

## El patrimonio cultural como oferta complementaria al turismo de sol y playa. El caso del sudeste bonaerense. Argentina.

**Guillermina Fernández<sup>†</sup>**  
Universidad Nacional del Centro (Argentina)

**Aldo G. Ramos<sup>‡</sup>**  
Universidad Nacional del Centro (Argentina)

---

**Resumen:** El presente artículo plantea la necesidad de complementar el turismo tradicional de sol y playa con el turismo cultural, generando nuevos productos a partir del patrimonio cultural. Esto puede permitir desestacionalizar al primero y potenciar el crecimiento del segundo, ampliando regionalmente los beneficios del turismo. Este marco general es aplicado a la región sudeste de la Provincia de Buenos Aires, en la República Argentina, siendo una problemática a resolver en muchos otros espacios turísticos del mundo.

**Palabras clave:** Complementariedad. Estacionalidad; Turismo de sol y playa; Turismo cultural. Patrimonio cultural.

---

**Abstract:** The present article raises the need to complement the traditional tourism of the sun and beach with the cultural tourism, generating new products from the cultural heritage. This can allow desestacionalizar the first one and to promote the growth of the second one, extending regionally the benefits of the tourism. This general frame is applied to the region southeast of the Province of Buenos Aires, in the Republic Argentina, being a problematics to resolving in many other tourist spaces of the world.

**Keywords:** Complementarity; Seasonal Variation; Tourism of the Sun and beach; Cultural Tourism; Cultural Heritage.

---

---

<sup>†</sup> • Licenciada en geografía y Master en Gestión Pública del Turismo.

<sup>‡</sup> • Licenciado en geografía y Postgraduado en Consultoría Política. E-mail: aldo\_ramos@hotmail.com.

## Introducción

En la actualidad la provincia de Buenos Aires (Argentina) esta implementando una política que busca fortalecer las acciones de promoción turística. La misma esta apoyada en el fortalecimiento y mejora de la imagen de los recursos tradicionales de la región (sol y playa, eventos, etc.) y en la puesta en valor de destinos nuevos (basados en actividades de aventura, turismo de estancias, eventos). En dicho contexto se ha dejado de lado una estrategia que potencia el patrimonio cultural regional que puede revalorizarse en el marco de un desarrollo sustentable de la actividad turística.

Dentro de la provincia de Buenos Aires la región sudeste, como espacio turístico, puede crecer y sustentarse, revalorizando, refuncionalizando y creando nuevos productos a partir del patrimonio cultural, lo cual permitiría desarrollar acciones para preservar y proteger el mismo, reforzando la identidad de la región.

Considerando esto el objetivo del trabajo es plantear la posible coexistencia del turismo de sol y playa con el turismo cultural, con el fin de reducir la estacionalidad del primero y potenciar el segundo estableciendo una estrategia de complementariedad interespatial e intermodal. Para esto se identifican los elementos del patrimonio cultural existentes en la región del sudeste bonaerense, con el propósito de reconocer nuevos recursos turísticos, dentro de un modelo de desarrollo sustentable.

## El Turismo y patrimonio cultural

El patrimonio cultural, definido en 1998 por la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) como “todos aquellos elementos culturales, tangibles e intangibles que son heredados o creados recientemente”, es un recurso sumamente importante para el turismo, lo cual se transforma en argumento para recuperarlo y protegerlo, siendo un factor de dinamización y potenciación del desarrollo socioeconómico local y regional.

Si bien el turismo podía formar parte de estas estrategias, se reconoce que el *turismo de sol y playa* tuvo un predominio casi absoluto en la década de los sesenta, setenta e incluso ochenta, fenómeno que caracte-

rizó, además, una forma de vacacionar. Sin embargo el elemento cultural siempre ha estado presente en cualquier tipo de viaje, bien como motivación principal o como complementaria. La oportunidad está en que actualmente los intereses de los viajeros se están multiplicando y cambiando al mismo tiempo. Según los datos del Consejo Mundial del Turismo, en la actualidad más del 40% de los viajes internacionales está motivado por aspectos relacionados con hechos culturales. Ya en la década de 1980, el 48% de los turistas estadounidenses que viajaban a Europa tenían como prioridad la cultura, y diez años después ese porcentaje se había duplicado. Incluso, según la Conferencia Ministerial de Océanos y Nuevos Espacios Turísticos que la OMT (Organización Mundial del Turismo) celebró en Lisboa, el turismo cultural será una de las principales actividades del siglo XXI.

En dicho contexto el patrimonio cultural se constituye en un recurso que puede y debe servir como instrumento para el progreso de los pueblos, ofreciendo respuestas a sus ciudadanos tanto en el aspecto individual como social, espiritual y económico, de formación y de empleo, etc., no solo individualmente sino como complementario a otras estrategias.

Las crecientes tendencias hacia el uso social y rentable del patrimonio cultural, lo han convertido en el centro de interés de empresarios y de instituciones públicas, aumentando notablemente su valoración como recurso de ocio y turismo. Precisamente, la relación entre cultura y turismo se está haciendo en la actualidad tan estrecha que este último se está convirtiendo en uno de los objetivos fundamentales, muchas veces único, del uso del patrimonio cultural.

De esta manera, el turismo se ve como una posibilidad para el aprovechamiento de recursos, la creación de empleo y un canal para generar desarrollo económico. Es allí cuando instituciones y particulares empiezan a tomar algunas iniciativas, fundamentalmente de promoción y de comercialización de determinados productos.

Pero estas actividades pueden llegar a ser “peligrosas” para el patrimonio, por esto es necesario conseguir el equilibrio entre la protección y el uso del patrimonio como recurso. Esto debe ser pensado desde la

planificación integral de las políticas culturales públicas, intentando superar visiones de un patrimonio cultural caro e improductivo o de la simple mercantilización y venta, en búsqueda de rentabilidad económica del mismo.

Por ello, el turismo debe ser parte de una política patrimonial integral, nacida desde lo local y que debe coordinar las distintas áreas, entre ellas la recreativa. Consecuentemente, la planificación debe ser el instrumento imprescindible a utilizar por los poderes públicos para regular la recuperación, defensa, dinamización, uso y gestión de unos bienes tan especiales que no pueden convertirse simplemente en otro producto más, del mercado. De lo contrario continuarán cometándose errores graves que pueden condicionar tanto el uso como la existencia del patrimonio.

En la política turística debe proyectarse el turismo cultural fuertemente ligado al patrimonio local y regional. Para ello es necesario reconocer las dinámicas de subsistema turismo cultural. Este tipo de turismo que utiliza al patrimonio cultural como recurso, es definido por el ICOMOS (Internacional Council of Sites and Monuments), siguiendo las directrices de la OMT, como “un movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación”.

Estas múltiples actividades como parte del ocio, son cada vez más generalizadas y ofrecen como valor añadido sobre otros tipos de turismo, experiencias relacionadas con el saber y el aprendizaje. Esta forma de turismo se ha incrementado en los últimos tiempos producto de múltiples cambios, entre ellos la variación en las formas de organizar las vacaciones, lo que está influyendo en el descenso del tradicional mes de veraneo en la playa y a favor de períodos más cortos de vacaciones, distribuidos durante todo el año (Navidad, Semana Santa, vacaciones de invierno, etc.), en diversos destinos, nacionales e internacionales. A él hay que añadir el turismo de fin de semana y el excursionismo, con un componente muy elevado de motivaciones vinculadas al *turismo cultural*. También la demanda de nuevas experiencias no solo contemplati-

vas, sino activas, originales y auténticas han fortalecido la aparición de nuevos productos turísticos, entre los que se destacan aquellos que ponen el acento en símbolos y elementos de la cultura.

Como ha señalado Romero Moragas (1994) vender el pasado en sus diferentes formas es uno de los principales reclamos del marketing turístico. Sin embargo, es una idea actual la de poner conscientemente en valor todo este patrimonio, tanto material como inmaterial. Así cobran sentido los ejemplos de paisajes culturales, monumentos, restos arqueológicos, o representaciones folklóricas, que se han dinamizado a partir del movimiento turístico.

Pero para conseguir todo esto y a su vez generar o contribuir con el desarrollo, es preciso aunar esfuerzos dentro de los actores sociales y fomentar la conservación del patrimonio y la inversión en infraestructura cultural. Esta última entendida como aquellos elementos que viabilizan el mantenimiento, conservación o puesta en valor del patrimonio, como es el caso de centro de interpretación, edificaciones para salas o museos, pinacotecas etc.). La infraestructura cultural se convierte en un recurso turístico más, que ha pasado de ser referencia de un ámbito científico o estético a convertirse en otro de carácter económico, capaz de generar riqueza y empleo.

Como señala el informe final de la reunión sobre conservación y utilización de Monumentos y Lugares de interés Histórico y Artístico (Normas de Quito, 1967) desde el punto exclusivamente turístico, los monumentos son parte del equipo que se dispone para operar esa industria en una región dada, pero la medida en que dicho monumento puede servir al uso al que se lo destina, dependerá no ya sólo de su valor intrínseco, es decir de su significación o interés arqueológico, histórico o artístico sino de las circunstancias adjetivas que concurran en el mismo y faciliten su adecuada utilización. De ahí que las obras de restauración no sean siempre suficientes por sí solas para que un monumento pueda ser aprovechado, entrando a formar parte del equipo turístico de una región. Puede hacerse igualmente necesaria la realización de otras obras de infraestructura, tales como un camino que facilite el acceso al monumento o un albergue que aloje a los

visitantes al término de una jornada de viaje. Esto indica que es necesario considerar el patrimonio en el sentido amplio de su utilización y revalorización y puesta en valor dentro de la oferta turística de un determinado destino. Ello el paso previo es reconocer que en lo local es donde se producen las grandes acciones culturales de creación, conservación e innovación y es desde lo local por tanto desde donde se deben impulsar las acciones de promoción de la cultura en todas sus vertientes (referencia a esto hace la declaración de Xi'an sobre la Conservación del Entorno de las Estructuras, Sitios y Áreas Patrimoniales)

Por otra parte y teniendo en cuenta esto es necesario considerar los aspectos sobresalientes del Informe de la OMT presentado en el Seminario sobre Turismo Cultural: Desarrollo de Productos y Promoción realizado en Salvador, Brasil (Burbridge, 1999). "El sector turismo requiere desarrollar nuevos productos de calidad capaces de enfrentar con éxito la competencia de otras propuestas. La cultura es al respecto un recurso excepcional que, además, a través del turismo se transforma en la mejor fuente potencial para financiar la preservación del patrimonio cultural. De aquí la necesidad del trabajo conjunto de ambos sectores en procura de comunes intereses.

Uno de los obstáculos para el referido entendimiento y para la promoción intersectorial de programas de turismo cultural es la ausencia de un lenguaje afín; no existen bases conceptuales reconocidas que unan el turismo y la cultura. Tampoco existe un claro acuerdo sobre el significado del *turismo cultural*. En términos generales las propuestas sostienen que este debe ser una forma de turismo sustentable que implica servicios muy profesionales apoyados por tecnología de punta y que se orienta hacia la interpretación del patrimonio con propósitos educativos y estéticos. El *turismo cultural* reclama no solo edificios y reliquias, sino también la cultura viva de la comunidad anfitriona. En tal sentido un desarrollo sustentable debe ser concebido con el aporte de pequeñas y medianas empresas suministradoras de una amplia variedad de servicios".

Estos principios deben plasmarse en objetivos y estrategias en donde se discutan los alcances del turismo cultural en todas

sus dimensiones y en la utilización del patrimonio, desde una concepción integral, para ser incorporado dentro de productos turísticos que respondan a las actuales demandas de los diferentes segmentos del mercado. Nuevamente el ámbito local, se convierte en la escala que pareciera ser la más apropiada.

En definitiva, es posible afirmar que el *turismo cultural* permitiría la preservación, rehabilitación y puesta en uso de gran parte del patrimonio cultural, tanto en grandes ciudades como en pequeñas localidades, conservando y restaurando monumentos o conjuntos monumentales, bienes muebles, etc. Puede favorecer la recuperación de la arquitectura tradicional, urbana o rural, como cascos de estancias, pulperías, almacenes, estaciones de ferrocarril, etc., cuyo uso se ha readaptado a alojamientos, restaurantes, centros de interpretación, museos, etc. Y aún puede abarcar una mirada en conjunto de los espacios involucrados y de los paisajes culturales proyectados en ellos, como lo es, por ejemplo, la Quebrada de Humahuaca, en el noroeste argentino.

Además en los últimos años, y dado que muchas de las manifestaciones del patrimonio etnográfico (artesanía, gastronomía, paisajes, rituales festivo - ceremoniales, muestras de religiosidad popular, arquitectura tradicional), se han reducido considerablemente, o incluso han llegado a desaparecer, puesto en vigencia estrategias de revalorización. Esto se asocia a un doble proceso de causa-efecto donde el crecimiento de la demanda turística ha potenciado considerablemente el surgimiento de dichos recursos (en algunos casos propiciado su recuperación) y por otro lado la propia puesta en valor de elementos del patrimonio a fomentado el crecimiento turístico.

No menos importante es la artesanía, normalmente como oferta complementaria y considerada un valor añadido para muchos espacios turísticos. Gracias a la demanda turística, algunas artesanías en vías de desaparición, dada su escasa rentabilidad, no sólo no han desaparecido, sino que han incrementado sus ventas, permitiendo la conservación de oficios (a veces, el propio trabajo artesano es atracción turística en sí).

En definitiva el patrimonio cultural revalorizado como recurso turístico dinamiza

distintos sectores económicos, impulsa inversiones, incrementando las posibilidades de ingresos de la población local.

### Características del turista cultural

En este tipo de turismo participa una amplia gama de viajeros, desde estudiantes, pequeños grupos, o contingentes motivados específicamente; hasta turistas del denominado turismo de masas o tradicional (*turismo de sol y playa* especialmente), que se desplazan en excursiones a lugares de interés cultural.

Hoy en día el mercado es amplio y es posible considerar como *turista cultural* a aquella persona cuyo principal motivo para visitar un lugar es conocer su patrimonio histórico (trama urbana, murallas, calles, plazas, palacios, iglesias, museos, etc.); observar y participar de las costumbres, idiosincrasias y modos de vida de la población residente (mezclarse en la calle, parques, restaurantes, con la población, comprar en sus tiendas, beber en sus bares, etc.); asistir a manifestaciones de cultura tradicional (participar de la fiestas, gastronomía y folklore en general); presenciar representaciones culturales contemporáneas (conciertos, exposiciones de arte y otros espectáculos).

Dentro de la categoría de turista cultural podemos clasificar a los visitantes en tres tipos o segmentos, según sus diferentes actitudes o comportamientos:

- 1) *Turista de inspiración cultural*, que elige destinos famosos por su patrimonio cultural para visitarlo una vez en la vida y con pocas intenciones de repetir. Suele viajar en grupos organizados con visitas en ruta a varias ciudades, sin una estancia prolongada en ninguna de ellas. Es el segmento de visitantes más abundante en las ciudades históricas y lo más parecido a turismo de masas por su forma de comercialización, comportamiento y consumo.
- 2) *Turista atraído por la cultura*. Pasa sus vacaciones en un destino no cultural, como la playa o la montaña, pero no le importa, de forma ocasional, visitar lugares históricos y aprovechar las oportunidades culturales disponibles (ciudades, fiestas locales, museos, sitios arqueológicos, etc.).

- 3) *Turista de motivación cultural*. Elige los lugares que visita en función de la oferta cultural que ofrecen. Está altamente motivado por aprender y prepara su viaje con antelación, informándose de lo que quiere ver. Pasa varios días en la ciudad o región elegida y realiza desplazamientos de corta duración por el entorno inmediato (Jansen- Verbeke, M. 1997).

La creciente segmentación de los mercados, la mayor edad de los turistas de los países desarrollados, la flexibilización de los períodos vacacionales, la elevación del nivel cultural, la necesidad de escapar a la masificación y a lo uniforme, son factores objetivos que sostienen y avalan dicha tendencia. Conocer el tipo de turista es fundamental para planificar un nuevo producto turístico. En el caso particular de análisis de este trabajo, el tipo de turista se enmarcaría en el segundo modelo, por lo tanto es fundamental el valor agregado de los productos turísticos-culturales, por ejemplo a través de la animación, interpretación, etc.

### El turismo en el sudeste bonaerense

El sudeste de la Provincia de Buenos Aires, en la República Argentina, es un espacio geográfico integrado por 19 municipios: Olavarría, Azul, Tandil, Benito Juárez, Adolfo González Chávez, San Cayetano, Necochea, Lobería, Balcarce, Rauch, Ayacucho, Gral. Alvarado, Gral. Pueyrredón, Municipio Urbano de la Costa, Mar Chiquita, Tapalqué, Maipú, Tres Arroyos y Gral. Madariaga, sumando una superficie total de 77.865 Km<sup>2</sup> y una población de 1.266.481 habitantes según el Censo Nacional 2001.

En términos generales esta región, que primeramente fue un centro de avanzada contra el aborigen, se caracterizó posteriormente por el desarrollo agrícola y ganadero, por el crecimiento industrial en algunas ciudades como Tandil, el desarrollo portuario y algunas actividades conexas a esta, lo que en ocasiones estuvo asociado a elementos inmigratorios muy importantes. Constituye un *hinterland* con algunos centros urbanos más destacados, (la ciudad de Mar del Plata, en primer término, Tandil, Tres Arroyos, Necochea, Azul, en segundo

escalón) aunque no existe una real articulación regional en corredores productivos.

La propuesta que caracteriza el turismo en la provincia de Buenos Aires y en el sudeste de la misma se vincula a los balnearios de la Costa Atlántica (también llamada en algún momento la *Atlántida Argentina*), San Clemente del Tuyú, Santa Teresita, San Bernardo, Pinamar, Cariló, Villa Gessell, Miramar, Necochea y Mar del Plata. Este último es un destino tradicional de *sol y playa* que encabeza la nómina de destinos con una marcada estacionalidad, recibiendo el mayor flujo de turistas principalmente de la ciudad de Buenos Aires y el área metropolitana y en menor medida del resto del país (zona norte y centro)

En segundo lugar se encuentran las actividades de aventura, de descanso y contacto con la naturaleza, sobre todo en los entornos serranos del sistema de Tandilia, actividades deportivas de caza y pesca y un turismo de estancias que no puede competir con los núcleos aledaños a la capital nacional y el Gran Buenos Aires.

En la actualidad podría indicarse que los destinos del sudeste que reciben el mayor número de turistas al año, son las ciudades costeras en el periodo estival (durante 10 a 15 días) y la ciudad de Tandil. Esta última recibe mayor flujo de turistas en los periodos comprendidos en vacaciones invernales (3 a 5 días), los fines de semana largos y durante Semana Santa (dado que es un destino religioso por excelencia).

El mercado reconoce a las localidades del interior de la región como destinos de paso, dentro de un recorrido mayor, con destino final en Mar del Plata, Necochea, Miramar, Cariló, Villa Gessell o alguna de las otras ciudades de la costa Atlántica. La potencialidad de integración dentro del circuito *Mar y Sierras* refuerza el peso del turismo de *sol y playa* en la región.

Con relación a las preferencias en el tipo de alojamiento se manifiesta un claro aumento en el uso de cabañas, bungalows, estancias u hosterías, como uno de los productos que comienza a identificarse en algunos destinos dentro de la región, lo cual es un acicate importante para revalorizar parte del patrimonio arquitectónico.

La llegada de los turistas al destino es por vía terrestre, principalmente en vehículo particular o colectivo. Es considerable el

uso de charters en lo que hace también a la cantidad de excursionistas que llegan al destino.

Como se señalara la configuración espacial de la región, ha permitido un desarrollo creciente de actividades turístico-recreativas que responden a múltiples intereses. Así en la actualidad se están revalorizando nuevos escenarios que utilizan otro tipo de infraestructura, en contextos espaciales próximos. Es el caso del turismo alternativo en sus diferentes modalidades como ejemplo: trekking, mountain bike, ala-delta, rappel, cabalgatas, ecoturismo en granjas, turismo de estancias. Cada una de ellas capta un mercado diferente y se potencian entre sí.

Estas incorporaciones han generado un crecimiento del turismo y una significativa desestacionalización que debe ser profundizada con nuevos productos turísticos, que tengan valoricen elementos olvidados pero muy importantes comprendidos dentro del patrimonio cultural regional.

#### **Diversificar y complementar el turismo en el sudeste bonaerense**

Como fue expresado el modelo de desarrollo turístico de la provincia de Buenos Aires esta basado principalmente en un producto turístico masivo de *sol y playa* con escasa oferta complementaria.

Pero esto se traslada en una escala mayor, dado que si consideramos la oferta turística nacional, esta se concentra en más del 60% en los recursos naturales (montañas, lagos, playas, selvas, etc.), ubicándose en segundo término la oferta cultural (13% del total), representada en su casi totalidad por la ciudad de Buenos Aires (Getino, O. 2002:67).

Situación que en los últimos años estaría siendo revisada dado que el sector turístico parece haber iniciado una estrategia de desarrollo distinta, buscando la compatibilidad con el ambiente natural y con el medio social en el que se inserta, y considerando cuestiones como calidad y protección ambiental como claves de la competitividad. Situación que se ve al menos soslayada en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 (PFETS), impulsado a partir del 2004.

Entre las acciones concretas a desarro-

llar se sostiene “los destinos turísticos deben apuntar a una mayor segmentación del mercado, diversificando los productos y desestacionalizando, de esta forma, la oferta”. Dentro del Plan Federal de Oportunidades se reconocen áreas, corredores y destinos consolidados y potenciales. En el área sudeste se encuentra desarrollado el Corredor de la Costa Atlántica, los destinos (denominados puertas) Mar del Plata y Tandil y el área Sierras de Tandil. Se propone potencialmente el Área Tandilia, el Corredor Camino del Gaucho, el Área Mar y Sierras y la travesía (entendida como un eje de circulación, conectividad y servicios básicos) de la Ruta Nacional N° 226, una de las vías de circulación que une varias de las localidades mencionadas, entre ellas los destinos más importantes. Esto pone en evidencia que la planificación turística, visualiza en esta región productos complementarios.

Así, la diversificación de la oferta turística es esencial para mejorar la competitividad de un destino o región turística, generando un incremento de valor de los servicios ofrecidos al presentar una mayor variedad de actividades, algo que posibilita la atracción de nuevos segmentos del mercado.

Por esta razón se plantea la posibilidad que ofrece el *turismo cultural* para diversificar y en ocasiones hacer más atractiva la oferta turística tradicional de *sol y playa* del sudeste bonaerense. Y esto se apoya además en la consideración de los cambios en las preferencias de los consumidores, donde la existencia de elementos culturales atractivos (folklore, patrimonio, eventos culturales) puede ser un factor que contribuye con la elección del destino vacacional (adicional a la accesibilidad, precio, seguridad y servicios que este ofrezca...). Se puede responder así a las transformaciones que han tenido lugar en la demanda, puesto que el consumidor tiene una mayor accesibilidad a la información, fundamental a través de Internet, es más exigente y reclama una oferta de calidad y diversificada, esperando que las expectativas puestas en un destino turístico sean satisfechas.

De esta manera la diversificación a través de recursos culturales tiene un importante efecto positivo sobre el turista tradicional, desde el punto de vista de aumentar sus expectativas sobre el destino

turístico visitado.

De esta manera, enriquecer la oferta turística de *sol y playa* con productos organizados a partir del patrimonio cultural aumenta el valor de la misma, un hecho que es especialmente valorado positivamente por aquellos segmentos de turistas con unas mayores inquietudes culturales, que buscan durante sus vacaciones nuevas formas de ocio y de entretenimiento, distintas, aunque compatibles, con el disfrute del sol y de la playa.

Adicionalmente, pero no menos importante, la complementariedad existente entre el turismo de sol y playa y el turismo cultural parece particularmente relevante y poderosa durante las épocas o momentos del año en los que no sea posible, por razones climatológicas, disfrutar del sol y de la playa durante toda la estancia prevista por el turista en el litoral, que en el caso del sudeste bonaerense se extiende a 8 o 9 meses.

Pero, lamentablemente como explica Catalina Pantuso (2001) “el *turismo cultural* en Argentina no tiene definido ni los objetivos ni una política que los sustente, pasando en la actualidad, exclusivamente, por el acuerdo superestructural de los funcionarios de las reparticiones nacionales que tienen a su cargo cada una de las áreas, las que ahora aparecen publicitadas en forma conjunta. Pareciera así que la suma de palabras o voluntades pudiera dar como resultado una iniciativa nueva. Se demuestra, sin embargo, un total desconocimiento del tema, se desperdician recursos económicos y, lo que es peor, se puede hacer fracasar, por impericia e improvisación, una excelente posibilidad de proyectar los paisajes y la cultura del país tanto a nivel local como internacional”. Esto da cuenta que, aún hoy las propuestas provenientes de los macro planes y sus líneas de acción, no se plasman territorialmente, a pesar de que surjan de diagnósticos concertados a nivel regional, como es el caso de PFETS.

Exceptuando a la ciudad de Buenos Aires, que posee una planificación de la oferta de *turismo cultural*, el resto de la provincia e incluso del país carece de estudios de este tipo y de aquellos que no solo consideran el impacto económico, sino también los efectos socioculturales y ambientales producidos por la llegada de turistas. Esto suele ser

una falencia encontrada en todo el territorio nacional.

En el ámbito de la Provincia de Buenos Aires, la oferta turística cultural se apoya básicamente a la promoción de lugares y actividades que tienen que ver con las tradiciones gauchas, aunque todavía existe una escasa valorización del aspecto cultural del turismo incluso en las áreas rurales, evidenciado por la baja participación en actividades que vinculen al turista con la idiosincrasia del medio rural, como la escasa incorporación de actividades folklóricas.

Se destacan las grandes dificultades, tanto técnicas como económicas, para poner en valor el patrimonio histórico de las estancias, no solo como casas de campo sino como museos de sitio, o actividades interpretativas o simplemente visitas guiadas.

### **El patrimonio cultural en el sudeste bonaerense**

Como expresa el Dr. Roberto Bustos Cara (2001) “la formación socioterritorial pampeana, a la cual pertenece el sur de la Provincia, tiene un carácter multicultural de origen, y fue sometida a un largo proceso de homogeneización durante la constitución de la formación socio-espacial nacional”.

Existe una diversidad de orígenes étnico-culturales potencialmente valorizables, sin embargo esta diversidad es potencial, su activación no se da por sí sola, debe incentivarse y formar parte de un proceso que potencie su uso desde un punto de vista turístico dentro de un esquema respetuoso de las tradicionales y cultura regional.

Muchas de las pequeñas comunidades rurales pueden transformarse en puntos significativos en el territorio y ayudar a conformar la trama de significados que dan sentido territorial al espacio.

El territorio en cuestión es la *pampa*, “desierto” ocupado por el aborigen hasta el siglo XIX, que fue objeto de un proceso de conquista, apropiación, uso y ocupación que ha generado la dispersión de asentamientos de diferente función y dimensión, persistentes a través del tiempo. Así se reconocen testimonios de las sucesivas líneas de frontera, (Fuerte Independencia, hoy Tandil, monumento Histórica Nacional Estancia Sol Argentino) estancias de otros tiempos y de diferentes características (como Siempre

Verde en Benito Juárez, La Isolina en Olavarría e Ituzaingó en Mar del Plata), expresiones características del modelo de la ciudad pampeana, una modalidad de urbanización que perdura a través del tiempo integrando los aportes actuales, la presencia de expresiones arquitectónicas y de espacios urbanos susceptibles de reconocimiento.

En suma “la provincia de Buenos Aires, tiene una historia rebozante de hechos que muestran la lucha constante que han mantenido sus habitantes a lo largo de muchas generaciones, con la intención de modificar un medio que, potencialmente rico, era necesario transformar”. (Barbini, B. 2002). Estos elementos tangibles e intangibles no siempre están visibles y muchas veces se pierden o se convierten en “colecciones, anecdóticos o paisajes privados” lejanos a la sociedad de los que son una parte.

Así podemos encontrar elementos del patrimonio cultural del sudeste bonaerense que aun tienen un peso relativamente bajo en el desarrollo turístico regional y que podrían constituir productos turísticos culturales complementarios a la oferta existente, propiciando el desarrollo local, dentro de un esquema sustentable.

Por ejemplo podemos mencionar a los Alemanes del Volga. Este producto turístico puede implicar a las distintas localidades relacionadas a los alemanes del Volga, como son Colonia Hinojo, Colonia San Miguel y Colonia Nievas, a quienes se pueden sumar otros grupos de inmigrantes europeos que llegaron a la región, pero de los cuales no existen elementos de patrimonio tangible. Este recorrido puede incluir actividades como fiestas típicas (por ejemplo potenciar las Fiestas de las Colectividades realizadas en distintas localidades de la región, Fiesta de la Cerveza, etc.), con bailes y vestimentas típicas, gastronomía típica alemana como por ejemplo la torta de manzana (*Apfelkuchen*) o torta de miel (*Honigkuchen*).

Es fundamental que se revalorice desde los productos turísticos el esfuerzo realizado por esta comunidad y por todos los inmigrantes que permitieron el crecimiento regional, logrando así que el turista comprenda el funcionamiento de las colonias y su inserción socioeconómica.

Por otro lado existe un número de pe-



queños pueblos mineros en Olavarria, Tandil y Benito Juárez que permitirían mostrar como se ha desarrollado la actividad minera, tanto en su faceta tradicional, como en la actualidad, a través de la mecanización del proceso de extracción de la piedra y manufactura de la misma. El elemento más importante a destacar plantea una mirada sociológica, a partir de la como se organizaron las comunidades en función de las empresas, que actuaron asumiendo el total control desde un punto de vista económico, pero también influyendo en la vida privada y cotidiana de los pobladores. A partir de esto es posible observar una idiosincrasia muy específica. En este producto es posible considerar a *Sierras Bayas*, en Olavarria, desarrollada en la parte septentrional de las sierras, con forma de anfiteatro. En el fondo del anfiteatro existe una parte deprimida donde se ubican las canteras de calizas. El asentamiento de *Cerro Leones*, en Tandil, enclave minero, que se desarrolló entre 1908 y 1913 en torno a las canteras. Este asentamiento tiene características peculiares asociadas a la forma en que se explotaba la piedra y finalmente el pueblo-fábrica de *Barker-Villa Cacique*, en Benito Juárez, que es un ejemplo perfecto de un *pueblo-fábrica*, nacida *ex-novo* por razones estrictamente industriales y, además, ajenas a la dinámica económica de la zona en la que se enclava.

Además encontramos las estaciones ferroviarias de la región que, como explica Manuel Torres Cano (2003), en la mayoría de los casos, la arquitectura de las estaciones, galpones, viviendas de personal y otras, no acompañan los patrones formales ni constructivos del resto de la arquitectura en el país, sino que son parte de un programa de obras con características propias del sudeste bonaerense.

Algunas de estas características son:

- Rasgos ingleses similares a los que podemos encontrar en India y Sudáfrica.
- Elementos de la arquitectura inglesa combinados con el uso de ladrillos a la vista, tejados de fuerte pendiente, galerías, desagües y accesorios de hierro fundido, construcción modular y seriada, etc.

*Incluso es necesario rescatar el "pequeño patrimonio", es decir aquellos objetos criollos, comidas, instrumentos, artesanías,*

*técnicas de trabajo con animales, con cueros, trabajo en la piedra, etc. Muchos de estos elementos pueden encontrarse en las pulperías o negocios de campo, de los que aún quedan esparcidos por la región y que corren un serio riesgo de perderse para siempre.*

La cantidad y dispersión de pulperías conformaban una red de comercialización que llegaba hasta los puestos fronterizos más inhóspitos. Los pulperos fueron personajes importantes dentro de la circulación del principal producto de la campaña: los cueros. Muchos de ellos conformaban un nexo entre los pequeños y medianos productores rurales y los grandes comerciantes exportadores. Un ejemplo es "La Esquina de Arguas" ubicado a 17 km. de Coronel Vidal, construida hace 140 años, lo que lo convierte en una de las más antiguas del país. Conserva en su mostrador la reja original y es aún hoy lugar de encuentro de los pobladores para comer un asado ó para tomar una ginebra, siendo su estilo un rancho de adobe.

Todo este patrimonio cultural puede ser aprovechado para el desarrollo del turismo, constituyendo así alternativas complementarias a los destinos de *sol y playa* de la región, con destinos cercanos que posibilitan estadías cortas o recreativas. Además es posible generar nuevas propuestas que pueden verse reflejadas en rutas turísticas, o circuitos turístico-culturales que permitirían, entre otras cosas, consolidar la cultura productiva regional, dinamizar las economías regionales y locales, sensibilizar y concienciar de la importancia del patrimonio cultural para recuperar la identidad de los pueblos, incorporar a los grandes circuitos nacionales otros circuitos turísticos localizados en espacios marginados, preservar el patrimonio cultural y dar a conocer formas de vida, condiciones de trabajo, procesos técnicos-productivos, actuales y pasados, construcciones arquitectónicas, restos arqueológicos, huellas de los pueblos aborígenes, etc. y promover el desarrollo productivo local a partir de un Plan Estratégico para el patrimonio cultural y su valoración turística.

Por otro lado todos los productos turísticos factibles de ser creados implican necesariamente la interpretación del patrimonio *in situ*, integrando de este modo el patri-

monio cultural con el paisaje natural pampeano. La interpretación constituye la herramienta por la cual el patrimonio adquiere significado para el visitante, lo cual implica que el lenguaje deba ser sencillo, apuntando a crear en las personas una sensibilidad, conciencia, entusiasmo, etc., hacia el patrimonio. Esto permitiría además de un crecimiento económico la posibilidad de preservar y actuar con mayor eficacia sobre el patrimonio regional.

### Conclusiones

El desarrollo turístico actual del sudeste bonaerense, basado en el *turismo de sol y playa* y de algunos otros atractivos tradicionales, implica una fuerte estacionalidad. Pero es posible generar un crecimiento significativo del turismo a partir de revalorizar el patrimonio cultural regional, conformando una importante oferta de *turismo cultural*.

La puesta en valor del patrimonio local como recurso turístico es un reto, que debe ser controlado, planificado y gestionado, de forma articulada entre el sector público y privado para que pueda inscribirse en el marco del desarrollo sostenible.

Resulta indudable que el turista es un gran consumidor de bienes y servicios, que dinamiza diversos sectores de la actividad económica, generando riqueza y empleo. El turismo potencia el desarrollo de las ramas de actividad que cubren directamente las necesidades de consumo de los visitantes (hotelería, gastronomía, comercio y servicios de ocio y recreación) pero también impulsa también el desarrollo de otros sectores de actividad.

El turismo, debidamente planificado, puede incrementar directamente la renta de la población local, mediante salarios o beneficios empresariales.

Así, el patrimonio cultural del sudeste bonaerense, como colonias de inmigrantes, estaciones de ferrocarril, restos arqueológicos, pulperías, museos regionales, etc., pueden ser puestos en valor, estimulando inclusive dinámicas culturales.

Aunque es necesario saber que si bien el desarrollo del turismo puede significar la revitalización económica de la región también puede engendrar peligros, principalmente cuando algunos sitios dependen en

exceso de esta actividad, porque una disminución de la afluencia de visitantes o del gasto turístico puede provocar una aguda crisis en el sistema productivo local, algo semejante a lo ocurrido ya con algunas otras actividades económicas, como las industrias o mineras.

La revalorización y utilización turística del patrimonio cultural requiere estar integrado dentro de un proyecto cultural donde la oferta, en función de los intereses de las comunidades locales, prime sobre la demanda, o al menos estén equilibradas.

Los puntos básicos y fundamentales de esta política deben ser la adecuada preservación, presentación y difusión del patrimonio cultural y el entendimiento del turismo como una nueva forma de práctica cultural, que debe sustentarse en el hecho de que todas las comunidades e individuos deben asumir que el patrimonio cultural es un bien colectivo y como tal debe estar abierto al uso respetuoso de otros grupos sociales.

Finalmente las posibilidades para desarrollar el turismo aprovechando el patrimonio cultural, tropiezan con una serie de limitaciones u obstáculos:

- Insuficiencia de recursos económicos.
- Ausencia de planes y programas de recuperación y puesta en valor de este patrimonio.
- Falta de utilización de las potencialidades culturales, económicas y sociales del patrimonio.
- Infrautilización de los espacios culturales.
- Desvinculación de la población local en la gestión y valorización del patrimonio.
- Falta de motivación en las administraciones.
- Ausencia de planes y diseños turísticos en los que se compaginen el patrimonio con el desarrollo sostenible.
- Falta de profesionales calificados, con las habilidades técnicas y la sensibilidad para realizar proyectos en Turismo Cultural.

Por esta razón, las autoridades municipales, junto al gobierno provincial y al sector privado deben generar los espacios de discusión para solucionar estas dificultades y buscar el camino hacia un desarrollo sustentable del turismo cultural en el sudeste bonaerense. Esto supone las dos puntas de un mismo cordón, yendo desde el *turismo*

*de sol y playa* hacia adentro, desde dentro del *turismo cultural* hacia un litoral desprendido del modelo masivo y estacional.

### Bibliografía

Barbini, Bernarda.

2002. "Centros urbanos bonaerenses: turismo cultural y desarrollo regional-local". En CD-ROM V Jornadas Nacionales de Investigación-acción en turismo. Mar del Plata.

Burbridge Horacio.

1999. "El turismo cultural". En Amadasi, E. (Comp.) Política turística Argentina. Bases para su reformulación. Buenos Aires: Ladevi Ediciones..

Bustos Cara, Roberto y Haag, María Isabel.

2001. "Turismo étnico cultural. De potencialidad genérica a activo específico". En III Congreso latinoamericano de investigación turística. Chile: Valdivia.

Getino, Octavio.

2002 Turismo entre el Ocio y el negocio. Identidad cultural y desarrollo económico en América Latina y el Mercosur. Buenos Aires: Ed. CICCUS Ed. La Crujía.

Icomos.

1976 "Carta de Turismo Cultural". Seminario Internacional de Turismo Contemporáneo y Humanismo. Bruselas.

2005 Declaración de Xi'an sobre la Conservación del Entorno de las Estructuras, Sitios y Areas Patrimoniales. 15° Asamblea general de ICOMOS.

Jansen-Verbeke, M.

1997. "Urban tourism. Managing resources and visitors". En Wahab, Salah y Prigam, John J. (eds). Tourism development and growth: the challenge of sustainability, pp. 237-256. Londres y Nueva York: Routhledge.

Normas de Quito.

1967. Informe final de la reunión sobre conservación y utilización de monumentos y lugares de interés histórico y artístico.

Pantuso, Catalina.

2001 "El turismo cultural en la Argentina". Master del Parlamento Cultural del Mercosur. Universidad de Palermo Buenos Aires.

Romero Moragas, C.

1994. "Patrimonio, Turismo y Ciudad" en el

Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio N° 9, p.16-21.

Torres, Cano M., Ana Zagorodny Y Claudio Erviti.

2003 "Las estaciones y edificios del ferrocarril del sud, en el sudeste bonaerense". En Patrimonio industrial. Fuerza y riqueza del trabajo colectivo. CICOP. Buenos Aires.

*Recibido:* 09/05/2009  
*Reenviado:* 25/03/2009  
*Aceptado:* 15/04/2009  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*