

Patrimonio cultural y turismo en la provincia de Buenos Aires. Análisis de la oferta y posibilidades de su diversificación.

Alfredo Conti.

Colaboración: Mercedes Ferrara, Natalia Isasmendi.

Resumen

El turismo, entendido como conjunto de actividades económicas generadas por el desplazamiento temporal de personas fuera de su lugar de residencia habitual, se basa en la existencia, en el lugar de destino, de recursos que actúen en calidad de atractivos para generar tal desplazamiento. Entre éstos, el patrimonio cultural ha ocupado, históricamente, un sitio de privilegio. La ampliación del concepto de patrimonio verificada a lo largo de la segunda mitad del siglo XX tuvo su correlato en la consideración de nuevos recursos turísticos que amplían y diversifican la oferta y actúan como motor para el desarrollo de regiones o territorios determinados. La provincia de Buenos Aires ocupó, tradicionalmente, un lugar destacado entre los destinos turísticos nacionales, a partir de recursos como la costa marítima o las áreas serranas. Durante los últimos años, nuevos recursos, en ocasiones pertenecientes a categorías patrimoniales poco consideradas en décadas pasadas, amplían la oferta turística provincial. En este marco, el objetivo central de este artículo consiste en presentar un estado de situación de la promoción del patrimonio cultural en calidad de recurso turístico de la provincia, para lo cual se ha tomado como base la información suministrada por los organismos provinciales y locales de turismo.

Palabras clave: patrimonio cultural – turismo – promoción – provincia de Buenos Aires

1. Introducción

El reconocimiento y valoración de un patrimonio cultural está vinculado al inicio del turismo en el mundo moderno. El *Grand Tour*, que tuvo su auge entre los siglos XVII y XVIII, consistía en viajes de artistas, intelectuales y aristócratas europeos a la península itálica para visitar los testimonios materiales de la antigüedad clásica. En la actualidad, museos, monumentos y centros históricos, exposiciones y festivales de distinta índole, gastronomía y artesanía, actúan como recursos para la atracción de visitantes. La Organización Mundial del Turismo (2005) define al turismo cultural como el “*movimientos de personas hacia atractivos culturales con objeto de adquirir nueva información y experiencias por satisfacer sus necesidades culturales y generar nuevos conocimientos, experiencias y encuentros*”. Más allá de esta modalidad específica, basada en las motivaciones del turista, el patrimonio cultural ocupa un papel importante en la oferta turística, en la que se puede insertar, según Prats (1997:42) según tres posibles modos: constituir, conjuntamente con la infraestructura necesaria, un producto turístico *per se*; unirse a otros productos de modo de conformar un paquete o bien integrarse como alternativa en destinos que no tienen a ese patrimonio como motivo básico de compra. Esto implica que, más allá de la posibilidad de desarrollo del turismo cultural, el patrimonio contribuye a diversificar la oferta, abriendo nuevas posibilidades para atraer visitantes a la vez que brindando a los mismos nuevas alternativas en destinos que pueden no ser clasificados como culturales.

Durante las últimas dos décadas se han dado cambios significativos tanto en el campo del patrimonio como en el turismo. En lo que concierne al primero, el aspecto más importante es la ampliación del concepto de patrimonio, que incluye en la actualidad gran variedad de componentes tanto materiales como inmateriales. A las categorías

tradicionales de monumentos históricos, sitios arqueológicos o centros históricos se han sumado los paisajes e itinerarios culturales, que implican estructuras territoriales complejas que reflejan la interacción entre el ser humano y el medio natural o los desplazamientos generadores de intercambios e influencias culturales. Por su parte, la consideración de bienes inmateriales amplió notablemente el universo patrimonial, sumando no sólo manifestaciones como la música, la danza, las fiestas o la gastronomía sino también los espacios o recintos en que tienen lugar estas expresiones. Como resultado, la noción de patrimonio implica un sistema complejo de componentes que resultan, en su conjunto, un referente simbólico de la identidad cultural de una determinada comunidad.

En lo que concierne al turismo, cabe mencionar el progresivo incremento del número de viajeros, la facilitación de desplazamientos y accesibilidad a los destinos, la mejora general de la infraestructura y los servicios, la diversificación de la oferta y el impacto de las tecnologías de información y comunicación para difundir, promocionar y comercializar atractivos y productos. Se verifica a la vez que hay cambios en los modos de usar y distribuir los períodos de descanso y vacaciones; el paradigma de las prolongadas vacaciones veraniegas es reemplazado por una distribución del tiempo en períodos más cortos y una mayor cantidad de salidas a lo largo del año, incluyendo las “escapadas” de fines de semana o la excursión del día. En este esquema, las personas buscan, además del descanso o el paréntesis en la rutina laboral, nuevas experiencias; el patrimonio cultural juega un papel importante, ya que permite, a veces en destinos relativamente cercanos al lugar de residencia de los turistas, satisfacer la demanda de experiencias o conocimientos novedosos.

La provincia de Buenos Aires ha sido, tradicionalmente, un destino reconocido en el ámbito nacional en modalidades como el turismo de sol y playa, a la vez que, durante las últimas décadas, se ha posicionado con otras modalidades, como el turismo en ámbito rural. La hipótesis en que se basa el proyecto de investigación que da origen a estas notas es que las potencialidades de la provincia, teniendo en cuenta su variado patrimonio cultural, no han sido aún explotadas completamente. El patrimonio cultural puede contribuir a diversificar la oferta provincial y captar nuevos segmentos de la demanda. Este artículo corresponde a una etapa del trabajo, cuyo objetivo consistió en arribar a un conocimiento de la promoción del patrimonio cultural en calidad de recurso turístico. La metodología utilizada se basó en recopilar y clasificar la información disponible en los sitios web de la Secretaría de Turismo provincial y de los gobiernos locales, referida a la promoción de bienes culturales en calidad de recursos turísticos, lo que se ha realizado a lo largo del año 2009. Esa información fue ordenada en base a las categorías establecidas en documentos internacionales, especialmente la Convención del Patrimonio Mundial (1972). Se ha considerado al patrimonio inmaterial, que alcanzó gran difusión a partir de la década de 1990, culminando con la adopción de una Convención específica por parte de UNESCO en 2003.

Cabe una aclaración referida al modo en que utilizamos el término “patrimonio”. No nos referimos específicamente a bienes que han sido activados a través de una protección legal y una legitimación en los términos que propone, por ejemplo, Llorenç Prats, sino que, en un sentido más general, incluimos a todo bien natural o cultural, material o inmaterial, que goza de reconocimiento y valoración en el ámbito correspondiente al territorio donde se localiza. De este modo, ambientes naturales o edificios con escaso valor arquitectónico serán para nuestro estudio componentes de un patrimonio desde el momento que son promocionados como recursos identitarios dignos de atraer visitantes a una determinada comuna o comarca.

2. Desarrollo de la oferta turística en la provincia de Buenos Aires

La provincia de Buenos Aires ha ocupado tradicionalmente un lugar destacado en la oferta turística del país. Sin la pretensión de hacer una historia del turismo en la provincia, lo que excedería los alcances de estas notas, se presenta a continuación un esbozo del desarrollo de la actividad, teniendo principalmente en cuenta el uso y consideración del patrimonio como recurso turístico. Cabe mencionar que el inicio y desarrollo del turismo en la provincia se basó fundamentalmente en un recurso, la costa atlántica, y, en menor medida, otros componentes del patrimonio natural, como las zonas serranas y el delta, a la vez que estuvo íntimamente vinculado con el desarrollo de medios de transporte -el ferrocarril desde el último cuarto del siglo XIX y el transporte automotor desde la década de 1930- y la construcción de infraestructura, sobre todo hoteles. El patrimonio cultural se vislumbra a lo largo del siglo XX como un complemento de modalidades de turismo de sol y playa o turismo de sierras y recién a fines de siglo y en lo que va del presente se perfila como un recurso generador de productos turísticos.

Hasta el último cuarto del siglo XIX, las prácticas que se puede considerar antecedente del turismo se identifican con los desplazamientos de los habitantes de la ciudad de Buenos Aires, con fines de descanso, hacia destinos como zonas de quintas en localidades próximas a la ciudad, estancias y el delta del Paraná, básicamente la localidad de Tigre. Entre 1880 y 1920 surgen los primeros centros turísticos de la mano de la extensión de la red ferroviaria y la construcción de hoteles (Wallingre, 2007: 58 y ss.). La consideración de la costa atlántica como destino de vacaciones constituye unos de los primeros ejemplos del diseño e implementación de productos turísticos en el país. Cabe en este sentido un lugar preponderante a Mar del Plata; la conversión del pueblo fundado por Patricio Peralta Ramos en 1874 en destino de vacaciones se debió básicamente a la acción de Pedro Luro y a la concreción de dos acciones básicas: accesibilidad y oferta de alojamiento. La llegada del ferrocarril en 1886 y la inauguración del hotel Bristol en 1888 fueron los pasos iniciales para la formación del que se convertiría, en pocos años, en el lugar por excelencia de vacaciones de la clase alta porteña, que convirtió a Mar del Plata en el émulo nacional de las principales ciudades balnearias europeas. Los restos de lo que constituyó el principal conjunto de arquitectura pintoresquista del país están protegidos en la actualidad en calidad de patrimonio urbano-arquitectónico y se insertan, a modo de recursos complementarios al principal, en la oferta turística de la ciudad. Entre fines del siglo XIX y primera mitad del XX, una serie de localidades balnearias surgieron a lo largo de la costa atlántica bonaerense, convirtiendo a la misma en el principal recurso turístico de la provincia.

Las zonas serranas tuvieron una afectación turística relativamente temprana. En el caso de Tandil, la llegada del ferrocarril en 1883 contribuyó al arribo de visitantes, atraídos particularmente por el fenómeno de la piedra movediza. La caída de la roca en 1912 tuvo sin duda un impacto notable aunque no borró la imagen de Tandil como destino de vacaciones, sobre todo de corta estadía. En el caso de Sierra de la Ventana, la conjunción entre recursos naturales, accesibilidad garantizada por el ferrocarril y la habilitación del Hotel Club Sierra de la Ventana en 1911 generó un producto que no cesó de ser valorado y visitado hasta el presente. Por su parte, las propiedades curativas del lago Epecuén llevaron a la caracterización de la ciudad de Carhué como destino turístico que, si bien no comparable a otros similares del país, gozó de gran prestigio como centro termal hasta 1985, en que el desborde de las barreras de contención dejó a la villa turística sumergida prácticamente en su totalidad.

Entre las décadas de 1920 y 1930 se observan cambios significativos en lo que concierne a la incorporación de nuevos segmentos sociales a la demanda, sobre todo pertenecientes a la clase media, a la vez que el aumento del transporte automotor, en particular el automóvil, como medio de desplazamiento. Estos cambios se debieron en parte a acciones de organizaciones no gubernamentales como el Touring Club Argentino y el Automóvil Club Argentino (Bruno y Lemme, 2010: 46). Este último, particularmente, realizó una importante labor con la construcción de sedes en las principales ciudades del país y de estaciones de servicio a lo largo del sistema vial troncal. A partir de 1946, en el marco de los gobiernos de Juan Domingo Perón, el turismo social tuvo un importante desarrollo que incluyó tanto la construcción por el Estado de grandes complejos, como, en el caso de la provincia de Buenos Aires, el de Chapadmalal, como la activa acción de los sindicatos en la facilitación de las vacaciones para sus afiliados. Estos cambios no implicaron, no obstante, una notable diversificación de la oferta. El recurso turístico fundamental continuó siendo la costa marítima y la modalidad predominante el turismo de sol y playa.

En lo que concierne a turismo religioso, la ciudad de Luján es el principal centro de peregrinación del país. La habilitación del complejo museográfico a partir de 1923 amplió la oferta de la ciudad; en la actualidad, la facilidad del acceso, los recursos patrimoniales y la provisión de una variada oferta gastronómica hacen de Luján uno de los destinos de excursión característicos para los habitantes del área metropolitana. La construcción del Calvario en la ciudad de Tandil en 1943 generó otro polo de atracción que, tradicionalmente, ha impulsado a la ciudad como destino para el período de Semana Santa. Otros sitios de la provincia que se erigen en destinos de turismo religioso son Fortín Mercedes (Villarino), vinculado a la figura del beato Ceferino Namuncurá y San Nicolás de los Arroyos, con el santuario de la Virgen del Rosario. Algunos monasterios, como el localizado en el partido de Azul, se integran también a la oferta para el desarrollo de este tipo de turismo.

A fin de siglo XX aparece más claramente una diversificación de la oferta, en un doble proceso de nuevas modalidades de turismo y de incorporación de recursos patrimoniales escasamente considerados anteriormente. En este nuevo escenario, ocupa un lugar destacado el turismo en espacio rural, que combina la vida en contacto con el ambiente campestre con aspectos culturales, como la visita a estancias históricas. La apertura al público de establecimientos rurales se debió en parte a la crisis del sector agropecuario, con lo que los propietarios buscaron nuevas posibilidades de rédito (Schlüter, 2001: 163) y ganó impulso desde principios de la década de 1980. Por su extensión, vocación agraria y cantidad de establecimientos dedicados al turismo, la provincia de Buenos Aires ocupa el primer lugar en el país en el desarrollo de esta modalidad (Burbridge, 2002: 208). En general, el turismo aparece como una posibilidad para el desarrollo local a la vez que se buscan formas alternativas al turismo de sol y playa, entre las que aparece el turismo cultural (Bertoncello, 2009: 331). La vocación de desarrollo del turismo cultural, en los términos que lo define la Organización Mundial del Turismo, se puede verificar en ciudades como La Plata, Bahía Blanca o Azul, cuyos principales atractivos urbanos consisten en su patrimonio arquitectónico o en manifestaciones artísticas. En este proceso, la activación patrimonial juega un papel importante, desde el momento que edificios y lugares históricos son considerados como potenciales atractivos para los visitantes.

3. Promoción turística del patrimonio cultural

A efectos de una evaluación de la situación actual del uso turístico del patrimonio cultural de la provincia, se ha tomado como referencia la promoción realizada tanto desde la administración provincial como desde los gobiernos locales a través de Internet. La mayoría de los municipios de la provincia cuentan con dependencias específicas de turismo, las que, a su vez, promocionan los productos y recursos de diferentes maneras, incluyendo tanto la impresión de folletos o guías como los sitios web, éstos últimos por lo general como parte de los sitios oficiales de los municipios. En los casos de municipios que no cuentan con organismos específicos de turismo, se ha verificado, no obstante, que dedican parte de sus sitios web a la promoción de sus recursos naturales y culturales para el desarrollo del turismo. Con el fin de presentar la información en base a categorías patrimoniales, se toma el esquema presentado en la Convención del patrimonio mundial de UNESCO (1972), en que el patrimonio cultural está dividido en monumentos, grupos de edificios y sitios. En cada una de tales categorías se han incluido los bienes promocionados como recursos turísticos de acuerdo con las definiciones de la Convención.

3.1. Los monumentos: el patrimonio arquitectónico

Los monumentos, entendiendo por tales edificios o conjuntos edilicios que presentan valores históricos o arquitectónicos, han figurado siempre entre los principales atractivos turísticos que pueden ofrecer una ciudad o territorio. En la provincia de Buenos Aires, algunas ciudades cuentan con su patrimonio arquitectónico como un recurso principal para la atracción de visitantes, como los casos de La Plata y Bahía Blanca. En el caso de la capital provincial, el conjunto de edificios monumentales de la etapa fundacional, así como otros destacados de épocas posteriores, son promocionados entre los principales atractivos de la ciudad, inclusive con propuestas de circuitos que vinculan a los principales inmuebles, entre los que se destaca el denominado Eje Monumental de la ciudad. En el caso de Bahía Blanca, son promocionados tanto edificios patrimoniales institucionales como otros pertenecientes a la arquitectura industrial. Es corriente que los templos, particularmente iglesias y capillas católicas, figuren entre los recursos edilicios promocionados, en algunos casos junto a las sedes municipales, destacando de este modo a las dos principales instituciones presentes en las ciudades bonaerenses. Por otra parte hay ciudades que, claramente posicionadas en la oferta turística por recursos naturales, promocionan su patrimonio arquitectónico como una alternativa a los recursos principales; es el caso de Mar del Plata, que en su sitio web incluye patrimonio arquitectónico y museos entre la oferta turística.

Desde un punto de vista de data y expresión arquitectónica, existe un claro predominio de edificios pertenecientes a fin del siglo XIX y siglo XX, lo que se explica al tener en cuenta el lapso en que la mayor parte del territorio provincial fue efectivamente colonizado y poblado por el hombre blanco. Los testimonios arquitectónicos del período español, escasos en la provincia, tienen como exponentes principales a los edificios de Luján que integran el complejo museográfico de la ciudad. Otros casos excepcionales son el Fuerte Barragán, en Ensenada, y la torre del fuerte de Carmen de Patagones, testimonios de la arquitectura militar del período (Fig. 1). En general, los edificios institucionales promocionados resultan testimonios de la arquitectura ecléctica propia de las últimas décadas del siglo XIX y primeras del XX, con grados de valor histórico y arquitectónico diverso y desigual.

Por su parte, la consideración del patrimonio moderno es relativamente reciente; respecto a una posible clasificación, se puede identificar dos grandes grupos: el patrimonio industrial (fábricas, complejos productivos, edificios o instalaciones

ferroviarias, puertos, obras de ingeniería, etc.) y el correspondiente a las expresiones arquitectónicas propias del siglo XX, particularmente aquellas ligadas a las corrientes de vanguardia agrupadas bajo la denominación general de movimiento moderno. El reconocimiento de un patrimonio industrial tiene sus orígenes en estudios realizados en Gran Bretaña a fines de la década de 1950 y cobra importancia desde la década de 1980, con la incorporación del tema en los foros y organismo internacionales que tratan con el patrimonio. La valoración turística del este patrimonio incluye en la actualidad una modalidad específica que no se limita a la visita a sitios con valores históricos sino que incluye también instalaciones contemporáneas y que tiene por finalidad permitir a los visitantes el conocimiento de los procesos y sistemas de producción industrial.

Los bienes patrimoniales industriales promocionados en la provincia son varios y de diversa naturaleza. Entre los pertenecientes a la producción, cabe citar molinos harineros (Arrecifes, Carlos Casares, Junín, Saavedra, Tres Arroyos), usinas (Bahía Blanca, Berisso, San Antonio de Areco), frigoríficos (Bahía Blanca, Berisso) o complejos específicos como la Cristalería Rigolleau en Berazategui. El patrimonio ferroviario, representado principalmente por estaciones, es promocionado en varios municipios provinciales, como en los casos de Bahía Blanca, Baradero, Dolores, General Lavalle, Junín, Roque Pérez, Saavedra, Vicente López. Bahía Blanca promociona también su mercado y los silos, en tanto que entre las obras de ingeniería cabe mencionar puentes en los partidos de San Pedro y San Vicente y faros en los partidos de la costa atlántica.

Respecto al patrimonio correspondiente a las vanguardias del siglo XX, en el territorio provincial sobresale la obra del Ing. Francisco Salamone, quien en un breve período correspondiente a la gobernación de Manuel Fresco (1936-1940) construyó una vasta obra en varios partidos de la provincia, consistente sobre todo en palacios municipales, mataderos y portadas de cementerios. La obra de Salamone, que pasó casi inadvertida durante décadas, es desde hace un tiempo motivo de un reconocimiento que excede los límites provinciales y aun nacionales. Varios municipios de la provincia promocionan estos bienes entre sus recursos turísticos: municipalidades (Balcarce, Guaminí, Leandro N. Alem, Rauch) (Fig. 2); mataderos (Coronel Pringles, Balcarce), cementerios (Azul). Quedan sin embargo varios municipios que contienen obras valiosas del autor que no están incluidas en sus promociones turísticas, si bien existen proyectos de generar itinerarios temáticos que vinculen diferentes comunas. Algunas comunas promocionan obras destacadas de la arquitectura moderna, como la casa Curutchet de La Plata, única vivienda construida en el continente americano según un proyecto de Le Corbusier o el correo de Berisso, actualmente desafectado de su uso original, perteneciente a la vasta e interesante obra de edificios para correos realizada en todo el país a principios de la década de 1950.

3.2. Los grupos de edificios: el patrimonio urbano

El patrimonio urbano, que comprende ciudades, poblaciones y áreas urbanas, constituye uno de los componentes con mayor incidencia en la identidad cultural de una comunidad. Por tal motivo, los centros históricos o barrios antiguos suelen ocupar un lugar de privilegio en la oferta turística, no sólo por sus cualidades históricas, urbanísticas o arquitectónicas, sino también por la asociación con el patrimonio inmaterial en caso de espacios vinculados a festividades, prácticas sociales tradicionales, espectáculos o gastronomía.

Algunos núcleos históricos de la provincia cuentan con protección en el ámbito nacional; se trata de declaratorias en la categoría de Bien de Interés Histórico correspondientes, además, a fechas relativamente recientes: Carmen de Patagones (2003), Capilla del Señor (1994), La Plata (1999) y San Antonio de Areco (1999). Se trata de localidades promocionadas desde el punto de vista turístico, aunque en los casos de la capital provincial y de Areco no aparece mención explícita a tal reconocimiento nacional. Por su parte, el programa “Pueblos turísticos”, desarrollado por la Secretaría de Turismo provincial conjuntamente con el Centro de Investigaciones Territoriales y Ambientales (CITAB), dependiente del Banco de la Provincia de Buenos Aires, se basa en el desarrollo de productos en pueblos del territorio provincial a partir del enfoque de turismo comunitario. El programa está compuesto en cinco fases: relevamiento, capacitación, desarrollo, promoción e integración. Hasta 2010, participan las localidades de Azcuénaga, Carlos Keen, Gouin, Villa Ruiz, Ulíbelarrea y Villa Logüercio, en tanto que otras localidades están en proceso de sumarse al programa.

En el ámbito local, varias comunas hacen referencia, entre los recursos promocionados, a su patrimonio urbano. En algunos casos se trata de barrios históricos que se adecuan a la caracterización más tradicional de “centro histórico”, como es el caso de Carmen de Patagones o Bahía Blanca (Fig. 3), en tanto que en otros se trata de áreas de la ciudad, no precisamente sus centros históricos, que han jugado un papel definido en la evolución de las localidades, en ocasiones vinculados con actividades específicas. Tales son los casos de las áreas urbanas portuarias como en Bahía Blanca y Baradero o la calle Nueva York de Berisso (Fig. 4). En otros, aparece la interfase entre áreas urbanas y medio natural, como el paseo costero de Chascomús. Se promocionan también algunas localidades, como el casco fundacional de Ranelagh en el partido de Berazategui, pueblos típicos como Colonia de Pla y Mechita en Alberti o barrios como el inglés de Campana o Nuevo Moreno Antiguo, en el partido de Moreno.

Resulta interesante mencionar que varios municipios de la provincia promocionan sus plazas. Si bien desde un punto de vista patrimonial estos espacios podrían asociarse a la subcategoría de jardines en el rubro paisajes culturales, es posible también incluirlas, conjuntamente con los edificios institucionales que por lo general se localizan en sus entornos, como los espacios cívicos más representativos que juegan un papel decisivo en la identidad de cada localidad.

3.3. Los sitios: paisaje natural y cultural

Si bien estas notas se centran en la consideración del patrimonio cultural, es necesario enfatizar que los recursos naturales de la provincia continúan en su calidad de principales recursos turísticos. Así lo confirma la promoción desarrollada desde la Secretaría de Turismo provincial, basada en cinco componentes esenciales, de los que cuatro corresponden al patrimonio natural: la costa, la pampa, las sierras, el delta y los centros urbanos. A la vez, todas las áreas protegidas de la provincia en el marco de la Ley 10907 son promocionadas por los respectivos gobiernos locales; entre ellas, algunas gozan de alto reconocimiento, como el monumento natural Cerro de la Ventana, el parque provincial Ernesto Tornquist o las reservas naturales Bahía San Blas y Bahía Samborombón, en tanto que otras se suman como complementos a destinos que no las tienen como recurso principal, como las reservas de Punta Lara, Pehuén-Co, Monte Hermoso o las lagunas Chasicó o Salada Grande.

Los paisajes culturales, una de las categorías patrimoniales más estudiadas durante la última década, está principalmente representada por la subcategoría más fácilmente identificable: parques y jardines. Varios municipios de la provincia promocionan sus parques en calidad de recursos turísticos, algunos con relevantes valores paisajísticos como los de Azul, Bahía Blanca o La Plata (Fig. 5). Prácticamente no aparecen citas a otros tipos de paisajes culturales como los evolutivos o los asociativos, si bien son frecuentes las referencias a establecimientos rurales, especialmente estancias, que presentan tanto los paisajes diseñados (parques) como la interacción hombre-naturaleza en la notable modificación del medio natural realizada en el territorio provincial.

Siguiendo la definición de “sitio” de la Convención del Patrimonio Mundial, se incluye en este rubro a los yacimientos arqueológicos, categoría casi completamente ausente entre los recursos bonaerenses promocionados, con excepción del sitio Monte Hermoso, en el partido homónimo.

3.4. El patrimonio inmaterial

La consideración del patrimonio inmaterial ha cobrado gran relevancia en la última década, principalmente a través de las acciones encaradas desde UNESCO, que culminaron con la adopción de la *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial* en el año 2003. En el documento se define al patrimonio cultural inmaterial como “*los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas - junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural*”. La clasificación de este tipo de patrimonio propuesta por la Convención incluye las *tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial; artes del espectáculo; usos sociales, rituales y actos festivos; conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; técnicas artesanales tradicionales*. A partir de tal clasificación y a los fines de este artículo, es posible incluir fiestas y festivales como componentes o expresión de un patrimonio inmaterial promocionado en calidad de recurso turístico.

Cabe recordar que entre los componentes del patrimonio inmaterial se encuentra la gastronomía, que ha tenido en la última década una notable incidencia en el desarrollo del turismo, al punto de que existen en la actualidad rutas y productos de turismo gastronómico (Schlüter, 2003). Varias fiestas y festivales que tienen lugar en el territorio provincial están asociados a algún tipo de producto alimenticio, en algunos casos en carácter de fiesta nacional, como la del ternero en Ayacucho, la miel en Azul, el camarón y el langostino en Bahía Blanca, el girasol en Carlos Casares, el durazno en Mercedes y la cebada cervecera en Puán. En otros casos las fiestas tienen carácter provincial o local como las del vino de la costa en Berisso, el chorizo seco en Bragado, el dulce de leche en Capitán Sarmiento, el pastel en Carmen de Areco, la papa en General Alvarado, el fiambre casero en Junín, la torta frita y el salame en Mercedes, las carbonadas en Saavedra, el trigo en San Cayetano y Tres Arroyos y la cebolla en Villarino.

En lo que respecta a la tradición gauchesca, de notable incidencia en la identidad provincial, San Antonio de Areco concentra la mayor importancia a partir de su vinculación con la figura de Ricardo Güiraldes y su personaje Don Segundo Sombra (Fig. 6), aunque corresponde mencionar también los festivales relacionados con temas folklóricos en Bragado, Colón, Coronel Pringles, Dolores, Florencio Varela, General

Lavalle, General Pinto, Lobería, Rauch y Saavedra. El impacto de la inmigración, que tiene también una decisiva incidencia en la identidad provincial, tiene a Berisso como principal centro con la Fiesta Provincial del Inmigrante, aunque, con menor incidencia, hay eventos vinculados con las colectividades también en otras comunas, como Alberti, el mes de Francia en Saavedra (Pigüé), y Vicente López. El patrimonio de los pueblos originarios tiene una expresión importante en el partido de General Viamonte, donde se promocionan los componentes materiales e inmateriales relacionados con la cultura mapuche.

El turismo religioso tiene como destinos principales a Luján y San Nicolás de los Arroyos, en ambos casos en relación con los santuarios marianos, aunque varios partidos promocionan también sus fiestas patronales. Un caso atípico vinculado con un patrimonio inmaterial lo constituye la semana de Manuelita en Pehuajó, en relación con el personaje de la popular canción de María Elena Walsh.

4. Conclusiones

El trabajo realizado hasta el momento permite extraer algunas conclusiones en relación al modo en que el patrimonio cultural provincial es promocionado en calidad de recurso turístico. El primer aspecto a mencionar es la diversidad de componentes patrimoniales promocionados, aunque, desde un punto de vista patrimonial, son notorias algunas ausencias, como el patrimonio arqueológico, los paisajes culturales de la producción, los testimonios de la inmigración o los asentamientos industriales, los tres últimos con indudable incidencia en la identidad cultural provincial. Considerados en calidad de patrimonio, los paisajes culturales evolutivos o los paisajes industriales no tienen quizás aún el debido reconocimiento; respecto a sitios arqueológicos, si bien el patrimonio provincial puede ser más modesto en relación con el de otras provincias del país, su falta de reconocimiento y promoción puede estar ligada a una suerte de indiferencia, cuando no negación, hacia el pasado prehispánico y la ocupación del territorio por los pueblos originarios.

La localización en un mapa de los bienes promocionados permitió constatar las diferencias entre comunas y regiones de la provincia. La mayor cantidad y variedad de bienes promocionados tiende a concentrarse en las comunas costeras y en la zona norte de la provincia, en tanto que es menor en el oeste y centro-oeste. Resulta llamativo que las comunas que conforman el área metropolitana, a excepción de las del eje norte, hacen escasa promoción de recursos culturales, cuando, por su localización, se puede imaginar gran potencial para las visitas con modalidad de excursión desde la Ciudad de Buenos Aires y sus alrededores.

Otra consideración está vinculada con los bienes promocionados y su valor desde el punto de vista patrimonial, lo que puede tener incidencia en su activación como atractivos turísticos. Algunos bienes tienen valor nacional o aun internacional, en tanto, en el otro extremo, los hay de valor local pero con escasas posibilidades de atraer, por sí mismos, a visitantes, excepto quizás segmentos muy específicos de la demanda. La heterogeneidad en los grados de valor de los bienes se explica, en parte, por el hecho de que la promoción se realiza básicamente desde la escala local. Los municipios difunden sus recursos, aunque en algunos casos cuesta imaginar que los mismos puedan generar una corriente de visitantes, sobre todo cuando las distancias desde los principales centros emisores son considerables. Esta situación conduce a pensar que resulta fundamental la asociación entre municipios, generando sinergias que se traduzcan en una mayor atraktividad de comarcas o regiones dentro del territorio

provincial. En este sentido, la posibilidad de conformar corredores turísticos o circuitos temáticos aprovechando los recursos de varios municipios podría aumentar las posibilidades de atraer visitantes.

Es necesario tener en cuenta que, tal como lo analizan Troncoso y Almirón (2005), la sola existencia de un patrimonio no implica su activación turística; lo que por lo general se promocionan son recursos, que no necesariamente están dotados de la necesaria infraestructura y equipamiento que los convierta en productos turísticos. Es clave la conversión de tales recursos en productos y su posterior promoción para integrar la oferta provincial. En este punto, aparecen sin embargo algunos problemas que pueden dificultar la elaboración de productos o los mencionados corredores o circuitos temáticos. Uno clave es la accesibilidad; es evidente que la red vial provincial resulta por lo general obsoleta para el caudal de tránsito actual, lo que no favorece los desplazamientos, sobre todo cuando se trata de distancias largas hacia destinos que no presentan valores patrimoniales importantes.

A pesar de los problemas, es claro que la provincia de Buenos Aires tiene mucho para ofrecer y la extensa lista de bienes promocionados da cuenta de ello. Se trata, en síntesis de una materia prima que necesita de un adecuado tratamiento, tanto en su calidad patrimonial como de recurso turístico, pero que puede incidir, de adoptarse la planificación adecuada, en un importante recurso para contribuir al desarrollo integral de la comunidad provincial a través del turismo.

Bibliografía

BERTONCELLO R., 2006: *Turismo, territorio y sociedad. El 'mapa turístico de la Argentina'*. En América Latina: cidade, campo e turismo. Amalia Inés Geraiges de Lemos, Mónica Arroyo, María Laura Silveira. Sao Paulo, CLACSO (Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales). Disponible en <http://www.clacso.org.ar/biblioteca> (Visitado en mayo de 2010).

BRUNO P. A. y A. D. LEMME, 2010: *Turismo, territorio y paisaje en la costa bonaerense argentina 1920-1940*. Estudios y Perspectivas en Turismo, Volumen 19 (2010), 45-62. Buenos Aires, CIET. Edición online.

BURBRIDGE H., 2002: *Turismo rural en la Argentina*. En Morosi et al., op cit.

COCERES C. M., 2007: *Una lectura antropológica para el turismo cultural*. Buenos Aires, Fundación Proturismo.

FERNANDEZ G. y A. G. RAMOS, 2010: *El patrimonio cultural como oferta complementaria al turismo de sol y playa. El caso del sudoeste bonaerense. Argentina*. PASOS, Vol. 8, Nº 1, 2010, 139-149. Disponible en www.pasosonline.org (Visitado en noviembre de 2010).

ICOMOS, 1999: *Carta Internacional del Turismo Cultural*.

MOROSI J. et al, 2002: *Desarrollo sustentable del patrimonio rural. El turismo en las estancias bonaerenses*. La Plata, LINTA-CIC.

PRATS L., 1997: *Antropología y patrimonio*. Barcelona, Ariel.

SCHLÜTER R., 2001: *El Turismo en Argentina. Del balneario al campo*. Buenos Aires, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET).

SCHLÜTER R., 2003: *Turismo y patrimonio gastronómico. Una perspectiva*. Buenos Aires, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET).

TRONCOSO C. y A. Almirón, 2005: *Turismo y patrimonio. Hacia una relectura de sus relaciones*. Aportes y Transferencias, Año 9, Volumen 1, 2008, 57-74. Mar del Plata, Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata. Disponible en <http://nulan.mdp.edu.ar/374/1/Apo2008a12v2pp131-154.pdf> (Visitado en mayo de 2010).

UNESCO, 1972: *Convención relativa a la protección del patrimonio mundial cultural y natural*.

UNESCO, 2003: *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial*.

WALLINGRE Noemí, 2007: *Historia del turismo argentino*. Buenos Aires, Ediciones Turísticas.

Sitios web principales (Visitados entre julio de 2009 y noviembre de 2010) :

Administración de Parques Nacionales <http://www.parquesnacionales.gov.ar/>

Comisión Nacional de Museos y de Monumentos y Lugares Históricos.
<http://www.monumentosysitios.gov.ar>

Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires
<http://www.turismo.gba.gov.ar>

Además de estos sitios, se ha procedido, durante el año 2009, a visitar todos los sitios oficiales pertenecientes a municipios de la provincia de Buenos Aires.

Epígrafes de ilustraciones

Figura 1: Fuerte Barragán, Ensenada, testimonio importante de la arquitectura militar del período español (Foto Alfredo Conti).

Figura 2: Municipalidad de Vedia, partido de Lenadro N. Alem, uno de los edificios proyectados por Francisco Salamone. (Foto Alfredo Conti)

Figura 3: Casco histórico de Carmen de Patagones. (Foto Alfredo Conti)

Figura 4: Berisso, Calle Nueva York. (Foto Alfredo Conti)

Figura 5: Azul, Parque Domingo F. Sarmiento. (Foto Alfredo Conti)

Figura 6: San Antonio de Areco, Pulpería “La Blanqueada”, vinculación entre patrimonio material e inmaterial. (Foto Alfredo Conti)