los datos de la realidad objetiva.

### **3. Cultura y territorio**

La incorporación del concepto identidad cultural, amplió su carácter operativo de ambos conceptos constituyentes. La necesidad de diferenciarse en el proceso de identificarse o definirse frente a los otros conduce a buscar las especificidades culturales propias, transformándolas en valores asumidos, reconocidos y eventualmente transferibles. Apropriadse, como colectivo, de los valores considerados propios por his-

toria y tradición puede definirse como proceso de patrimonialización. Este proceso puede referenciarse en un Territorio que se transforma en depositario legítimo que puede a su vez transferirlo a sus habitantes y producciones. Este proceso tiene diferentes expresiones, desde simples referencias identitarias hasta programas específicos de gestión y promoción territorial como son los “Polos Económicos del Patrimonio” (2) en Francia (3).

Identidad, cultura, patrimonio y territorio son conceptos convergentes en los que sus atributos constitutivos esenciales son y forman parte de la red de significaciones que sustentan el mundo de los objetos y las acciones. De todas formas esta convergencia, debe interpretarse en dos sentidos complementarios. Orientados tanto hacia el pasado como hacia el futuro, actuando como referencias estáticas, o siendo motores de una dinámica que asume la forma de una transferencia interesada o una creación siempre renovada. En este sentido la mediación cultural es el centro de numerosos análisis que articulan la sociedad, la naturaleza y el sistema productivo integrados por el “territorio” como actor y sujeto colectivo. Esta trama de sentidos es al mismo tiempo el camino entre la estructura y la acción, estructura más dinámica que nunca frente al mundo socio-comunicacional.

#### **4. Territorio y patrimonio**

Patrimonio se define como el conjunto de bienes y obligaciones de una persona, se orienta hacia el sentido de propiedad, pero también hacia el de herencia familiar, con valor jurídico, estabilidad y legitimidad, con raíces en el tiempo e inscripción en el espacio. Demanda además un reconocimiento específico y como la identidad debe ser asumido conscientemente por una persona, un grupo o una colectividad determinada. Como veremos es articulador de pasado, presente y futuro, pero conduce sobre todo al futuro, asegura sobre quienes somos ante la incertidumbre del porvenir. Un desarrollo profundo de esta relación puede encontrarse en Guy Di Meo o J. Bessiere. (Di Meo 1995 y Bessière 2001).

El turismo como hemos expresado es consumidor, se apropia frecuentemente de valores patrimoniales en un proceso complejo de asumir como propio herencias localizadas como productos universales.

*Existe una incontestable relación entre los conceptos de territorio y de patrimonio* “Uno y otro tienen una doble naturaleza, material e ideal, tienen una función nemónica inscribiendo el tejido social en una continuidad histórica, construyendo al mismo tiempo sólidas referencias culturales, generadoras de control ideológico y político. Por lo tanto, tienen en la sociedad el rol de mediación interpersonal y de cemento



identitario. Cómo comprender en sus dimensiones fenomenológicas y simbólicas al territorio sin asignarle un valor patrimonial? Y al contrario cómo interpretar el sentido de patrimonio sin tener en cuenta su anclaje espacial...”(Di Meo 1995: 59).

La idea de patrimonio contiene la idea de una inscripción de valor en formas materiales y de manera más ambigua, la idea de un depósito sagrado en relación con el cual es necesario justificar la legitimidad de las transformaciones que hemos heredado.

Por la inscripción de valor, por lo tanto de sentido, en diversas formas materiales, objetos o dispositivos espaciales, todo el proceso de patrimonialización, tiende a confundirse con el de territorialización.

*“Como el territorio, el patrimonio no existe a priori, sin embargo, todo objeto puede adquirir una función patrimonial, como todo espacio puede transformarse en territorio con la condición que uno u otro sean tomados en una relación social de comunicación”* (Di Meo 1995: 59).

Si se aborda la cuestión del patrimonio desde un ángulo dinámico, se destaca en primer lugar, que tiende a inscribirse en la extensión. Se observa en segundo lugar que participa siempre de una dialéctica de lo concreto y de lo abstracto, entre lo material y lo ideal, lo profano y lo sagrado, exactamente como el territorio.

Su introducción en el dominio del territorio es indudable, *André Chastel (1987)* piensa que *“el patrimonio explicita una relación particular entre el grupo jurídicamente definido y ciertos bienes materiales muy concretos. En segundo lugar la dinámica del patrimonio, en su relación con el espacio conduce de una aproximación de lo concreto ( lo más exactamente concretizado por un objeto cargado de poesía, de misterio, de significación social, económica y política) hacia una representación cada vez más abstracta, cada vez más simbólica de los lugares y del territorio. (Citado por Di Meo 1999:59).*

Las representaciones conforman la base de la dinámica de las acciones de valorización patrimonial que se apoyan en la construcción de valores y sistemas perceptivos específicos de los actores como propone *Jacinthe Bessière (Bessière 2001:12)*, conformando progresivamente una *“conciencia patrimonial”*.

## **5. Patrimonialización y territorialización**

Al proceso voluntario de incorporación de valores socialmente contruidos, contenidos en el espacio-tiempo de una sociedad particular podemos denominarlo

patrimonialización y forma parte de los procesos de territorialización que están en la base de la relación entre territorio y cultura. La apropiación y valorización como acción selectiva, individual o colectiva, se expresa en acciones concretas que permiten construir referencias identitarias durables.

Preferimos utilizar el término patrimonializar, ya que obliga a colocarse en la perspectiva de constructores de patrimonio más que depositarios de los mismos. Implica asumir y procurar el reconocimiento externo y puede asociar la idea de compartir de incluir o excluir.

Si bien patrimonio tiene la idea del “legado de los padres”, de una habilitación por el pasado, en realidad patrimonialización implica una acción, es decir un proyecto que se orienta hacia un futuro.

Es una discusión abierta y rica, en tanto se refiere a un proceso social incentivado por las condiciones actuales derivadas tanto de ciertas tendencias globales de homogeneización que contradictoriamente impulsan a buscar las raíces individuales, como de tendencias de la producción y el consumo que buscan constantemente activos específicos valorizables.

La región pampeana, y en particular el Sudoeste Bonaerense, como área de estudio, se caracteriza por formas de monoproducción triguera y ganadera, de alguna manera hegemónicas, que le otorgan gran homogeneidad al paisaje. En este ámbito marginal de la región pampeana, el sistema productivo agropastoril extensivo dio origen a los rasgos esenciales de la ruralidad tradicional, en él la gran inmigración creó un mosaico de tradiciones que aún pueden reconocerse y plantearse como formas de diferenciación territorial. La profundización de la crisis económica y social impactó profundamente este sistema productivo y puso en evidencia la diversidad posible de respuestas más allá de la aparente homogeneidad.

## **6. Patrimonialización de los valores territoriales**

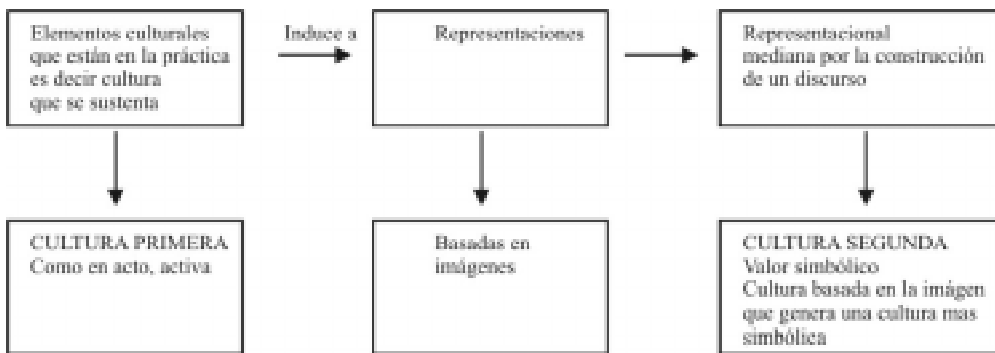
La noción de territorio ha invadido el conjunto de las Ciencias Sociales incluida claramente la Economía. Implica considerarlo:

- a) como lugar de creación de recursos específicos, que no aparece solo como un reservorio pasivo de recursos, sino como el lugar de creación de la innovación que permite mantener una actividad económica a través de la valorización de la calidad de los productos.

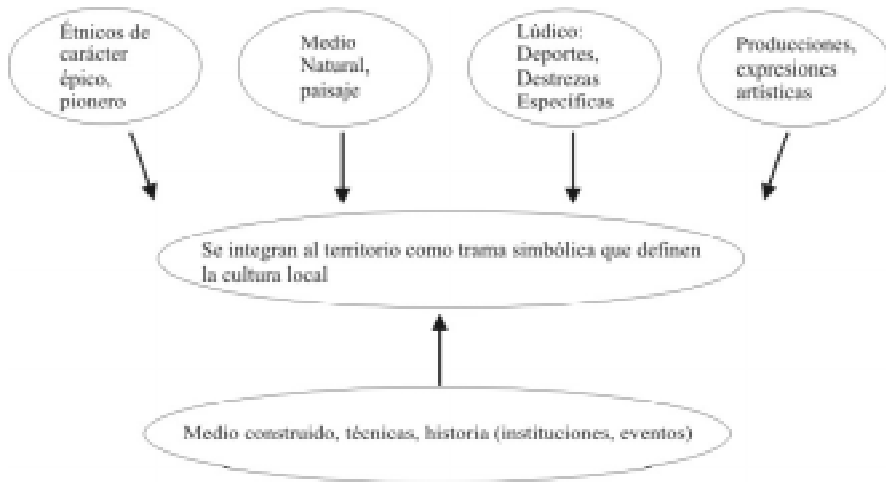
- b) valorizarlo como espacio de promoción, es decir portador de vectores simbólicos culturales e históricos que confieren a la producción un carácter específico.

Sin embargo, para explicar la relación entre patrimonialización, cultura y territorio nos parece oportuno establecer una diferenciación entre primera cultura y segunda cultura, haciendo un paralelismo con primera y segunda naturaleza propuesta por el marxismo. Esta diferenciación permite observar el proceso de patrimonialización, es decir el paso de la cultura con expresión y resultado de las prácticas sociales concretas en un tiempo y espacio dado, hacia las múltiples formas de apropiación sucesiva mediante representaciones y discursos que se insertan en múltiples proyectos territoriales. El concepto de “Memorias Migrantes” como “Culturas Migrantes” parece resumir adecuadamente esta condición de reapropiación sucesiva.

Esta base original, esta primera cultura, proponemos en una presentación reciente denominarla “cultura difusa” (Haag, Oustry, Bustos, 2004). Sin asignarle el carácter de propuesta conceptual, utilizamos esta adjetivación para referirnos a aquellos elementos culturales poco formalizados en discursos, poco visible, que necesita ser de-codificados y re-codificados para permitir su comunicación y su reconocimiento. Está compuesta por elementos (las acciones, los actores, los productos, los ambientes...), potencialmente estructurantes. Corresponde a las prácticas concretas que producen valores de uso y valores sociales en el marco de la cotidianidad.



Su utilidad deriva de considerarlos como potenciales valores que mediados por el territorio pueden transferirse al sistema productivo, asignándoles un carácter específico aumentando su valor relativo. Esta potencialidad se refiere asimismo a las potencialidades identitarias y creadora de vínculos entre los habitantes de una comunidad, que pueden en diferentes casos incentivar una cohesión social. La planificación territorial demanda una búsqueda exhaustiva de estas referencias convocantes que necesitan ser transformadas en proyectos asumidos por actores que se transforman en “partenaires”.



## 5. Conclusiones

Los conceptos, territorio, identidad, patrimonio, cultura suponen en todos los casos, la autonomía del actor como sujeto involucrado y conciente por lo que todas las políticas de desarrollo que en esta dimensión se propongan deben plantearse el refuerzo de las condiciones de autonomía de los sujetos y colectivos sociales.

En lo productivo y particularmente en relación con el desarrollo turístico es que se manifiesta con mayor profundidad este proceso continuo de construcción de imágenes, representaciones que tienen un efecto más allá de su propio objetivo inicial.

Una amplia gama de estudios se abre ante la Geografía Cultural y el Turismo como disciplina científica, siempre que el análisis se haga desde lo social y hacia lo social mediado por lo territorial. La construcción de sentido, la apropiación de los simbolismos creados y la patrimonialización de los mismos, integran frecuentemente procesos de territorialización, no siempre evidentes. El esfuerzo del Ordenamiento territorial y la Planificación turística es descubrirlos, promoverlos y enmarcarlos en objetivos consensuados y formalizados en proyectos.

La patrimonialización de valores territoriales implica la construcción de una “conciencia patrimonial”, que en general, en las condiciones actuales tiene un carácter representacional y comunicacional. La sustentabilidad y sostenibilidad de estos patrimonios depende en primer lugar de la comprensión de los procesos sociales y culturales que los rigen.

**Notas**

(1) Un destino turístico se caracteriza por contar con condiciones o cualidades propias que constituyen un atractivo turístico, como tal un recurso para la actividad turística. La pregunta que se plantea es: qué es un atractivo turístico cuales son la cualidades del lugar que se constituyen como tales? Y la primera respuesta, parcial a esta pregunta sería: todos aquellos que son valorizados como tales por las sociedades de origen. Los atractivos, por lo tanto, no son atributos absolutos de un lugar sino que se construyen en términos relacionales con la sociedad de origen de los turistas. Cabe señalar que con esto se están cuestionando fuertemente los estudios y prácticas orientados a la búsqueda o detección de atractivos potenciales como meros atributos del lugar; dicho en otros términos, podría decirse que no importa cuán importante, destacado etc. es un rasgo (natural, histórico, cultural o lo que sea) del lugar de destino/ , solo se valorizará como atractivo si logra coincidir con demandas existentes en la sociedad de origen de los turistas.

*Para concluir esta sección, puede decirse que los atractivos constituyen una pieza central en la diferenciación de lugares que caracteriza a cualquier territorio turístico. La comprensión de los procesos sociales que definen esta condición de atraktividad resultaría, desde esta perspectiva una tarea fundamental.*

(2) Los pôles d'économie du patrimoine (PEP) fueron instituidos por la DATAR a instancias del Comité interministeriel d'aménagement et développement du territoire (CIADT) de Troyes en 1994 y tenían por objetivo utilizar la diversidad del patrimonio de Francia como instrumento de desarrollo económico, 30 polos están hoy en actividad.

(3) “La idea de recurrir al patrimonio como instrumento de desarrollo local, aparece en los años 80 cuando se inicia el proceso de descentralización. Diferentes informes sugieren entonces que la valorización del patrimonio podría contribuir al desarrollo de los territorios”. “...Es solo con el informe Latarjet, en 1991, que la dimensión cultural del ordenamiento territorial toma cuerpo realmente. El acercamiento entre desarrollo cultural y ordenamiento del territorio se instaura y se instala”. “...Por otro lado el aumento de las preocupaciones ecológicas y etnológicas, a través particularmente de la acción de Georges-Henry Rivière, fundador de los “ecomuseos” devuelve su sentido primario al patrimonio, “que se constituye en nexo” entre el pasado y lo contemporáneo, entre lo humano y la naturaleza, entre el hombre y su territorio. Es en sí mismo un factor de apropiación”. “...La valorización del patrimonio encuentra su ambición en esta ir y venir entre tradición y modernidad, entre identidad y proyecto, entre local y mundial. “...Los polos de economía del patrimonio proponen una política de valorización global, más integrada, en una lógica de desarrollo durable uniendo medioambiente, y desarrollo económico y social” (Virassamy, 2002:6,7).

(4) La tradición y el patrimonio son sobre todo mensajes culturales- que se inscriben en el presente pensando en el futuro (testimonio proyectado). Los hombres han sabido siempre, a partir de pedazos del patrimonio cultural inventar fórmulas de recomposición simbólica, técnica o socio económica. El patrimonio no es solo un nexo entre pasado y presente sino que es fuente, reserva para asegurar el futuro. El patrimonio se construye, se reconfigura continuamente, es un producto social evolutivo, que cambia constantemente. La expresión “memorias migrantes” corrobora el carácter fluctuante del patrimonio. Bessière Jacinthe (2001:49) Valorisation du patrimoine gastronomique et dynamiques de développement territorial. L'Harmattan. Paris.

## Bibliografía

- AROCENA J. (1995) *El desarrollo local: un desafío contemporáneo*. Centro Latinoamericano de Economía Humana. CLAEH. Universidad Católica del Uruguay. Nueva Sociedad. Primera Edición. Impreso en Venezuela.
- BERTONCELLO, Rodolfo (2002). Turismo y territorio. Otras miradas. *Aportes y Transferencias* Año 6 Vol 2 Mar del Plata pags. 31-50.
- BESSIÈRE JACINTHE, (2001) Valorisation du patrimoine gastronomique et dynamiques de développement territorial. L'Harmattan. Paris
- BUSTOS CARA, Roberto, (2000) “Marcos comprensivos estructurantes del mensaje turístico. Turismo étnico-cultural en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires” en BRONDOLO M. y otros (Compiladores) “*Turismo: Desarrollo local y regional*”. Ediuns, Bahía Blanca.
- BUSTOS CARA, Roberto, (1996) “El turismo y los procesos de transformación territorial” pág. 86-93. En *Turismo e Geografía. Reflexões Teóricas e enfoques regionais*. Hucitec. San Pablo.
- BUSTOS CARA, Roberto. (1995) “Identidad regional-Territorialidad regional” en “*Procesos de transformación Territorial del sur de la Provincia de Buenos Aires*”. Ateliers de Caravelle. Francia. Nro. 4 Septiembre 95.
- BUSTOS CARA, Roberto, Oustry, Liliana, Haag María Isabel (2002) Producción de valores territoriales: entre la cultura y el mercado: Habilidades y saberes locales como estrategias frente a la crisis. *IX JORNADAS CUYANAS DE GEOGRAFIA- 25 al 28 de septiembre de 2002 Mendoza*. .
- BUSTOS CARA, Roberto, (2002) Cambios en los sistemas territoriales. Actores y sujetos entre la estructura y la acción. Propuesta teórico-metodológica. *II Jornadas interdisciplinarias del Sudoeste Bonaerense*. Bahía Blanca 2002.
- BUSTOS CARA, Roberto, (2001) Identidad, turismo y territorios locales. La permanente construcción de valores territoriales. En *Rev. Aportes y Transferencias*, Centro de investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales Universidad de Mar del Plata. Marzo 2001.

- BUSTOS CARA, Roberto, (2002) Los sistemas territoriales. Los procesos de estructuración y desestructuración en Argentina. *En Anales de Geografía Universidad Complutense Vol. 22,113-129* . Ed. Complutense. Madrid.
- CAPECE, Gustavo R. (2000). *Política Turística. Metodología para su concepción y diseño*. LADEVI Ediciones. Colección turística. Bs. As. Argentina. 190 pags.
- CAZES G. (1992) *Fondaments pour une Géographie du tourisme et des loisirs*. Col Anphi-Géographie, Breal, Paris, 189 pag.
- DI MEO, Guy (1998) *Géographie sociale et territoires*. Ed. Nathan Université- fac-Géographie. 317 pag.
- JODELET, Denise (dir) (1989). *Les représentations sociales*. PUF Sociologie d'aujourd'hui. 447 pags.
- LAZZAROTTI, O. (1994) "La Géographie dans la controverse touristique". *Annales de Géographie*, Nro. 580, pág. 627-650.
- MOQUAY, Patrick; Lardon, Sylvie Marcelo, Emmanuelle; Piveteau, Vincent. Contribution des représentations spatiales à la proximité institutionnelle dans les processus de développement territorial. *En Journées de Proximité – 13 14 décembre 2001 Paris*
- MOLINER, Pascal (dir.) (2001) *La dynamique des représentations sociales*. Presses Universitaires de Grenoble. Grenoble-Francia. 303 pag.
- MUNNE, Federick (1980) *Psicología del tiempo libre. Un enfoque crítico*. Trillas. Reimpresión 1990. México.
- URBANO, Enrique (2002). El hecho turístico: La construcción de una sintaxis metodológica para América Latina. *Alcuth-(Revista de la Asociación latinoamericana de carreras universitarias de turismo y hotelería) 1/2002*. Lima-Perú. Pag. 63-76.
- SANTOS, Milton (2000). *La naturaleza del espacio: Técnica y tiempo, razón y emoción*. Ariel Geografía, Sociedad. 348 p.
- VIRASSAMY, Catherine (2002). Les pôles d'économie du patrimoine. *La Documentation Française. Territoires en mouvement Paris*.
- WEINBERG ACHILLE (2002). "Comment l'individu pense en société" *Sciences Humaines hors-serie nro. 35, Dec-2001 janv-fev.2002.*, 74

<sup>1</sup> Proyecto: **Territorio Innovación y gobernabilidad. Las mediaciones territoriales del desarrollo local** Subproyectos: Transformaciones de productos agropecuarios en productos territoriales para las explotaciones agropecuarias familiares del partido de Saavedra. Lic. Liliana Oustry. El turismo y la recreación como estrategias de revalorización territorial para espacios rurales en crisis. La experiencia del partido de Villarino. Mag. María Isabel Haag.